

время все больше внимания уделяется возможности двойного листинга. Проанализировав состояние фондового рынка Украины, можно сделать вывод о том, что к основным факторам, которые тормозят его развитие, принадлежит слабая законодательная база, низкий уровень ликвидности и др. К основным причинам низкой ликвидности отечественного фондового рынка можно отнести:

- ✓ низкий уровень капитализации фондового рынка;
- ✓ отсутствие эффективного механизма защиты прав инвесторов;
- ✓ низкий уровень прозрачности фондового рынка;
- ✓ отсутствие полноценно функционирующего рынка деривативов.

Література

1. Звягильский, Е. Л. Капитализация – основа и направления повышения стоимости Украины : [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.2000.net.ua>
2. Котенко, В. Правительство пытается запустить фондовый рынок с помощью налогов : [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://forbes.ua/opinions/>
3. Москвин С. Фондовый рынок України: місце зустрічі можна змінити. Дзеркало тижня, №11, 20-26 березня 2010 р. : [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.zn.ua>
4. Цінні папери в Україні [Текст]: навч. посіб. / Павлов В.І., Пилипенко І.І. та ін. Вид. 2-ге, доп. – К.: Кондор, 2004. – 400 с.
5. Чемодуров, О. Капіталізація фондового ринку та економічне зростання [Текст] / О. Чемодуров // Економіка України. – 2011. - №9 (598). – С. 43.
6. Лобанова, А. А. Энциклопедия финансового риск-менеджмента [Текст] / Под ред. А. А. Лобанова и А. В. Чугунова. 2-е изд., перераб. и доп. – М., 2006 г. – 785 с.

Смирнов В.В., Сергієнко Л.Г.

АЛЬТЕРНАТИВНІ ДЖЕРЕЛА ІНВЕСТУВАННЯ

В самий пік фінансової та економічної кризи в Україні дуже актуальним стає питання пошуку джерел фінансування власного бізнесу, тим паче крім проблем криза принесла з собою безліч можливостей. І якщо на реалізацію певної потенційно успішної бізнес-ідеї можна взяти кредит, то на маркетингову компанію та розвиток підприємства кредити видають лише за позитивного досвіду роботи, який за сьогоднішніх рівнів конкуренції отримати початківцю майже не можливо.

Одним із провірених способів випередити конкурентів, та зайняти стабільно зростаючий сегмент ринку є франчайзинг.

Франчайзинг – це така форма організації і ведення бізнесу, відповідно до якої один із підприємців (франчайзер) розробляє модель бізнесу-процесу і продає права на ведення бізнесу відповідно до цієї моделі іншому підприємцеві

(франчайзі). Проте франчайзинг як спосіб ведення бізнесу не обмежується лише продажем та покупкою прав на певну торгову марку. Якщо вивчити історію розвитку франчайзингу, то впливає той факт, що у першому широкомасштабному франчайзингу мав найбільший інтерес саме франчайзер в лиці Дженерал Моторс, перед якою постала проблема розширення ринків продажу, а також розвитку сервісних салонів. Даний досвід говорить про те, що обрання франчайзингу як способу ведення власного бізнесу, франчайзі не обов'язково повинен вкладати надвеликі статки.

Варто зазначити, що різноплановість франчайзингових відносин спричинила множину підходів у визначенні їх суті. Так, з позицій російського вченого О. Новосельцева франчайзинг, являючись певним типом організації бізнесу, передбачає створення широкої сітки однотипних підприємств, які мають єдину торговельну марку (бренд), виконують однакові умови, стиль, методи і форми продажу товарів, надання послуг, найважливішими з них є: єдині вимоги до якості товарів (послуг), єдині ціни, які встановлюються й регулюються централізовано. На думку Короленко, суть франчайзингу зводиться до того, що в обмін на переваги на практиці перевіреної концепції ведення бізнесу з порівняно відомою торговельною маркою, франчайзі ділиться з франчайзером часткою свого прибутку. Професор Варшавської школи економіки О. Сулаєвич визначає, франчайзинг як узгоджене поєднання знань, навичок, торговельної марки франчайзера та капіталу і підприємницької енергії тримача франшизи.

Враховуючи багатогранність поглядів стосовно сутності франчайзингу необхідно акцентувати увагу на аналізі його конкретних форм, видів та привабливості модної бізнес-моделі для українських підприємців.

Останнім часом класичний франчайзинг змістився в напрямку забезпечення франчайзера додатковими можливостями швидкого розвитку з найменшими витратами. Серед множини варіантів класичного франчайзингу можна виділити три із них, які найчастіше використовуються на практиці: регіональний франчайзинг; субфранчайзинг; франчайзинг, який розвивається. Порівняльна характеристика названих різновидів класичного франчайзера дає можливість виділити характерні особливості, притаманні їм.

Для регіонального франчайзингу специфікою являється охоплення франчайзером своєю діяльністю певного географічного регіону. Через дію ревалентних факторів (недостатні засоби, колектив) франчайзер, використовуючи моделі регіонального франчайзингу, може спиратися на підтримку головного франчайзі. Своєю чергою, головний франчайзі має право формувати нових франчайзі в своєму географічному регіоні, а також забезпечувати їх первісне навчання та інші послуги, що, як правило, здійснює сам франчайзер.

