

## ДОСЛІДЖЕННЯ МОЖЛИВОСТЕЙ ФРАНЧАЙЗИНГУ ЯК ЧИННИКА ІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНСЬКОЇ ЕКОНОМІКИ У СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО

© Домарадзька Г.С., Гладун Т.М., 2011

Необхідність активізації інтеграційних процесів як передумова повноцінної участі української економіки в світовому господарстві набуває особливої ваги в сучасній нестабільній фінансовій ситуації. Розуміння особливостей кризових процесів, характерних для розвинутих країн світу, вимагає уважних, виважених і професійно обґрунтованих кроків стосовно напряму, процедур і механізмів входження України в існуючі інтеграційні угруповання. Аналіз досвіду України у цьому аспекті, напрацьованих заходів та рішень, узгоджених з керівництвом інтеграційних угруповань, свідчить про недостатню економічну, правову та соціальну готовність України до таких кроків. Так, остаточне виконання сформованого ще в 2004 році «Плану дій Україна – Європейський Союз» [1] пов'язане з суттєвими проблемами. Зрозуміло, що постійні політичні «катаклізми» в Україні є важливою, але не єдиною причиною такої ситуації. Не менш важливим є соціально-економічна відсталість України, вагомим фактором якої є низький ступінь розвиненості малого і середнього бізнесу в країні. Для змін цієї ситуації доцільне використання сучасних форм підприємницької діяльності, зокрема, франчайзингу, який надає широкі можливості для розвитку малого і середнього бізнесу.

Важливі аспекти франчайзингової діяльності досліджували відомі науковці та практики: Кузьмін О.Є., Мирончук Т.В., Салата І.З., Марчук Л.В., Цират А.В., Савельєв Є.В., Виноградська А.М., Бедринець М.Д., Лазарєв С.Ф. та ін.

У цьому науковому матеріалі досліджено можливості франчайзингу як чинника інтеграції вітчизняних підприємств у світове господарство.

Франчайзинг – один з найефективніших способів створення (розширення) малого і середнього бізнесу. Проте, при формуванні франчайзингових відносин виникають певні ризики, характерні як для франчайзера, так і для франчайзі. Аналіз можливих ризиків і кількісна оцінка їх наслідків найбільше важливі для франчайзі, оскільки обумовлюють доцільність створення власного бізнесу. Підприємець, який вирішив вступити у франчайзингову мережу стикається з проблемою вибору останньої. Тому на етапі підготовки франчайзингової угоди слід детально оцінити зовнішні і внутрішні фактори як позитивного, так і негативного характеру. Наприклад, здійснити оцінку привабливості франшизи, пропонуваної франчайзером, франчайзі може провести за таким алгоритмом:

$$P^f = f(\alpha, \beta, \lambda, \gamma),$$

де  $P^f$  - привабливість франшизи;  $\alpha$  - конкурентоспроможність торгової марки франчайзера;  
 $\beta$  - обсяг (перелік) видів економічної і технічної допомоги, яку надає франчайзер франчайзі;  
 $\lambda$  - фінансова потужність (стабільність) франчайзингової системи;  $\gamma$  - ціна франшизи.

При цьому  $P^f \rightarrow \max[\alpha \rightarrow \max, \beta \rightarrow \max, \lambda \rightarrow \max, \gamma \rightarrow \min]$ .

Перспективи подальших досліджень у цьому напрямі полягають у комплексному аналізі факторів привабливості франчайзингу як чинника активізації залучення українських підприємств у світогосподарські зв'язки.

1. [www.glavred.info](http://www.glavred.info). План дій Україна – Європейський Союз, 2004.