

філол. наук: (10.02.16); Київ. нац. ун-т ім. Т.Шевченка. — К., 2004. — 18 с.

13. Kade O. Die Sprachmittlung als gesellschaftliche Erscheinung und Gegenstand wissenschaftlicher Untersuchung. - Leipzig, 1980.

14. Newmark P. Approaches to Translation. - Oxford, 1981.

УДК 338.246.025.3

АНАЛИЗ РЫНКА ФРАНЧАЙЗИНГА

Семенюта Т.А.

Кошеленко В.В.

Актуальность этой темы на сегодня связана с тем, что процесс становления и развития малого бизнеса происходит в условиях резкого ограничения финансовых ресурсов Государственного и местного бюджетов, а также отсутствия действенной системы финансирования, кредитования и страхования предпринимательской деятельности. Одним из направлений улучшения рыночного положения малых предприятий является работа по договору франчайзинга, сущность которого состоит в предоставлении одной компанией (франчайзером) права на использование своей торговой марки, технологии, ноу-хау, системы ведения бизнеса другой компании или независимому предпринимателю (франчайзи) на определенных условиях.

В странах с развитыми рынками малый и средний бизнес составляют основу экономики и являются катализаторами для появления и апробации прогрессивных идей в бизнесе. В Украине же малые и средние предприятия находятся лишь на стадии развития, хотя уже сегодня область малого и среднего предпринимательства охватывает 85 отраслей экономики Украины, а бюджет г.Киева на 53% наполняется за счет отчислений предпринимателей, а не крупных компаний. В то же время, действия государства в направлении содействия развитию малого и среднего бизнеса сводятся к устранению административных барьеров, упрощению порядка ведения бухгалтерского учета субъектами налоговой отчетности, что создает объективные предпосылки для формирования благоприятной предпринимательской среды. Однако, это обстоятельство не умаляет актуальности создания особых льготных условий, призванных прежде всего защитить их от высоких экономических рисков. Государственные мероприятия, осуществляемые в этом направлении, например, преференции для малых предприятий при размещении государственных заказов или предоставления им государственных финансовых и других ресурсов, через жесткие бюджетные ограничения способны охватить лишь незначительное количество субъектов малого и среднего предпринимательства, недостаточно для поддержания их развития. Последнее положение обуславливает необходимость поиска новых решений, реализация которых с одной стороны способна компенсировать отсутствие надлежащего государственного финансирования малых и средних предприятий, а с другой стороны обеспечить им режим «наибольшего благоприятствования», то есть льготный режим функционирования.

Изучением теории франчайзинга занимаются такие иностранные

ученые: Дельта Ж., Котлер Ф., Ламбен Ж., Мендельсон М., Шейн С., а также отечественные: Ковальчук Н.А., Широбокова Н.М., Шкромада В.В., Кошелям Е.Г., Ляшенко В.И. и др. Но несмотря на количество публикаций по этой тематике вопросы взаимодействия франчайзинга с предприятиями малого и среднего бизнеса в Украине остается открытым.

Объектом работы являются основные тенденции развития рынка франчайзинга.

Целью данного исследования является рассмотрение условий распространения франчайзинга в Украине. Для достижения поставленной цели главное внимание сосредоточено на изучении основных тенденций развития рынка франчайзинга в Украине, раскрытии основных причин роста рынка франчайзинга в 2010 г., освещении главных проблем ведения франчайзинговой деятельности в Украине.

В Украине по системе франчайзинга уже работают более 100 торговых марок не только зарубежных, но и украинских. Ключевые позиции в развитии франчайзинговых систем занимают компании, которые являются Мастер Франчайзи и представляют на рынке Украины западные франшизы, опыт и международные стандарты. Некоторые из таких франчайзи умело комбинируют национальные и зарубежные франшизы, достигая максимального расширения и удовлетворения целевой аудитории.