Головний франчайзер включається у розподіл платежів, а часто і внесків, рекламний фонд користується всіма пільгами, які дає франчайзинг. З цією метою він теж платить ліцензійні внески, а також внески на рекламу безпосередньо франчайзерові. При цьому, контракт між франчайзером і головним франчайзі обумовлює, що з боку кожного буде виконуватись специфічна роль на період дії угоди. У відповідь на первісну оплату франчайзеру внесків за право

діяльності на виключній території ринку головний франчайзі в майбутньому отримує від франчайзера роялті (так звані рентні платежі), величина яких залежить від частки в загальному обсязі реалізації тих нових франчайзі, яких він залучає в цю франчайзингову систему. Цей метод має переваги, оскільки він вигідний для сторін, бо головний франчайзі – вибірна особистість, і він повинен отримувати протягом всього часу співробітництва, що вигідно франчайзеру.

У моделі субфранчайзингу до функції субфранчайзера також належить освоєння певної території і забезпечення первісного навчання, вибір приміщення. Різниця полягає в тому, що франчайзі не працює напряму з франчайзером. Він платить роялті і рекламні внески субфранчайзеру, який, своєю чергою, частину своїх коштів платить франчайзеру. Отже, субфранчайзер стає франчайзером на своїй території і франчайзі залежить від його довготривалої підтримки.

У моделі франчайзингу з розвитку території франчайзер передає ексклюзивне право на розвиток певного географічного району групі інвесторів. Своєю чергою, інвестори або розвивають своїх власних франчайзерів, якими вони володіють на конкретній території, або підбирають франчайзі. В останньому випадку становище інвестора, як власника, обмежено.

В якості резюме треба відзначити, що: в українській економіці франчайзинг набуває все більшої популярності, незважаючи на протидію негативних факторів. Тому можна констатувати наступне:

1. Для розвитку системи франчайзингу в Україні є наявні об'єктивні передумови.
2. У сфері українського бізнесу реально функціонують компанії на підставі франшизи.
3. Для становлення франчайзингу в Україні прийнято блок базових законів, зокрема, Закон "Про товарні знаки та сертифікацію".

ВИСНОВКИ. Отже, франшиза повністю вкладається в рамки класичного визначення ефективних інвестицій так, як вона являється тим самим вкладенням, що забезпечує мінімальні рівні ризику та стабільні доходи.

Література

1. Договор коммерческой концессии (франчайзинг). Гражданско-правовые проблемы заключения договора: А. Ф. Багдасарян — Москва, Статут, 2009 г.- 224 с.
2. Инвестиционное право: И. З. Фархутдинов, В. А. Трапезников — Санкт-Петербург, Волтерс Клувер, 2005 г.- 418 с.
3. Балабанов И. Т. Основы финансового менеджмента: учебное пособие /И.Т. Балабанов.- 3-е изд., доп.- М. : Финансы и статистика, 2000.- 528 с.: ил.
4. Балабанова Л. В. Комерційна діяльність: маркетинг і логістика : навч. посібник / Л.В. Балабанова, А.М. Германчук.- К. : Професіонал, 2004. - 288 с.
5. Гайванович Н. В. Комплекс маркетингу у сфері послуг : процес та забезпечення / Н. В.Гайванович // Вісн. Нац. ун-ту "Львів. політехніка". - Л., 2009.- № 649: Логістика.- С. 145 - 153.

6. Григоренко Т. М. Формування франчайзингових роздрібних торговельних мереж / Т. М. Григоренко // Формування ринкових відносин в Україні: зб. наук. пр. - К., 2010. - Вип. 12 (115). - С. 147 - 153.

Столярова В.В.

ОЦІНКА ВПЛИВУ ДІЯЛЬНОСТІ СПЕЦІАЛЬНИХ ТЕРИТОРІЙ НА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК РЕГІОНІВ

В умовах впровадження методології Концепції сталого розвитку національного господарства та регіонів аналіз комплексності соціально-економічного розвитку доцільно здійснювати за допомогою системи глобальних вимірів сталого розвитку, яку було в свій час запропоновано Інститутом прикладного системного аналізу НАН України та МОН України.

Індекс (рівень) сталого розвитку розраховується як усереднена сума індексів для трьох вимірів: екологічного (Іев), соціального (Ісв), економічного (Іекв) з відповідними ваговими коефіцієнтами [1].

Індекс сталого розвитку на національному рівні для порівняння України з іншими країнами світу розраховується за формулою:

$$I_{cr} = 0,37 * I_{ев} + 0,33 * I_{св} + 0,43 I_{екв} \quad (1),$$

де: * - масштабуючі коефіцієнти для забезпечення однакової ваги екологічного, соціального і економічного вимірів.

Локальні індекси екологічного, соціального і економічного розвитку та їх індикатори вимірюються в різних одиницях і мають різні інтерпретації. Їх нормування здійснюється в діапазоні від 0 до 1: найгірші значення індикаторів відповідають числовим значенням, близьким до 0, а найкращі – наближають ці значення до 1.

Індекс екологічного виміру (Іев) оцінюється за допомогою Індексу ESI (Environmental Sustainability Index), вирахованого Центром з екологічного законодавства та політики Єльського університету (США). Індекс ESI сформований з 21 екологічного індикатора, які розраховуються на основі використання 76 наборів екологічних даних про стан природних ресурсів в країні, рівень забруднення навколишнього середовища в минулому і сьогодні, зусилля країни щодо управління екологічним станом, її здатність покращити екологічні характеристики.

Кількісні оцінки Індексу ESI здійснюються з використанням 5-ти критеріїв: наявність національної екологічної системи; можливість протидії екологічним впливам; зниження залежності людей від екологічних впливів; соціальні та інституціональні можливості країни відповідати за екологічні виклики; можливість глобального контролю за екологічним станом країни.