

кову базу для економічного розвитку країни. Основну увагу в Україні починають приділяти антикризовому консультуванню з управління маркетингу, яке вже має першорядне значення та свої істотні особливості.

Світовий досвід показав, що в несприятливих умовах першою умовою для вирішення кризового становища є розробка стратегічних планів та стратегій антикризовими консалтинговими організаціями, які мають визнання на ринку послуг. Але, у свою чергу, антикризовим консалтинговим фірмам потрібно не стояти на місці, а розвивати свої можливості, удосконалювати набуті знання та створювати нові вигідні стратегії. Саме таким чином, антикризові фірми зможуть забезпечити розвиток підприємств та створити сприятливі умови для того, щоб підприємство не лише не відчуло на собі негативних наслідків кризи, а й змогло отримати від неї якусь вигоду.

ФРАНЧАЙЗИНГ В УКРАЇНІ: СУТНІСТЬ, ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Кулак К.О.

Науковий керівник – Можайкіна Н.В., канд. екон. наук, доцент

У сучасному світі франчайзинг є однією з найбільш успішних форм ведення бізнесу. Франчайзинг – метод тиражування успішних підприємств, який дозволяє підвищити імідж і репутацію, а також примножити капітал. Саме тому розгляд даного питання є особливо актуальним і життєво необхідним для подальшого розвитку бізнесу в Україні.

Для економіки України франчайзинг – явище нове, а ось в інших країнах він досить широко поширений і використовується як спосіб ведення бізнесу з метою забезпечення потреб суспільства в різних товарах і послугах. Українські підприємці останнім часом почали проявляти більше інтересу до франчайзингу. Але впроваджуючи цю систему, необхідно мати чітке і повне уявлення про сутність франчайзингу, його різновиди і структури.

Франчайзинг являє собою особливу систему ведення бізнесу, змішану форму великого і дрібного підприємництва, що складається з двох основних суб'єктів: франчайзера (franchisor) і франчайзі (franchisee). *Франчайзер* – це велика компанія, яка має багаторічний досвід у виробництві якогось продукту, розвинувши систему і присвоївши їй своє ім'я або товарний знак, укладає відповідні договори з більш дрібними підприємствами і продає або ліцензує свою торгову марку, бізнес-систему і ноу-хау. *Франчайзі* – це дрібні підприємства,

які на підставі цих договорів отримують право діяти на ринку від імені і під торговою маркою франчайзера за умови дотримання ними виробничих технологій і обслуговуючих операцій. Відомими франшизами в Україні є: «Мак-Дональдс», «ІС», «Мак Смак», «Секунда», «ТНК», «Грегорі Арбер», «Три товстуни», «Монарх», «Меблі Прогрес», «Михайло Воронін».

Першим прототипом сучасної системи франчайзингу прийнято вважати систему продажів і обслуговування швейних машин Зінгера. Розроблена в 1886 році формула «Coca-Cola» і продаж однойменної продукції в 1900 році привели до потужного поштовху в розвитку франчайзингу. Система стала стрімко поширюватися під відомою всім до теперішнього часу маркою «Coca-Cola». У 1898 році франчайзинг відчув справжній підйом, коли компанія «Дженерал моторс» почала застосовувати франчайзингове дилерство.

Початок розвитку українського франчайзингу довелось на середину 90-х років ХХ століття, проте найбільшого свого розвитку дана форма організації бізнесу досягла в 2004 році. З того моменту кількість мереж франчайзингу щороку (в середньому) збільшується на 30%. На даний момент за принципами франчайзингу здійснюють організацію своєї діяльності близько 400 компаній в 90 галузях. Перше місце з надання франшиз займає роздрібна торгівля (48%), друге – суспільне харчування (30%) і третє – сфера послуг і виробництво (22%).

Незважаючи на низький рівень частки франчайзингу в Україні, порівняно із зарубіжними показниками, майже кожного року прослідковується позитивна тенденція приросту франчайзерів. Франчайзинговий ринок надає великі переваги для економіки України. Він може стати початком для розвитку дрібних і спільних підприємств, які займатимуться інноваційною діяльністю. Крім того, доцільним є розвиток франчайзингу у сфері послуг, пов'язаних з обстеженням технологічного обладнання на виробництві, вибором найбільш раціонального методу його заміни, особливо модернізації; суспільно необхідна галузь охорони здоров'я, передусім надання допомоги у зонах екологічних катастроф та при роботі у екстремальних і шкідливих умовах.

Сьогодні розвиток франчайзингу в Україні стримується цілим рядом причин, такими як: фінансово-кредитного характеру (складність процедури кредитування малих підприємств); незахищеність українських франчайзі у франчайзинговій співпраці з іноземними представниками; брак знань у підприємців щодо можливостей такого способу ведення бізнесу, як франчайзинг; значне обмеження розвитку малого бізнесу податковими нормами, внаслідок чого підприємці змушені шукати «обхідні шляхи» у здійсненні паушального платежу та роялті;

недосконалість нормативно-законодавчої бази, стосовно франчайзингових відносин.

До основних проблем економічного характеру можна віднести нестабільність розвитку економіки, відсутність у більшості потенційних франчайзі необхідного стартового капіталу, а також складності в отриманні кредитів для його формування. Таким чином, розвиток франчайзингу в Україні є досить перспективним, так як надає багато можливостей до успішного ведення бізнесу. Але, необхідною умовою подальшого його розвитку є створення законодавчої бази, яка знизить ризики та невідповідність правового регулювання франчайзингу та комерційних відносин, що існують на сьогоднішній день.

ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНОГО ЕТАПУ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Рудь Д.В.

Науковий керівник – Можайкіна Н.В., канд. екон. наук, доцент

Однією з основних ознак сучасного розвитку світового господарства є розгортання процесів глобалізації, які справляють суттєвий вплив на систему міжнародних економічних відносин, трансформують напрями і визначають тенденції розвитку національних економік. Під глобалізацією світового господарства розуміють процес посилення взаємозв'язку національних економік країн світу, що знаходить своє вираження в утворенні світового ринку товарів і послуг, фінансів; становленні глобального інформаційного простору, перетворенні знання в основний елемент суспільного багатства, виході бізнесу за національні кордони через формування ТНК, впровадженні і домінуванні в повсякденній практиці міжнародних відносин і внутрішньополітичного життя народів принципово нових і універсальних ліберально-демократичних цінностей тощо.

Процес глобалізації охоплює різні сфери світової економіки, а саме: світову торгівлю товарами, послугами, технологіями, об'єктами інтелектуальної власності; міжнародний рух чинників виробництва (робочої сили, капіталу, інформації); міжнародні фінансово-кредитні й валютні операції (безвідplatне фінансування і допомога, кредити і позики суб'єктів міжнародних економічних відносин, операції з цінними паперами, спеціальні фінансові механізми й інструменти, операції з валютою); виробнича, науково-технічна, технологічна, інжинірингова й інформаційна співпраця.

Сучасна глобалізація світової економіки виражається в таких процесах: поглибленні, перш за все, інтернаціоналізації виробництва, а не обміну, як це було раніше. Інтернаціоналізація виробництва виявляється в тому, що у створенні кінцевого продукту в різних формах і