

1. Митний кодекс України від 11.07.2002 р. №92-IV 2. Основи митної справи в Україні: підручник / за ред. П.В. Пашика. – К.:Знання, 2008. – 651с. 3. Пашико П.В. Митні інформаційні технології. Навч.посіб.– К.: О-во „Знання”, 2011. – 391с. – (Митна справа в Україні). 4. Беднарчук Г. Електронне декларування товарів // Дебет-кредит. – 2007. – №37 5. Закон України “Про електронний цифровий підпис” від 22.05.03 № 852-IV

Харачко Н.Б.  
студ. групи МЕ-33  
Науковий курівник – асист. Ю.Л. Логвиненко

## ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ МАЛИХ І СЕРЕДНІХ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ НА ЗАСАДАХ ФРАНЧАЙЗИНГУ

Франчайзинг є однією із найуспішніших бізнес-моделей у світі, яка дає можливість розвивати малий та середній бізнес. На сьогодні стати власником свого підприємства є дуже складно, через відсутність досвіду у потенційних підприємців. Проте, зараз ділові люди все частіше почали виявляти бажання зайнятися власною справою, а франчайзинг, в свою чергу, – це хороша можливість для підприємців – початківців почати свій бізнес із мінімальними фінансовими ризиками[1].

У навчальному посібнику «Франчайзинг у підприємницькій діяльності» подають таке визначення франчайзингу: «Франчайзинг – вид ділового співробітництва, сутність якого полягає в наданні одним суб'єктом підприємницької діяльності (франчайзером) права на здійснення визначеної діяльності із використання його торговельної марки, технологій, ноу-хау, інших об'єктів інтелектуальної власності другому суб'єкту підприємництва (франчайзі) протягом встановленого терміну на обмеженій території і на визначених умовах» [2].

Така форма ведення бізнесу як франчайзинг є порівняно новою в Україні, але незважаючи на це, вона набуває особливої популярності серед вітчизняних суб'єктів господарювання. Про це свідчить статистика франчайзингу, яку оприлюднила Асоціація франчайзингу України (станом на 25.07.2012 р.) [3], а саме: 1) кількість брендів — 1825; франчайзингових мереж з України, які працюють за кордоном – 37; кількість франчайзерів — 862, з них діючих франчайзерів — 409; членів АФУ — 124; віртуальних – 453 (не мають франчайзі в Україні або не повідомили про це).

На ринку України франчайзингова система представлена здебільшого мережами вітчизняних підприємств, що пояснюється простотою їхнього входження на український ринок. За даними статистики, найбільше франчайзерів припадає на торгівлю («Грегорі Арбер», «Діавест. Комп'ютерний світ»), слідом іде сфера послуг («Галопом по Європам»), громадське харчування («Піца Челентано», «Картопляна хата»), послуги для бізнесу та інше. Проте, слід зазначити, що найбільш прибутковими в

Україні є компанії з іноземними франшизами. Це в основному компанії західного походження, такі як "Coca Cola", "Pepsi", "Carlsberg", "Lukoil". Але і вітчизняні організації згодом зможуть скласти конкуренцію іноземним франчайзерам. Про це свідчить діяльність української франчайзингової компанії «Система швидкого харчування», яка увійшла в десятку найприбутковіших лідерів [1,4,5].

Можна виокремити декілька чинників, які обумовлюють привабливість України як перспективний ринок для виходу іноземних франшиз і розвитку світових брендів: 1) ментальна близькість до європейської культури, що вказує на можливість апробації усього того, що діє у Європі і США; 2) розширення ринку фастфудів і послуг (зростання кількості піцерій, шкіл з вивчення іноземних мов, туристичних послуг тощо); 3) наявність фінансових ресурсів у потенційних франчайзі для відкриття своєї справи через покупку франшизи [6].

Найбільш динамічним з точки зору інвестицій за останні роки є ринок готельного бізнесу. Цьому значно посприяло проведення в Україні Чемпіонату Європи з футболу 2012, а також бажання власників нерухомості знайти клієнтів власних готелів за рахунок входження у всесвітньо відомі мережі готелів. Це неабияк посприяло знайомству з Україною багатьох іноземців, які у найближчий час неодмінно захочуть не тільки повернутись в Україну знову, але і організувати тут бізнес. Федерація розвитку франчайзингу прогнозує у найближчий час прихід міжнародних операторів ринку нерухомості та найбільш відомих брендів ресторанного бізнесу [1].

Ринок франчайзингу в Україні активно поповнюється новими пропозиціями, в тому числі і новими брендами. Вже на початку жовтня 2012 року у Києві з'явиться всесвітньовідомий фастфуд Kentucky Fried Chicken [7].

