

- вдосконалення системи бюджетного планування;
- проведення розмежування державного та комунального майна;
- узгодження механізму надання бюджетних трансфертів адміністративно-територіальним одиницям із їх виконанням найважливіших макроекономічних показників соціально-економічного розвитку.

Досягнення соціальної справедливості неможливе без децентралізації бюджетної системи та впровадження дієвих механізмів взаємодії між бюджетами різних рівнів, що є однією із важливих умов стабільного соціально-економічного розвитку. Удосконалення системи міжбюджетних відносин дасть змогу забезпечити ефективність середньострокового бюджетного планування, що закріплене Бюджетним кодексом України, як на регіональному, так і державному рівнях, та виконання державних функцій.

Література

1. Лисяк Л.В. Бюджетна політика у системі державного регулювання соціально-економічного розвитку України: моногр. / Л.В. Лисяк. – К.: ДННУ АФУ, 2009. – 600 с.
2. Регулювання міжбюджетних відносин: Україна і європейський досвід: наук. моногр. / В.Г. Бодров, О.П. Кириленко, Н.І. Балдич та ін.; за ред. В.Г. Бодрова. – К.: НАДУ, 2006. – 296 с.

3. Фінансово-монетарні важелі економічного розвитку: у 3 т. Т. 1: Фінансова політика та податково-бюджетні важелі її реалізації / А.І. Даниленко, О.М. Алимов, О.І. Барановський та ін.; за ред. А.І. Даниленка. – К.: Фенікс, 2008. – 468 с.

4. Прогнозування макроекономічних наслідків упровадження Податкового кодексу України / Ф.О. Ярошенко, Т.І. Єфименко, С.Л. Лондар та ін.; за заг. ред. Ф.О. Ярошенка. – К.: ДННУ «Акад. фін. управління», 2010. – 368 с.

5. Музика О.А. Неподаткові доходи місцевих бюджетів України (фінансово-правове дослідження): моногр. / О.А. Музика. – К.: Атіка, 2006. – 256 с.

6. Стефанюк І.Б., Крисюк Н.Е. Актуальні аспекти міжбюджетних відносин у світлі нової редакції Бюджетного кодексу України / І.Б. Стефанюк, Н.Е. Крисюк // Фінанси України. – №2. – 2011. – С. 86–96.

7. Бюджет та економіка. Основні тенденції 2007 року / Щербіна І.Ф., Рудик А.Ю., Зубенко В.В., Самчинська І.В. – К.: ІБСЕД, 2008. – 15 с.

8. Бюджетний моніторинг: Аналіз виконання бюджету за 2010 рік / [Щербіна І.Ф., Рудик А.Ю., Зубенко В.В. та ін.]; ІБСЕД, Проект «Зміцнення місцевої фінансової ініціативи», USAID. – К., 2011. – 142 с.

9. Луніна І.О. Капітальні трансферти місцевим бюджетам: підходи до створення ефективної системи управління / І.О. Луніна І.О. // Фінанси України. – №2. – 2011. – С. 1–11.

10. Звіт про виконання Державного бюджету України у 2010 році [Електронний ресурс]. – режим доступу: <http://treasury.gov.ua/main/uk/index>

А.М. МАГОМЕДОВА,
аспірантка, Київський національний університет ім. Т. Шевченка

Франчайзинг в Україні: проблеми теорії та практики

У статті розглянуто франчайзинг як одну з форм партнерських підприємницьких відносин. Визначено сутність та тенденції його поширення на ринку України. З'ясовано основні проблеми розвитку франчайзингу та можливі шляхи їх вирішення.

Ключові слова: франчайзинг, франчайзер, франчайзі, франшиза, партнерські підприємницькі відносини.

В статье рассматривается франчайзинг как одна из форм партнерских предпринимательских отношений. Определена сущность и тенденции его распространения на рынке Украины. Выявлены основные проблемы развития франчайзинга и возможные способы их решения.

Ключевые слова: франчайзинг, франчайзер, франчайзи, франшиза, партнерские предпринимательские отношения.

The paper deals with franchising as one of forms of partnerships among business entities. The determination of this form is identified and trends in its spread in Ukraine are examined. Crucial problems of franchising development and ways of their solution are considered.

Keywords: franchising, franchiser, franchisee, franchise, partnerships among business entities.

