

ЗАЛУЧЕННЯ ПРЯМИХ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ У ФОРМІ ФРАНЧАЙЗИНГУ В ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ

***Анотація.** Розглянуто теоретичні аспекти виходу іноземних підприємств на ринок країн-реципієнтів у вигляді залучення прямих іноземних інвестицій (ПІІ), враховуючи внутрішні особливості фірми та зовнішнє середовище. Досліджено важливість розвитку франчайзингового бізнесу, який є найефективнішою формою передачі матеріальних та фінансових ресурсів, науково-технологічних інновацій та знань щодо належного й ефективного ведення підприємницької діяльності. Здійснено бенчмаркінг динаміки руху ПІІ з точки зору географічної, регіональної й галузевої структури в українську економіку. Виявлено пріоритетні галузі, привабливі регіони для іноземних інвесторів, а також проблеми, які стримують їх виходити на український ринок. Проаналізовано особливості розвитку підприємництва на засадах франчайзингу в Україні як однієї з форм залучення ПІІ та виявлено перешкоди, пов'язані із несприятливим бізнес-середовищем, для функціонування франчайзингового бізнесу.*

***Ключові слова:** прями іноземні інвестиції, спільна підприємницька діяльність, інвестиційний клімат, інвестиційна привабливість, франчайзинговий бізнес, франчайзер, франчайзі, франшиза, іноземні інвестори, інтернаціоналізація господарського життя, міжнародний поділ праці.*

***Annotation:** The theoretical aspects of foreign companies activity at the market of the countries recipient in the form of foreign direct investment (FDI) stimulation, including the internal features of the company and the external environment were considered.*

¹ к.е.н., доцент кафедри міжнародної економіки Тернопільського національного економічного університету.

The importance of franchise business development, which is the most effective form of material and financial resources transfer, scientific and technological innovation and knowledge on the efficient conduct of business activity was investigated. The dynamic of FDI in views of geographic, regional and sectoral structure to the Ukrainian economy was compared. The priority branches, attractive regions for foreign investors, as well as the problems that constrain them to enter the Ukrainian market were discovered. The features of enterprise development on the basis of franchising in Ukraine as a form of FDI involvement and identified barriers related to the unfavorable business environment for franchise business operation were analyzed.

Keywords: *foreign direct investment (FDI), joint business activity, investment climate, investment attraction, franchise business, franchisor, franchisees, franchise, foreign investors, internationalization of economic life, international labor division.*

Постановка проблеми. В умовах глобалізаційних процесів світової економіки актуалізувалося питання щодо залучення прямих іноземних інвестицій, які задовольняють потребу підприємств в обмеженості ресурсів та дозволяють їм покращити якісні характеристики своєї продукції та в цілому підвищити конкурентоспроможність країни. Однією із форм виходу іноземного інвестора на ринок країни-реципієнта є франчайзинговий бізнес, як мінімум, між двома суб'єктами підприємницької діяльності – франчайзером та франчайзі, які вступають у взаємодію з метою досягнення спільних цілей, що відповідають їх індивідуальним інтересам. Загалом, формування франчайзингових взаємовідносин передбачає собою отримання незаперечних переваг для обох учасників – франчайзера та франчайзі. Країна, на території якої розвивається франчайзинговий бізнес – це означає надходження додаткових коштів в економіку країни, залучення сучасних технологій та управлінських і маркетингових знань, створення нових та збереження існуючих робочих місць, підвищення рівня конкуренції країни та стимулювання експортної діяльності.

За весь час існування України як незалежної органам виконавчої та законодавчої влади, через відсутність у них адекватної та реальної оцінки усієї сукупності наявних проблем, так і не вдалося сформулювати стратегію економічного розвитку на довгострокову перспективу. При постійному дефіциті власних фінансових ресурсів та слабого залучення в економіку України зарубіжного капіталу модернізація української економіки на основі інноваційних пріоритетів, вирішення накопичених проблем соціально-економічного характеру та прискорення євроінтеграційних намірів України є неможливими. Тому побудова сприятливого інвестиційного клімату є нагальним питанням, вирішення якого дозволить прискорити рух зарубіжного інвестування та зацікавити іноземних інвесторів вийти на український ринок у формі франчайзингових відносин підприємств як ефективної реалізації міжнародного бізнесу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Міжнародні потоки прямих іноземних інвестицій та їх роль у модернізації промисловості й проведенні структурних перетворень, здебільшого в країнах, що розвиваються та з перехідною економікою, в тому числі в Україні, досліджували такі вчені як: Борщ Л.М., Гайдуцький А.П., Пересада А.А., Юрчик І.Б., Маценко А.А., Сазонець І.Л., Тесля С.М., Павленко І.І., Навроцька Н.А., Полетаєв О.О., Адамик В.В. та інші.