Компания «ТРИАРХ» провела исследование состояния рынка франчайзинга в Украине 2008 г. и 2009 г. Результаты этого исследования показали следующее:

1. Наиболее прибыльными являются компании, которые развивают иностранные франшизы. Ведь, по критериям развития и денежным оборотам лидерами рынка франчайзинга являются компании, представляющие западные товары и услуги, такие как «Coca Cola», «Pepsi», «Carlsberg», «InBev», «ТНК-ВР», «Lukoil», «Empik», «Лига Инвест», «Дельта Спорт». Однако, в десятку самых лидеров вошла также одна украинская компания-франчайзер - «Система быстрого питания» (FFS). Этот факт указывает на то, что украинские компании в будущем могут стать конкурентами иностранных франшиз.

2. Наибольшая доля рынка принадлежит франчайзинг-компаниям Мастер франчайзи, которые на территории Украины контролируют 30% денежного оборота. К таким компаниям относятся следующие: «ЕМРІК», «Дельта Спорт», «Лига Инвест», «Helen Marlene» и т.д.

3. Франчайзинг является высокодоходным и рентабельным бизнесом на Украине. Ведь в 2008 г. оборот денежных средств первой десятки франчайзеров (указанной выше) составляет около 1,5 млрд. долл. США, а в первом квартале 2009 г. - 850 млн. долл. США, что составляет половину оборота 2008 г. Таким образом, можно сказать, что в 2009 г. денежный оборот будет значительно больше чем в 2008 г. При этом следует отметить, что экономический кризис 2008 отразилась и на рынке франчайзинга. Ведь наблюдается снижение денежного оборота наиболее прибыльных франчайзеров в среднем и высоком сегменте общественного питания на 30-

40%, розничной торговли - 40-50%, строительстве - 60-70%. Следовательно, при стабильной экономической ситуации в стране оборот денежных средств на рынке франчайзинга будет значительно больше.

4. Франчайзинг является экономически выгодным для государства. Ведь этот бизнес создает новые рабочие места, способствует эффективному функционированию государства. Количество персонала, работающего у франчайзеров в первом квартале 2009 г. составляет более 200 тыс. чел.

5. Растет заинтересованность в развитии бизнеса по франчайзингу у предпринимателей. Об этом свидетельствует внутренняя статистика компании «ТРИАРХ». Ведь в 2008 г. в компанию поступило 523 запроса на покупку франшизы, а в 2009 г. таких запросов было 2000. Это свидетельствует о быстром развитии рынка франчайзинга и его прибыльности. Также, это может говорить о том, что финансовый кризис способствует развитию франчайзинга, ведь большинство людей, оказались безработными, но при этом имели денежные сбережения, стали активно интересоваться возможностями создания собственного дела с минимальными рисками.

6. Расширение отраслей франчайзинга. Предприятия, которые функционируют на условиях франчайзинга действуют в 15 отраслях, основными из которых являются: розничная торговля, общественное питание, бензозаправочные комплексы, производство. По информации компании «ТРИАРХ» в 2008 г. наиболее запросов покупки франшизы поступило отношении таких отраслей: общественное питание, розничная торговля, строительные материалы, услуги детского развития, услуги и т.п. В 2009 г. такие запросы касались следующих отраслей: общественное питание, розничная торговля, услуги, сельское хозяйство, вендинг, клиринг, дизайн и архитектура, дистрибуция, здравоохранение, туризм, гостиничный бизнес, уход за животными. Таким образом, достаточно заметным является то, что растет интерес рынка франчайзинга в новых отраслях, что способствует его развитию в Украине.