Постановка проблеми. Для української економіки питання розвитку підприємництва вирішується протягом двох десятиліть, проте ще й досі не втратило своєї актуальності. Постійні спроби зблизити сектор малого та великого бізнесу, полегшити процедуру започаткування власної справи, зробити бізнес доступнішим для громадян України і таким чином зменшити рівень безробіття та підвищити добробут населення – всі ці спроби уряду мали місце, однак особливим успіхом не увінчались. Справжнім каталізатором, що дасть змогу принаймні частково вирішити проблеми підприємництва в національній економіці, може бути франчайзинг. Діяльність на умовах франчайзингу – відносно не нове явище для вітчизняного бізнесу, але, як підкреслюють експерти, надзвичайно перспективне. Це той ефективний інструмент, який дасть змогу національним суб'єктам господарювання розширити межі своєї підприємницької діяльності, перейняти досвід іноземних партнерів, а також навчить адаптуватися до постійно мінливих умов ділового середовища.

Аналіз досліджень та публікацій з проблеми. Проблемами розвитку франчайзингу в Україні займалися такі науковці, як О. Корольчук, В. Осецький, О. Микитюк, А. Цират, Т. Степанова, російські та інші іноземні дослідження викладені у працях А. Панфілової, Д. Суворової, С. Спінеллі-мол., Я. Мюррея, Ж. Дельтея та ін., які зробили істотний внесок у визначення сутності франчайзингових відносин, в їх історичний розвиток як в Україні, так і у світі, правову природу існування франчайзингових договорів, види та форми даного способу започаткування бізнесу, його переваги та недоліки тощо. Однак існують деякі питання, які потребують подальшого доопрацювання, зокрема вдосконалення категоріального апарату франчайзингових відносин, сучасний стан розвитку та причини невдач співпраці партнерів за подібною формою партнерства.

Метою статті є поглиблене розкриття змістової сутності франчайзингу та виявлення причин сповільнених темпів його розвитку в Україні.

Виклад основного матеріалу. Привабливий спосіб організації бізнесу виник ще приблизно у середині XVI століття на території Великої Британії, згодом поступово став поширюватися на сусідні європейські держави та США. Чимала кількість всесвітньовідомих компаній, таких як, наприклад, Coca Cola, McDonald's, Benetton, «Дженерал Моторс» та інші, були засновані саме на умовах вище згаданої форми партнерських відносин й досі продовжують свою успішну та надприбуткову діяльність. Сьогодні світовий ринок франчайзингу невпинно зростає і використовується вже у понад 80 країнах на різних континентах.

Перш ніж перейти до аналізу сучасних тенденцій та перспектив розвитку франчайзингу в Україні, з'ясуємо сутність самого поняття «франчайзинг». Подібна форма діяльності з кожним роком стає дедалі популярнішою серед вітчизняних суб'єктів господарювання. Тим часом існує ціла низка певних проблем, які значно гальмують розвиток даного способу започаткування власної справи. Однією з найістотніших проблем, на нашу думку, є визначення сутнісної форми франчайзингу. Оскільки останній має багату історичну спадщину, у відповідній науковій літературі можна знайти значну кількість тлумачень даної економічної категорії.

Вперше визначення франчайзингу було представлено в Оксфордському словнику англійської мови, де вказано: «Franchising – це всі права і свободи єпископатів, надані королівською короною у 1559 році, а Franchises – ярмарки, ринки та інші місця, призначені для торгівлі» [1, с. 12]. Подібне тлумачення має цінність лише для аналізу еволюції даної категорії, однак зовсім неактуальне за сучасних економічних реалій.

За визначенням Міжнародної асоціації франчайзингу: «Франчайзинг – це договірні відносини між франшизодавцем і франшизоодержувачем, де франшизодавець пропонує або зобов'язується виявляти постійний інтерес до діяльності франшизоодержувача в таких сферах як ноу-хау і навчання персоналу, тоді як франшизоодержувач здійснює

власну діяльність під спільним фірмовим найменуванням, форматом і/чи процесом, яким володіє франшизодавець, і вклав або вкладе значні інвестиції у це підприємство із власних ресурсів» [1, с. 12]. На наш погляд, дане визначення є не зовсім повним і коректним, тому що обмежує та звужує поле зацікавленості франшизодавця. Тобто це може бути не тільки сфера ноу-хау та персоналу, а й інші сфери господарської діяльності підприємницької одиниці.

