

нестабільність законодавчого регулювання, надмірний податковий тиск, недотримання українськими партнерами договірних зобов'язань.

Аналізуючи інвестиції в основний капітал за видами економічної діяльності, то можна сказати, що у 2008 році найбільше інвестицій було вкладено в операції з нерухомим майном, інжиніринг та надання послуг підприємцям 1338,5 млн. грн. або 28,2% від загального обсягу вкладених інвестицій, у промисловість було вкладено 1289,4 млн. грн. або 27,1% від загального обсягу інвестицій, в сільське господарство було вкладено 17,2 млн. грн. або 0,3%, в торгівлю було вкладено 490 млн. грн. або 10,3%, найменше інвестицій було вкладено в будівництво 188,2 млн. грн. або 4% [5].

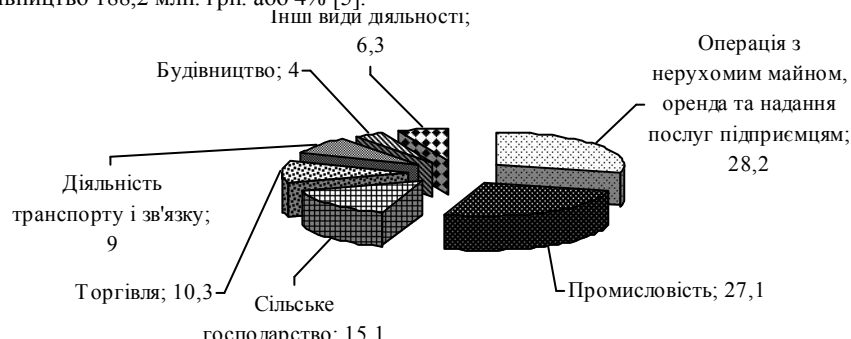


Рис 3. Структура інвестицій у Вінницькій області в основний капітал за видами економічної діяльності

Враховуючи вагомий виробничий потенціал сільського господарства, складовими якого є сприятливі природно-кліматичні умови у поєднанні з кваліфікованими кадрами, можна розраховувати на позитивний фінансовий результат виробничої діяльності. Адже інвестори, вкладаючи свої ресурси, розраховують на одержання максимальної продуктивності та рентабельності сільськогосподарського виробництва (рис.6).

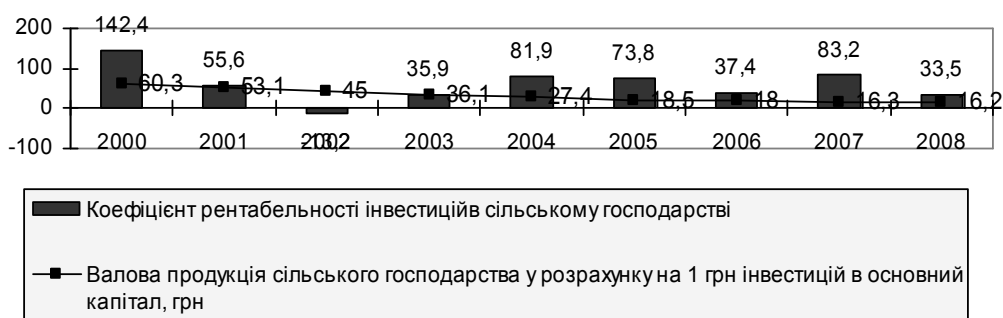


Рис. 4. Ефективність інвестицій в основний капітал у сільському господарстві Вінницької області

**Висновки.** Стан інвестиційного забезпечення підприємств Вінницької області свідчить, що на сучасному етапі розвитку підприємств перед власниками стоїть завдання раціонального використання інвестиційних ресурсів. З цього погляду пріоритетним є не величина приросту інвестицій, а підвищення ефективності їх використання, поліпшення структури та напрямів інвестиційного забезпечення, спрямування коштів на застосування новітніх технологій і техніки, що в кінцевому підсумку сприятиме поліпшенню результатів господарювання.