7. Высокая перспективность отраслевого развития. По данным исследования в Украине еще есть немало отраслей, которые в перспективе будут действовать на условиях франчайзинга. Ведь, в этих отраслях, на сегодня, наблюдается очень низкая конкуренция, но они являются прибыльными и находятся на стадии становления в Украине. К таким отраслям следует отнести:

- 1) сельское хозяйство;
- 2) доставка;
- 3) операции с недвижимостью;
- 4) реализация товаров, бывших в использовании;
- 5) дизайн и архитектура;
- 6) дистрибуция;
- 7) автомобильная промышленность;
- 8) закупка;
- 9) хранение;

- 10) связь;
- 11) знакомства;
- 12) реализация электрооборудования;
- 13) услуги доступа в Интернет;
- 14) ландшафтный дизайн;
- 15) производство и реализация слабоалкогольных и безалкогольных напитков;
- 16) обслуживание;
- 17) учет и аудит;
- 18) аренда / прокат;
- 19) здравоохранения;
- 20) услуги безопасности;
- 21) туристические услуги;
- 22) ремонт и обслуживание;
- 23) уход за животными;
- 24) спорт;
- 25) химическая промышленность;
- 26) услуги лабораторных исследований;
- 27) фотоуслуги;
- 28) юридические услуги.

Таким образом, 27 отраслей имеют своих инвесторов, но не имеют франчайзеров, которые бы активно продвигали данные виды бизнеса.

8. Приостановление программ развития франчайзерами является следствием экономического кризиса конца 2008 г. Такая тенденция, прежде всего, сказалась на компаниях, где бизнес-концепция была не совершенной, и имели место проблемы ведения экономической активности до начала кризиса. Также в большинстве компаний, в которых была не отработанная стратегия ведения бизнеса и процессы поиска франчайзи, а также программы продвижения собственных франшиз, снизилась прибыльность и рентабельность.

Из приведенного видно, что тенденции на рынке франчайзинга являются как положительными, так и отрицательными, но их наличие говорит о том, что франчайзинг будет еще не один год стремительно расти в Украине, ведь данное направление сосредотачивает в себе не только отечественные, но и известные мировые бренды, что, несомненно, является лучшим стимулом для потребителей продукции или услуги.

Именно поэтому рынок франчайзинга можно рассматривать как перспективное направление ведения коммерческой деятельности на территории Украины и следует ожидать увеличения числа франчайзеров и, особенно, франчайзи. **Главными причинами роста рынка франчайзинга в 2010 г. и в будущих годах в Украине будут следующие:**

Рост безработицы. По данным министерства статистики Украины за 2008 г. было зарегистрировано 1401,2 тыс. безработных, за аналогичный период 2009 г. эта цифра возросла до 2109,4 тыс. человек, т.е. на 43%. Такой значительный рост безработицы стал следствием экономического кризиса,

наступившего в стране в конце 2008 г. Именно с декабря этого года начались массовые сокращения рабочих и эта тенденция сохраняется, ведь многие промышленные предприятия прекратили свою деятельность, а предприятия малого и среднего бизнеса не нанимают персонал. При таких условиях, ожидается рост рынка франчайзинга. Ведь покупка франшизы позволяет основать собственный бизнес под брендом уже известной в стране или даже в мире организации. Таким образом, население, оставшееся без работы все больше заинтересовывается созданием собственного дела и рассматривает франчайзинг как перспективный вариант ее внедрения, потому что бизнес по франчайзингу имеет гораздо больше шансов на успех, чем самостоятельное создание предприятия.

Переход экономики в стадию рецессии. По данным Министерства статистики Украины: уровень промышленного производства в соотношении 2009 к 2008 г. снизился почти на 30%; 45,7% предприятий являются убыточными в 2009 г.; среднегодовая инфляция в 2009 г. примерно составляет 15%. Все это говорит о том, что влияние финансового кризиса на состояние экономики страны является достаточно существенным и непрогнозируемым. В настоящее время экономика Украины находится в стадии рецессии, в то время как рынок франчайзинга растет. Ведь франчайзинг охватывает почти все сферы экономики, к которым относятся и те, которые при любых экономических условиях будут прибыльными, например, фармацевтика, услуги по уходу, ремонту и т.п.