Деякі зарубіжні практики пропонують визначення франчайзингу як такої форми організації та ведення бізнесу, відповідно до якої один із підприємців (франчайзер) розробляє модель бізнес-процесу і продає права на ведення бізнесу відповідно до цієї моделі іншому підприємцеві» [2, с. 25]. На нашу думку, подібне визначення можна було б певним чином уточнити, а саме, підкреслити, що франчайзер не обмежується лише виключно продажем прав на ведення бізнесу, а й постійно здійснює контроль та нагляд за подальшою підприємницькою діяльністю новоствореного франчайзі.

Ще одне популярне тлумачення франчайзингу, запропоноване західним дослідником, який чимало своїх робіт присвятив дослідженню саме даної форми організації бізнесу, звучить таким чином: «Під франчайзингом ми розуміємо певний формат, комплекс прав та обов'язків, – пакет, який франчайзер продає власнику франшизи» [3, с.16]. Вище зазначене визначення не зовсім коректне та складне для сприйняття. Власником франшизи підприємець стає тільки після придбання бізнес-пакету, а тлумачення сформульоване так, ніби суб'єкт господарювання є власником якоїсь певної франшизи і тільки за таких умов може придбати ще додатково пакет певних послуг.

І. Килітник рекомендує визначити франчайзинг як довгострокову співпрацю двох або декількох партнерів, які об'єднуються з метою сумісного використання товарного знака, відпрацьованої технології, ноу-хау й інших об'єктів права інтелектуальної власності [4, с. 22]. Досить вдале трактування, однак не зовсім повне, адже автор не вказав, що суб'єкти господарювання, об'єднуючись, розпоряджаються об'єктами інтелектуальної власності, які вже належать одному із партнерів і передаються у володіння іншому (тобто продаються), а не просто на рівних правах спільно використовуються між собою.

Вітчизняний фахівець з даної області знань А. Цират пропонує визначити франчайзинг як систему контрактних відносин, згідно з якими одна сторона – франчайзер на певних умовах надає іншій стороні – франчайзі право на використання свого імені (торгівельної марки, знака обслуговування, товарного знака, технології ведення бізнесу та ін.) при збереженні повної юридичної й економічної самостійності франчайзі [5, с. 54]. На наш погляд, подане вище визначення досить змістовне, проте варто було б підкреслити, що, незважаючи на юридичну та економічну незалежність франчайзі, франчайзер продовжує здійснювати свій вплив на подальшу підприємницьку діяльність і після продажу

франшизи суб'єктові господарювання, і це, як правило, є невід'ємною складовою договору про партнерство.

В. Євдокимова наводить своє тлумачення франчайзингу: «Це договір, за яким одна особа (правоволоділець), яка має розроблену систему ведення певної діяльності, дозволяє іншій особі використовувати цю систему відповідно до вимог власника франшизи в обмін на винагороду» [6, с. 8]. У цьому випадку сутність франчайзингу визначено як договір, і, на нашу думку, це не зовсім правильно, адже мова йде не просто про документ певного типу чи зразка, а про цілу систему відносин, яка має свої чітко окреслені особливості та відмінні риси.

З огляду на здійснений аналіз наукової літератури нами запропоноване таке тлумачення поняття: «Франчайзинг – це одна з форм партнерських підприємницьких відносин, за якої одна сторона (власник) передає у користування іншій особі певний пакет послуг за конкретну винагороду чи періодичні грошові відрахування на свою користь та за умов поточного контролю за діяльністю новоствореної підприємницької одиниці зі збереженням її юридичної та економічної самостійності».

Таким чином, у науковій літературі існують різні тлумачення досліджуваної економічної категорії. Вони всі між собою дещо відрізняються, деякі з них є не зовсім коректними та точними, проте дають можливість зрозуміти природу та сутність франчайзингу. Чітке і зрозуміле визначення франчайзингу є надзвичайно важливим із огляду на те, що у жодному з нормативно-правових документів державного значення в Україні подібна категорія не зустрічається. Пропонує її лише законопроект України «Про франчайзинг», який відповідними спеціалістами було подано на розгляд до Верховної Ради ще у 2001 році і який так і не було ухвалено. На сьогодні всі теоретичні та практичні питання, пов'язані з вище зазначеною господарською діяльністю, регулюють Господарський та Цивільний Кодекси України (гл. 36 та 76 відповідно), які замість категорії «франчайзинг» оперують терміном «комерційна концесія». Ці два поняття близькі за своїм значенням, однак зовсім не тотожні, мають абсолютно