#### Література

1. Кириленко В.Є. Інвестиційні ресурси та ефективність їх використання в АПК/ В.Є. Кириленко//Економіка АПК.-2003.-№11.- С. 45-49.
2. Кифяк В.Ф. Внутрішні інвестиції – основа економічного розвитку регіону/ В.Ф. Кифяк// Фінанси України. - 2005.-№8.-С.32-36.
3. Лаврук В.В. Розвиток та інвестування сільськогосподарського виробництва в Україні/ В.В. Лаврук//Економіка АПК.-2010.-№2.-С. 88-95.
4. Смолій Л. В. Інвестиційне забезпечення аграрних підприємств регіону/ Л.В. Смолій// Економіка АПК.- 2009.-№9.-С. 65-67.
5. Статистичний щорічник Вінниччини за 2008 рік. Головне управління статистики у Вінницькій області.

## РОЗВИТОК ФРАНЧАЙЗЕНГОВОЇ СИСТЕМИ В УКРАЇНІ

Козак Ю.О.

*Протягом останніх десятиліть у країнах із розвинутою ринковою економікою значного поширення на національному рівні та у міжнародних економічних і правових відносинах набув продаж товарів, послуг і технологій на умовах франчайзингу. Сьогодні Україна має ринок дуже динамічний, де франчайзинг стає дедалі популярнішим.*

**Постановка проблеми.** В даний час розвиток українського підприємництва, у першу чергу малого, ускладнений підвищеними комерційними ризиками.

Організація підприємства на умовах франшизи значно знижує підприємницький ризик, тому що в цьому випадку відбувається використання уже відпрацьованого бізнесу, що довів свою ефективність. Таким чином, розвиток франчайзингу може виявитися однією з найбільш ефективних форм підтримки підприємництва, одним з можливих рішень важливої державної задачі.

Огляд останніх літературних досліджень і публікацій. Останнім часом у періодичних виданнях з'явилася низка статей, присвячених висвітленню окремих аспектів франчайзингових систем. Такі автори як О. Данніков, Г.А.Андрощук, В.А. Денисюк в своїх працях намагаються висвітлити основні проблеми даної теми, перспективи її розвитку, актуальність у наш час. Багато цікавої інформації можна прочитати в журналах Маркетинг в Україні, Маркетинг и реклама.

**Метою** написання даної статті є вивчення проблеми побудови та функціонування франчайзингових систем в Україні, шляхи їх виникання, перспективи розвитку в майбутньому.

**Виклад основного матеріалу.** Франчайзинг з'явився у далеких 1950-х рр. у США, коли McDonald's, MidalMufleg і декілька інших компаній збагнули, що вони могли б рости вдвітьох швидше, ніж інші фірми. Замість того щоб викидати мільйони доларів на будівництво й експлуатацію нових магазинів, вони дозволили незалежним компаніям робити це замість них. І до того ж ці компанії повинні були сплатити за такий привілей!

Основою для створення франчайзингу стали процеси ускладнення й удосконалення форм і методів збуту внаслідок загострення конкуренції насамперед у сфері збуту товарів і послуг. Спочатку найбільше поширення франчайзинг як особливий метод збуту товарів здобув у таких галузях промисловості США, як ресторани швидкого приготування їжі, виробництво прохолодних напоїв і аптечний бізнес [2].

Привабливість франчайзингу полягає у наявності незаперечних переваг для обох учасників франчайзингових відносин. Для малих підприємств і індивідуальних підприємців він надає стабільний дохідний бізнес, для відомих фірм і компаній — можливість розширити й усталити свої позиції на ринку. Саме цим можна пояснити наскільки велике поширення отримали системи франчайзингу як у Європі, так і в Америці.

На ринках, що зростають, таких як Україна, франчайзинг є швидким способом навчання підприємців практичних стандартів, потрібних для провадження прибуткового бізнесу.