Обвал фондового рынка. Ключевые фондовые индикаторы мира упали на 32-49%, российские индексы ММВБ и РТС провалились на 67 и 73% соответственно. Украинский лидер ПФТС из лидеров роста 2007-го превратился в лидера падения 2008-м и с результатом -74,33% завершил этот год на уровне 301,42 пункта. Фондовый рынок Украины показал ухудшения показателей ликвидности, что связано с внутренними рисками и влиянием ситуации на мировом финансовом рынке. В частности, по итогам 2008 года наблюдается потеря позиций основных украинских индексов фондового рынка, значительное снижение биржевого курса акций "голубых фишек". Даже при таких условиях доходы предприятий франчайзинга растут.

Распределение бюджетных средств на поддержку предприятий во время кризиса происходит в пользу крупных корпораций и финансово-промышленных групп. Обычно лоббирование интересов крупных корпораций и финансово-промышленных групп в правительстве проводится более активно, в то время как малый и средний бизнес получает мизерную поддержку. Таким образом, организации, которые могут самостоятельно избежать или минимизировать негативные последствия влияния кризиса получают еще и дополнительные финансовые ресурсы, а предприятия, требующие финансирования, оставляют без должного внимания. А в случае с франчайзингом предприниматель может самостоятельно выбирать направление деятельности, количество франшиз т.п. и таким образом диверсифицировать риски от франчайзинговой деятельности для того, чтобы при любом кризисе создать устойчивую доходность.

Снижение стоимости недвижимости и арендной платы. В 2009 г. на рынке недвижимости наблюдается обвал цен: базовая стоимость зданий на первичном рынке в гривнах по состоянию на конец ноября 2009 г. упала на 7,72%, уровень капиталовложений в рынок аренды в третьем квартале 2009 г., по сравнению с аналогичным периодом прошлого года, снизился практически в два раза и составил \$ 1 670 000. При таких условиях создание бизнеса на условиях франчайзинга создает дополнительные преимущества, основным из которых является более низкие начальные капиталовложения.

Итак, франчайзинг имеет ряд преимуществ, которые позволяют снизить операционные расходы и повысить эффективность производственной деятельности, что особенно важно для Украины в современных условиях. Франчайзинг, как метод ведения бизнеса, предусматривает создание однородных предприятий, имеющих единую торговую марку (товарный знак) и придерживаются одинаковых условий, форм, методов продажи, единые требования к качеству и единые цены. Таким образом, за фиксированную плату франчайзи получает квалифицированную помощь, которая в других условиях является для него слишком дорогой. Кроме того, франчайзер также получает преимущества, главным из которых является освоение новых рынков сбыта без существенных капиталовложений. Также, при таких условиях ведения бизнеса, франчайзер нанимает меньше административного персонала, который уменьшает его расходы на заработную плату, в то время как доходность растет - ведь франчайзи имеют больший стимул достижения лучших результатов, чем наемный работник.

Однако, несмотря на такое значительное количество преимуществ, рынок франчайзинга имеет ряд проблем, требующих решения. **К таким проблемам следует отнести следующие:**

Неосведомленность украинских предпринимателей с основными принципами ведения бизнеса на условиях франчайзинга. По данным Ассоциации работодателей в сфере франчайзинга в Украине в 2008 г количество франчайзеров выросло на 26% и составило 380. Компания «ТРИАРХ» провела исследование, которое предусматривало опрос всех компаний, которые при регистрации отнесли себя к франчайзерам, на соответствие международным стандартам ведения бизнеса на условиях франчайзинга. Проведенное исследование показало, что заявленная цифра является преувеличенной и реальное число компаний, работающих по схеме франчайзинга и соответствующих большинству международных стандартов, не более 40. То есть, около 280 компаний или сознательно выдают себя за франчайзинговые или просто рынок не знаком с главными принципами франчайзинга, которые позволяют выделить данный бизнес среди других видов экономической деятельности. Компания «ТРИАРХ» установила, что основной причиной такого различия данных является непонимание разницы развития филиальной сети и сети франчайзинга и их принципиальные отличия.