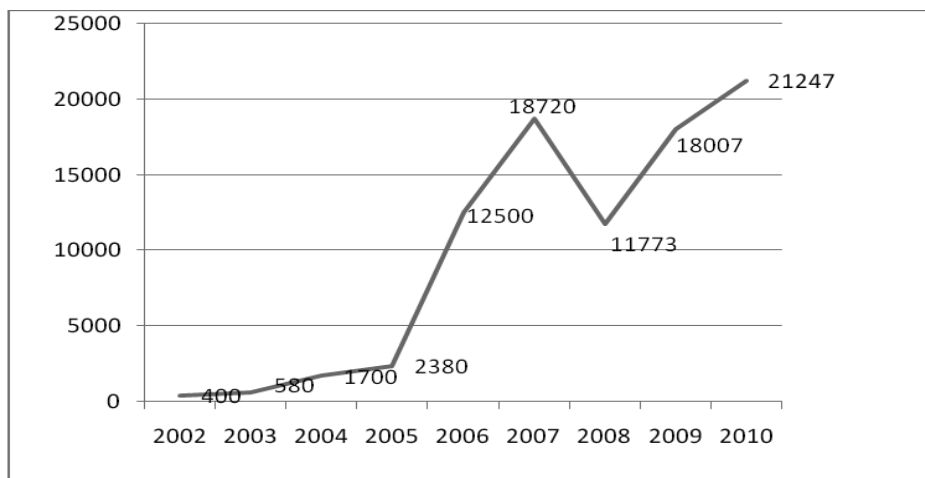
різну природу походження. Відзначаючи різницю, варто підкреслити, що розбіжність цих двох термінів та відсутність чіткого визначення франчайзингу на законодавчому рівні, автоматично створює ряд перешкод для ефективного розвитку подібних економічних відносин в Україні. Адже, як правило, франчайзерами виступають іноземні підприємства, які, продаючи франшизу вітчизняному суб'єкту господарювання, мають адаптувати всю діяльність, свій вплив та контроль під національну нормативну базу. Відповідно, якщо остання досить недосконала та суперечлива, уникнути проблем та непорозумінь між партнерами стає значно важче, ніж за інших, більш сприятливих умов.

Статистичні дані засвідчують суперечливі тенденції у розвитку франчайзингу в Україні. З одного боку, спостерігається постійне збільшення кількості франчайзі на ринку України, тобто все частіше підприємці висловлюють довіру та обирають подібний спосіб господарювання. Так, у 2002 році чисельність франчайзингових підприємств становила 400 точок, а на кінець 2010 року ця цифра зросла вже до 21 247 підприємницьких структур. Позитивну динаміку зростання було порушено лише у 2008 році – періоді, з яким пов'язане виникнення фінансової кризи на території України (див. рис.).

З іншого боку, звернувши увагу на світову статистику, можна побачити невтішні дані на вітчизняному ринку. Так, наприклад, у США 40% товарообігу країни належить франчайзингу, в Євросоюзі – до 60%, в Японії – 70%, а в Україні лише близько 4% [9].

За даними Асоціації франчайзингу України, франчайзингові підприємства представлені у понад 15 сферах економіки, проте найбільш привабливими залишаються сфери громадського харчування, роздрібної торгівлі, побутового обслуговування та будівництва. Більш детально галузевий розріз франчайзингових підприємств станом на кінець 2010 року наведено у таблиці.

Зі зростанням кількості франчайзі на вітчизняному ринку відповідно зростає і кількість проданих франшиз. Як правило,



Динаміка розвитку підприємств-франчайзі на кінець 2010 року

Джерело: розроблено автором на основі даних [7, 8, с. 8; 2].

Галузеве співвідношення кількості франчайзерів та франчайзі в Україні на кінець 2010 року

Сфера застосування	Кількість франчайзерів	Кількість франчайзерів, %	Кількість франчайзі	Кількість франчайзі, %
Торгівля	179	49,9	13303	62,6
Послуги споживачам	75	20,9	2263	10,65
Громадське харчування	50	13,9	1760	8,4
Інформація	8	2,3	128	0,6
Послуги для бізнесу	21	5,8	2116	9,9
Виробництво	12	3,3	389	1,9
Вендінг	11	3,1	1195	5,6
Фінанси	3	0,8	93	0,4
Всього	359	100	21247	100

Джерело: розроблено автором на основі даних [7, с. 8].