У період входження України у ринкові відносини об'єкти інтелектуальної власності стають предметом купівлі-продажу, а точніше, виникає комплекс пов'язаних із цим майнових прав, що охороняються Законом. Договірне передавання прав інтелектуальної власності є ефективним засобом впровадження науково-технічних розробок. На цій основі виникли нові види договірних відносин: ліцензійний договір, договір франчайзингу, договір концесії та подібні до них. З усіх видів договірних відносин, що ґрунтуються на передачі комплексу виняткових прав на об'єкти інтелектуальної власності, вважаємо за необхідне виокремити договір франчайзингу як найбільш перспективний та ефективний засіб ведення бізнесу [1].

Спеціальне законодавство, що регулює франчайзинг, з'явилося в Україні лише 1 січня 2004 р., коли набули чинності Цивільний і Господарський кодекси України, що містять спеціальні норми, присвячені франчайзингу (гл. 75 ЦК України і гл. 36 ГК України).

Залежно від виконуваних функцій франшизи ділового формату поділяються на три типи:

- 1) франшизи на переробку (виробництво);
- 2) франшизи на послуги (сервіс);
- 3) франшизи на гуртову торгівлю (розподіл).

Таким чином, франчайзинг бізнес-формату зазвичай означає повне ототожнення "одиниці" з власними фірмовими дистриб'юторськими ланками франчайзера (якщо такі в нього є) щодо "ділових" інтер'єрів одиниці, уніформи службовців та інших елементів оформлення й організації бізнесу.

На сьогоднішній день у періодичних виданнях є низка статей присвячених висвітленню окремих аспектів цього явища, з яких важко скласти цілісне уявлення про таку особливу форму організації бізнесу. Також існують різні думки, різні трактування видів франчайзингу, адже вибір франчайзингу залежить: від виду господарської діяльності; стабільності франчайзера та його місця на ринку товарів і послуг; особливостей ринку місцевого франчайзі. На нашу думку, найбільш повномасштабною є класифікація видів франчайзингу на: товарний, виробничо-збутовий і діловий.

Товарний (торговельний) передбачає взаємини сторін франчайзингу у сфері торгівлі, за яких франчайзер передає, а франчайзі одержує ексклюзивне право, обмежене конкретною територією, на реалізацію під торговим знаком франчайзера продукції, яку він випускає. Товарний франчайзинг інколи називають "франчайзинг продукту (торгового імені)". Це франчайзинг у сфері торгівлі па продаж готового товару. У товарному франчайзингу франчайзером зазвичай є виробник, що продає продукт або напівфабрикат дилеру-франчайзі. Останній здійснює передпродажне й післяпродажне обслуговування покупців продукції франчайзера та відмовляється від продажу товарів конкурентів. Якщо ж товари та послуги не мають торговельних марок, вони не залучаються до цієї категорії.

Для вітчизняної економіки франчайзинг сьогодні є відносно новим явищем, тоді як у розвинених країнах він сторіччями практикувався як засіб забезпечення потреб суспільства у різноманітних послугах.

Отже, на нашу думку, франчайзинг в Україні є гібридною формою, що поєднує елементи ліцензійних угод на право володіння товарним знаком та дистрибуторських угод, які пов'язані з винятковим правом на реалізацію товарів і послуг на договірних засадах.[2.]

Отож, франчайзинг можна розуміти як пільгове підприємництво, як форму тривалої ділової співпраці, у процесі якої велика компанія надає індивідуальному підприємцеві чи групі підприємців ліцензію (франшизу) на виробництво продукції, торгівлю товарами чи надання послуг під торговельною маркою даної компанії на обмеженій території, на термін і умови, визначені договором. [1.]

На даному етапі розвитку української економіки все більше уваги приділяється кількісному збільшенню суб'єктів господарювання. Особливо це стосується сектора малого бізнесу. Одним зі шляхів нарощування маси малих підприємств — платників податків до бюджетів різних рівнів — може стати законодавче закріплення ведення бізнесу на умовах франчайзингу.