Несовершенство нормативно-правовой базы. Также тормозит

развитие франчайзинга украинское законодательство. Например, в США только на федеральном уровне создано около сотни законов, которые так или иначе касаются франчайзинга, в то время как на Украине отсутствует даже закон о франчайзинге. В Украине в 2008-2009 гг. в законодательной базе франчайзинга не произошло никаких изменений, но увеличилось количество судебных исков относительно ведения бизнеса на условиях франчайзинга. Это заставляет франчайзеров обратить внимание на уже подписанные договоры и обращаться к специалистам за подготовкой новых договоров.

Отсутствие подробной информации о франчайзинге как методе ведения бизнеса. Исследования компании «ТРИАРХ» показывают, что, как уже отмечалось выше, в Украине 85-90% компаний-франчайзеров не соответствует международным правилам и требованиям франчайзинга. Например, есть случаи, когда компанию холдингового типа относят к "франчайзингу", что является совершенно некорректным.

Отсутствие практики апробации бизнеса. За рубежом франчайзер не имеет права продавать франшизу, если не было апробации ведения бизнеса с этой франшизой. В Украине же есть практика продажи совершенно новой франшизы без ведения франчайзером коммерческой деятельности по данному направлению бизнеса.

Указанные выше проблемы рынка франчайзинга являются основными, но также существуют другие проблемы, которые мешают широкому использованию франчайзинговых схем в Украине, в отличие от других стран с более развитой экономикой, основными из которых являются:

- высокая стоимость франшизы в сравнении с низкой покупательной способностью покупателей;
- отсутствие квалифицированных кадров;
- сложные условия и барьеры организации и ведения бизнеса.

Подытоживая проблемы франчайзинга, следует отметить, что он имеет широкие перспективные возможности для развития в Украине. И поэтому для решения выше указанных проблем необходимо:

1. Лоббировать в Верховной Раде создание законов о франчайзинге. Ведь для облегчения ведения коммерческой деятельности и функционирования любого бизнеса нужно иметь эффективное правовое поле. Однако, попытки группы компаний («ТРИАРХ», «Василь Кисиль и Партнеры» и другие) пролоббировать процедуру регистрации договоров коммерческой концессии на сегодня оказались безрезультатными. Положительной тенденцией является то, что проведены круглые столы и встречи с чиновниками высокого уровня и народными депутатами. Они дали возможность донести понимание важности понятия «франчайзинг» для украинской экономики и развития предпринимательства в стране. Многие ведущие торговые марки учредили представительства на территории Украины для контроля за защитой интеллектуальной собственности. Также необходимо включить системы развития франчайзинга в правительственную программу поддержки малого предпринимательства.

2. Создание органа контроля деятельности рынка франчайзинга. Рынок

франчайзинга сегодня очень дифференцирован. Компании, развивающие отечественные и зарубежные франшизы работают над созданием единых стандартов и правил ведения бизнеса на условиях франчайзинга - «Кодекса правил поведения». Большинство франчайзеров, развивающие западные франшизы, создают предприятия на территориях стран, где уже создана нормативно-правовая база и эффективно действует правовое поле франчайзинга, гарантирует ведение деятельности на условиях франчайзинга в соответствии с международными правилами торговли. Украинские франчайзеры вынуждены действовать в условиях отсутствия нормативно-правовой базы, что приводит ко многим юридическим конфликтам и проблемам и создает дополнительные риски. Больше рисков принимают на себя франчайзи, которые в масштабных размерах осуществляют инвестирование в развитие отечественных и зарубежных франшиз. Ведь такие инвестиции юридически не защищены и могут привести к созданию юридических конфликтов, которые не может решить украинское законодательство. В отличие от развитых государств в Украине понятие франчайзинга не развивается и не подлежат контролю правила и методы ведения бизнеса на условиях франчайзинга. Например, в Австралии правительство совместно с экспертами торговли и франчайзинга разрабатывает нормативно-правовые меры регулирования недобросовестной конкуренции в торговле и франчайзинге. Проведенные компанией «ТРИАРХ» совместно с общественными организациями и представителями бизнеса круглые столы показали, что в Украине появилась потребность в создании Федерации по развитию франчайзинга, которая бы объединила франчайзинговые компании, общественные отраслевые объединения и предпринимателей. Основной целью создания этой организации должна стать разработка правил этического поведения ведения бизнеса на условиях франчайзинга, контроль участников рынка франчайзинга по соблюдению этих правил и лоббирование в правительстве собственных интересов в области франчайзинга.