найчастіше популярністю користуються бізнес-пакети іноземного походження, проте серед лідерів є українське підприємство-франчайзер «Система швидкого харчування». Досвід діяльності даного суб'єкта господарювання показує, що у майбутньому вітчизняні франчайзі можуть скласти рівну конкуренцію підприємствам, що придбали іноземну франшизу.

Отже, недосконалість та обмеженість законодавчої бази та відсутність однойменного закону значно обмежує поле розвитку перспективної франчайзингової форми підприємницьких відносин в Україні. Проте поряд із вище зазначеною існує ще ряд проблем, які не сприяють популярності серед вітчизняних підприємств подібних партнерських підприємницьких відносин, а саме:

- часто вартість франшизи є досить високою і потенційні франчайзі не мають достатньо коштів для її придбання;
- складність отримання кредитів для франчайзі або високі відсоткові ставки для їх погашення;
- проблема захисту об'єктів інтелектуальної власності в Україні;
- ухвалення Податкового кодексу України частково змінило умови діяльності підприємницьких структур, так і процес ведення бухгалтерської та податкової звітності;
- висока ймовірність виникнення конфліктних ситуацій між партнерами у процесі їх подальшої співпраці (франчайзі може зіпсувати роками здобуту репутацію франчайзера у разі недотримання умов договору; франчайзер, у свою чергу, зловживаючи своїми правами, може таким чином обмежувати господарську самостійність франчайзі);
- слабка підготовка підприємців та обмежена обізнаність значно скорочує їх перспективи стати потенційними франчайзерами чи франчайзі;
- відсутність державної підтримки та захисту діяльності вітчизняних франчайзерів та франчайзі.

Для сприяння популярності франчайзингової форми співробітництва на ринку України, на наш погляд, варто, вжити таких заходів:

- перш за все прийняти нормативно-правовий документ, згідно з яким регулюватиметься франчайзинговий спосіб започаткування бізнесу;
- стимулювати банківські установи співпрацювати з франчайзі за певними пільговими схемами;

- запровадити пільговий режим оподаткування для новостворених франчайзі, принаймні впродовж першого року діяльності;

- сприяти освітній підготовці потенційних учасників партнерських підприємницьких відносин можна шляхом запровадження у вищих навчальних закладах на відповідних факультетах спекурсів з франчайзингу;

- розробка Державної програми підтримки франчайзерів та франчайзі значно стимулюватиме майбутніх підприємців обрати саме цей спосіб господарювання.

Висновки

Таким чином, франчайзингова форма організації підприємницької діяльності визнана багатьма країнами світу і з кожним роком доводить свою ефективність на вітчизняному ринку. Збільшення кількості франчайзингових підприємств (як франчайзерів, так і франчайзі) та розширення сфери застосування подібного способу організації бізнесу – це ті показники, які характеризують позитивну динаміку у сфері підприємництва. Звичайно, суб'єкти господарювання, обравши франчайзинговий тип співпраці, на етапі свого становлення зіштовхують з достатньою кількістю проблем на бар'єрів. Однак, на наш погляд, несприятливим чином на розвиток франчайзингу в Україні суттєвим впливає саме недосконалість, недостатньо розроблена і зовсім не адаптована до сучасних економічних реалій, законодавча база. Вирішення даної проблеми послужить суттєвим імпульсом до становлення партнерства на якісно новому рівні. Сприяє розвитку франчайзингу в Україні потрібно поступово, конструктивно і за наперед розробленим планом, адже подібний спосіб організації господарської діяльності впливає на рівень безробіття у бік його зниження, удосконалює розвиток малого та середнього бізнесу, прискорює процес запровадження наукових досягнень, а також формує у державі потужний середній клас.

Література

1. Опейда З. Франчайзинг чи комерційна концесія? // Юр. газета. – 2006. – №18. – С. 12.
 2. Спинелли-мл., Стивен, Розенберг, Роберт М., Берли, Сью. Франчайзинг – путь к богатству: Пер. с англ. – М.: ООО «И.Д. Вильямс», 2007. – 384 с.

3. Мюррей Я. Франчайзинг: Пер. с англ. – СПб.: Питер, 2004. – 144 с.
4. Килимник И. Договор франчайзинга: анализ содержания // Предпринимательство, хозяйство и право. – 2000. – №9. – С. 22–28.
5. Цират А.В. Франчайзинг и франчайзинговый договор / А.В. Цират. – К.: Истина, 2002. – 240 с.
6. Евдокимова В. Франшиза и договор коммерческой концессии // Патенты и лицензии. – 1998. – №1. – С. 8–18.