Система ринкових відносин типу франчайзингу сьогодні інтенсивно формується в Україні. За різними оцінками на сьогодні в Україні підписано понад вісімдесят франчайзингових контрактів, третина яких стосується ринку нафтопродуктів, ще чверть - системи Fast food. Найбільші франчайзери — "Мак Дональдс", "Кодак", "Фуджі", "Вілла". "Баскін&Робінс". "Альянс", "Швидко", "Ростикс", "XXI століття", "Uno momento" та низка інших [3].

Успішно розвивають франчайзингову мережу в Україні також фірма SPAR, російська фірма 1С та українські підприємства ТОВ "Торгова марка Піцца Челентано", мережа ресторанів швидкого харчування "Єврохата" та Асоціація "МакСмак" (до речі, перші в Україні франчайзингові фаст-фуди).

В Україні 29 грудня 2001 р. розпочала свою діяльність Асоціація роботодавців у галузі франчайзингу. Завдання цієї організації — представляти інтереси підприємців та їхніх операторів, які використовують франчайзингові договори у державних установах, і надавати їм практичну допомогу в організації та просуванні на ринку. Одночасно з активною діяльністю на національних теренах Асоціація налагоджує зв'язки з іноземними та міжнародними асоціаціями, вивчає досвід інших країн у франчайзинговій діяльності та нормативні засади останньої.

**Висновок.** Отже в Україні франчайзинг активно розвивається. Найбільш охопленими франчайзинговими мережами є такі сфери бізнесу, як громадське харчування, роздрібна торгівля, послуги, автоперевезення та будівництво.

Стрімке зростання франчайзингу, що спостерігається практично в усьому світі, триватиме. Однак дуже маловірогідно, щоби франчайзингові системи завтрашнього дня були цілком ідентичними до тих, що існують сьогодні. За стрімких змін в економіці й у той час, коли ідея створення єдиного світового ринку практично стала реальністю, деякі внутрішні аспекти природи франчайзингу як такого перебувають на межі зміни.

#### Література

1. Цивільний кодекс України від 16 січня 2003 р. - К.: Атака. - 2003. -С. 345-354.
2. Андрощук Г. А., Денисюк В. А. Франчайзинг: міжнародний опыт, зкономические показатели, практика регулирования // Стратегія економічного розвитку України: Наук. зб. - К.: КНЕУ, 2002. - Вип. 5 (12). -С. 78-93.
3. МакСмак [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.maks-mak.com>. - Заголовок з екрану.

## ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ ТВАРИННИЦТВА ВІННИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ

Красняк В.Ю.

Науковий керівник: Мельник В.Я., к.с.-г.н. доцент

*Проаналізовано сучасний стан розвитку галузі тваринництва, зміни у поголів'ї, виробництва та реалізації тваринницької продукції у господарствах всіх форм власності у Вінницькій області. Визначені напрямки підвищення економічної ефективності виробництва основних видів продукції тваринництва.*

**Постановка проблеми.** В даний час сільське господарство являє собою складну економічну систему, в якій галузь тваринництва виступає підсистемою різноманітних взаємодіючих і взаємопов'язаних зв'язків та елементів. Ефективність функціонування галузі тісно пов'язана з її цільовою функцією - збільшення обсягів виробництва тваринницької продукції високої якості яка необхідна для максимального забезпечення існуючих потреб населення в продуктах харчування, а просторовість необхідною сировиною.

Задоволення населення України в продуктах харчування значною мірою залежить від стану галузей продуктивного тваринництва. Адже підвищення рівня харчування супроводжується вдосконаленням її структури. При цьому істотно збільшується споживання м'ясо-молочних продуктів та яєць.

Однак, ситуація, що склалася на сьогоднішній день в галузі тваринництва, залишається складною, не дивлячись на посилення державної підтримки в останні роки, залучення приватних інвестицій та поступової