3. Создать программу обучения для подготовки специалистов в сфере франчайзинга. На сегодня в Украине существуют учебно-консультационные центры по франчайзингу, но лишь в крупных городах (например, Британская программа «открытый Университет франчайзинга» в г. Киеве при Международном институте бизнеса). Однако для поддержки развития франчайзинга необходимо создание таких центров по всей Украине.

4. Предоставить возможность применения франчайзи упрощенной системы бухгалтерского учета и лицензирования.

Следует отметить, что франчайзинг в Украине является перспективным направлением экономической деятельности и в ближайшие годы мы будем наблюдать рост этого сегмента. Также, следует отметить, что экономический кризис конца 2008 г. стала одной из причин стремительного развития франчайзинга в Украине в 2009 г. Ведь при условии, что большинство бизнес-проектов начали быть убыточными, франчайзинг остается прибыльным бизнесом, как для франчайзера так и для франчайзи. В целом,

система франчайзинга имеет ряд преимуществ, которые позволяют более эффективно организовать бизнес с меньшими затратами, что повышает конкурентоспособность отечественной экономики.

Литература

1. Лопушанський Т.В Правовий та економічний аспект розвитку франчайзингу в країнах ЄС та Україні / Лопушанський Т.В // Зовнішня торгівля: Право та Економіка. - 2007. - №4(33). - С.56-61
2. Цірат Г. В. Франчайзинг: розвиток у світі та в Україні /Г.В.Цірат// Вісник Київського університету ім.Т.Г. Шевченко.- 2002. - № 13. - С. 65-70.
3. Франчайзинг в Україні. – Режим доступа к электронному ресурсу: <http://triarh-franchising.com/>
4. Ассоциация франчайзинга.- Режим доступа к электронному ресурсу: <http://www.franchising.org.ua/>.

УДК 577.152.321

ДОСЛІДЖЕННЯ ПЕКТОЛІТИЧНОЇ АКТИВНОСТІ ДИКАРІОТИЧНИХ ТА МОНОКАРІОТИЧНИХ КУЛЬТУР ГРИБА *IRPEX LACTEUS (FR). FR.*

**Семилетова О. С.
Бойко С. М.**

Одним з напрямків біотехнології сьогодення є процес промислового отримання ферментів, здатних до гідролізу пектинових речовин. Препарати пектиназ широко застосовуються у харчовій, медичній промисловостях, а також інших галузях біотехнології в якості ферментів мацеруючої дії. Зростаюча потреба у препаратах пектинолітичної дії зумовлює актуальність пошуку активних продуцентів цих речовин серед об'єктів живої природи. Активно досліджується здатність нижчих грибів та бактерій до синтезу пектиназ. Однак, майже не проводиться досліджень, які б стосувалися вищих базидіальних грибів.

Ферментативний апарат базидіоміцетів – гідролітичні ферменти, які виділяються у оточуюче середовище та забезпечують первинне розкладання харчового субстрату, – налаштований на розкладання вуглеводів – будівельного матеріалу та запасних речовин рослин. Тому не тільки паразитичні гриби обрали об'єктами свого нападу здебільшого рослини, але й сапротрофні гриби живляться загиблими рослинами. Майже виключно гриби приймають участь у розкладанні мертвої деревини. Наявність набору ферментів, що руйнують основні рослинні полімери, у формі яких запасена більша частина зв'язаного вуглецю, поставила базидіоміцети, особливо дереворуйнівні, у виключне положення у харчовому ланцюгу організмів: на гриби приходиться утилізація 2/3 зв'язаного вуглецю. В цьому полягає