Серед відомих брендів, які або ж уже ведуть переговори з партнерами в Україні, або шукають партнерів в Україні, є також Papa John's, Pop-A-Lock, Radio Shack, Subway, Bennigan's, Hard Rock Caf?, Carl's Jr., Denny's, Dairy Queen, 7 сamicie, Rosa Clara, Pizza Hut та багато інших [7].

Більшість експертів дійшли думки, що найбільша кількість іноземних ритейлерів високого класу прийде на наш ринок не раніше 2013–2014 рр., тобто, після часткового відновлення європейської та світової економіки.

Олександр Ногачевський з Федерації розвитку франчайзингу оцінює обороти цього бізнесу в Україні в \$ 1,5 млрд., що складає близько 3% товарообігу країни, в той час як у розвинених країнах у франчайзингу обертається від 40 до 60% загального товарообігу. Нині найбільше франчайзингових проєктів зосереджені в Києві, оскільки у столиці більше грошей і більше фахівців. Проте, існує тенденція переходу франчайзингу і в невеликі міста з 30-ти тисячним населенням [6].

Найчастіше франчайзингову форму господарювання в Україні використовують ті компанії, бізнес яких не потребує великих інвестицій – до 20 тис. доларів, і здатен досить швидко окупатися – до 1,5 року. Це звичайні види бізнесу, які не потребують великих площ. Сюди належать

точки стрітфуду, такі як «Форнетті», «Наша Ряба», «Чудо Піч», мережі турагентств («ТУІ», «Соната» та ін.), різноманітні види бізнесу у форматі «острівця» або кучочка у торговельному центрі – продаж біжутерії чи інших дрібничок [6].

З метою популяризації франчайзингу в Україні вже за традицією щорічно проводиться Міжнародний форум з франчайзингу ФНІ. Форум створений з метою об'єднання фахівців в сфері франчайзингу, представників малого та середнього бізнесу та регулярних зустрічей для обміну досвідом між однодумцями.

Варто сказати, що в Україні існує стійка тенденція до поширення франчайзингової форми співробітництва, але все ж має місце низка правових, економічних проблем, які перешкоджають стрімкому розвитку франчайзингу в Україні.

1. *Офіційний сайт федерації розвитку франчайзингу, гостинності та інфраструктури України [електронний ресурс]- Режим доступу: <http://fdf.org.ua>;*  
2. Кузьмін О.Є., Сухорська У.Р., Мирончук Т.В. *Франчайзинг у підприємницькій діяльності. Навчальні посібник. – Львів:ВАТ» Видавництво «Вільна Україна», 2007. – 144с.;*  
3. *Сайт Асоціації франчайзингу України [електронний ресурс]- Режим доступу: [http://www.franchising.org.ua/page/sostojanie\\_rynka](http://www.franchising.org.ua/page/sostojanie_rynka);*  
4. Кузьмін О.Є. *Франчайзинг / О.Є. Кузьмін, Т.В. Мирончук, І.З. Салата, Л.В. Марчук / [електронний ресурс]- Режим доступу – [http://pidruchniki.ws/15840720/ekonomika/franchayzing\\_-\\_kuzmin\\_oye](http://pidruchniki.ws/15840720/ekonomika/franchayzing_-_kuzmin_oye);*  
5. *Стаття проблеми розвитку франчайзингу в Україні [електронний ресурс]- Режим доступу: [http://www.nbuv.gov.ua/e-journals/PSPE/2010\\_1/Kashuba\\_110.htm](http://www.nbuv.gov.ua/e-journals/PSPE/2010_1/Kashuba_110.htm);*  
6. Олег Лацук/*Международные франшизы в Украине /Журнал «Власний бізнес» [електронний ресурс]- Режим доступу: <http://vlasbiz.net/content/detail/141>;*  
7. *Сайт Головного управління з питань регуляторної політики та підприємництва КМДА [електронний ресурс]- Режим доступу: <https://sites.google.com/site/bizportalkiev>*

Хомич З.С.

студ. групи МЕ-32,

Науковий керівник – к.е.н., доц. В.В. Івасюк

## ЛІДЕРСЬКІ ЗДІБНОСТІ ЯК ЗАПОРУКА УСПІХУ КОМПАНІЇ У ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Сьогодні, в часи економічної та соціальної нестабільності, особливої актуальності набуває питання наявності лідерських здібностей у менеджерів компаній, які прагнуть виходити на зовнішні ринки. Дійсно, в умовах жорсткої конкуренції та глобалізації для того, щоб успішно виконувати свій професійний обов'язок менеджеру перш за все потрібно бути лідером, вміти згуртувати та повести за собою людей. Про це неодноразово згадано у моделях ведення бізнесу таких авторів, як Дж. Джуран, П. Друкер, Едвардс Демінг, Тіто Конті тощо.

Слово «лідер», згідно із Оксфордським словником англійської мови, виникло в XIII столітті Однак на даний час існує чимало визначень понять