7. Газета спецвыпуск к выставке «Франчайзинг 2011» «Мир Франчайзинга» // Информационное ревю Ассоциации франчайзинга Украины – 2011. – №49. – С. 8.
8. <http://www.franchising.org.ua> – офіційний сайт Асоціації франчайзингу України
9. <http://fdf.org.ua> – офіційний сайт Федерації розвитку франчайзингу, гостинності та інфраструктури України.

Ю.В. МАХНАРИЛОВ,

к.е.н., Київський національний університет технологій та дизайну

Структурні показники довіри вкладників банківської системи

Досліджуються показники зміни довіри вкладників до банківської системи країни та національної валюти.

Ключові слова: довіра, депозит, банк.

Исследуются показатели изменения доверия вкладчиков к банковской системе страны и национальной валюте.

Ключевые слова: доверие, депозит, банк.

It is researched the indicator of changing of the depositor confidence to the domestic banking system and domestic currency.

Keywords: confidence, bank, deposit.

Постановка проблеми. Одним із джерел формування ресурсної бази комерційних банків є тимчасово вільні кошти населення країни. Посередником між відкриттям банківського депозитного рахунку та наміром його відкрити є довіра потенційного вкладника. З-за своїх властивостей парціальності та вибірковості [1] довіра вкладника формується до конкретного депозитного продукту, до банку розміщення депозиту, до валюти розміщення, до банківської системи країни в цілому. В умовах фінансових та політичних криз вплив довіри до банківської системи стає вирішальним у прийнятті вкладниками рішень щодо вилучення своїх грошей з банку, що призводить до зупинки його роботи. Прийняття подібних рішень вкладниками інших банків може зупинити діяльність банківської системи в цілому.

Аналіз досліджень та публікацій з проблеми. В.В. Корнеєв [2], досліджуючи особливості фінансових спекуляцій у передкризові періоди, помічає вплив чинника довіри на поведінку інвесторів. Він пише: «Фінансові кризи містять елемент психологічних аномалій прийняття інвестиційних рішень на фінансових та інших ринках. Початковий азіотаж спекулятивного розміщення ресурсів після краху ринків замінюється панікою, втечею залишків капіталу з організованих ринків, закриттям рахунків і загальним падінням довіри. У цьому руслі економічні негаразди 2008–2010 ро-

ків (як і інші) викликані не стільки кризою ліквідності, а радше кризою довіри».

В одному з попередніх досліджень [3] встановлено зв'язок між показниками довіри вкладників банків та кризами (політичними, економічними), які періодично виникали в національній економіці. Зроблено висновок про можливість оцінки зміни довіри вкладників (потенційних вкладників) до банківської системи в цілому шляхом використання відносних показників приросту строкових банківських депозитів.

Крім відносних показників досвід банківської системи дозволяє дослідити абсолютні значення показників довіри вкладників, порівняти їх перебіг у передкризові та кризові періоди.

Метою статті є дослідження структурних показників довіри до банківської системи країни та національної валюти.

Виклад основного матеріалу. На зміну абсолютних та відносних показників депозитів впливає попередньо сформована довіра вкладників (та потенційних вкладників). Відображена у динаміці депозитів банківської системи в цілому, довіра вкладників набуває опосередкованого виміру, в тому числі її властивості – парціальність та вибірковість. Поняття довіри вкладників до банківської системи країни не має чітко встановленого визначення, оскільки далеко не всі клієнти комерційних банків можуть сформулювати, що для них є банківська система, а для деяких з них взагалі не існує такого поняття. Тому довіра до банківської системи країни вивчається з позиції дослідника, а не вкладника. Більш конкретним є поняття національної валюти, оскільки гривня має як абсолютну (річ у матеріальній формі), так і відносну (можливість порівнювання з іншими речами) представленість у свідомості вкладника.

В якості показників, які відображають вплив довіри на прийняття рішень потенційних вкладників про розміщення тимчасово вільних коштів на депозитних рахунках в комерційних банках і, таким чином, дозволяють вимірювати цей вплив, у даному дослідженні прийнято: 1) частки депозитів з різними строками розміщення в загальній сумі строкових депозитів; 2) частку депозитів, розміщених в національній валюті, в загальній сумі строкових депозитів.