Застосування франчайзингу як інструменту розвитку підприємництва висвітлено вітчизняними та зарубіжними дослідниками, серед яких слід виокремити таких: Є. Кузьміна, Т. Мирончука, О. Трушенко, М. Бедринець, А. Виноградську, І. Солодченко, Я. Мюррей, С. Шейн, А. Деев, С. Холленсен, М. Кулагин, В. Масленников, І.Рикову, І. Салату, Л. Марчук.

В той же час досить мало досліджено роль та перспективи розвитку франчайзингового підприємства як однієї з форм залучення прямих іноземних інвестицій та активізації інноваційних процесів, зокрема в Україні.

Постановка завдання. Основною метою статті є бенчмаркінг залучення ПІІ в Україну з точки зору географічної, товарної, галузевої структури та аналіз особливостей виходу іноземних інвесторів на український ринок у формі

франчайзингу як ефективного в світі способу організації підприємницької діяльності.

Виклад основного матеріалу. Асиметрії у розподілі природних ресурсів, населення, науково-технічному потенціалі, рівні освіти та кваліфікації робочої сили, спеціалізації виробництва в глобальній економіці є передумовою міжнародного поділу праці та об'єднання елементів продуктивних сил. Саме тому, інтернаціоналізація господарського життя дозволяє інвестиційним ресурсам переміщатися в розрізі регіонів чи країн відповідно до принципу господарської доцільності та найбільшої ефективності, що і одночасно сприяє зростанню економік приймаючих країн. Варто відмітити, що економічні відносини на сьогоднішній день характеризуються появою нових форм залучення прямих іноземних інвестицій, а саме франчайзингу, який дозволяє повніше використовувати переваги міжнародного поділу праці.

Перш ніж розглянути теоретико-практичні аспекти значення та особливості розвитку франчайзингу як однієї з форм виходу іноземного інвестора на український ринок варто проаналізувати тенденції, географічну, галузеву, регіональну структуру та найбільш вживані форми залучення прямих іноземних інвестицій в Україну.

Спосіб виходу підприємства на міжнародний ринок є багатоаспектним завданням, яке потребує детального аналізу як зовнішнього (щодо підприємства), так і внутрішнього середовища, а саме:

- умови ринку – відкритість чи закритість економіки країни для зовнішньої торгівлі; функціонування ринку в умовах лібералізованої чи децентралізованої економіки;

- умови, які характеризують товар – якість продукції, технічне обслуговування, особливості експортування товару; велике значення відіграє чи це є фірмовий або звичайний товар з певними якісними характеристиками;

- умови, які безпосередньо характеризують діяльність підприємства – наявність досвіду чи його відсутність щодо поведінки підприємства на міжнародного ринку, тактичні й стратегічні цілі діяльності підприємства, рівень

забезпеченості ресурсами, зокрема фінансовими, виробничими, трудовими тощо або потреба у них [1, С.234-400; 2, С.112-176].

В умовах глобалізації світової економіки основними формами виходу підприємства на іноземні ринки є експорт, спільна підприємницька діяльність та пряме іноземне інвестування,

Для підприємств, які мають достатньо коштів та можливостей для створення за кордоном власних виробничих філій для виробництва товарів, складальних та виробничих підрозділів, пряме іноземне інвестування є найефективнішим способом виходу на зовнішні ринки. Одночасно даний спосіб виходу на зовнішній ринок потребує максимальних інвестиційних витрат, постійного контролю за діяльністю та відповідальності за результати. Незважаючи на негативні сторони виходу підприємства через пряме іноземне інвестування, існують також переваги такої діяльності на іноземних ринках – заощадження коштів від використання дешевшої робочої сили чи сировини, зменшення транспортних витрат або використання ряд пільг, які надаються урядом приймаючої країни. Незважаючи на те, що підприємство зберігає повний контроль над своїми капіталовкладеннями, це є найбільш ризикова форма організації зовнішньоекономічної діяльності.

Прямі іноземні інвестиції можна охарактеризувати наступними характеристиками, які представлені на рис. 1.

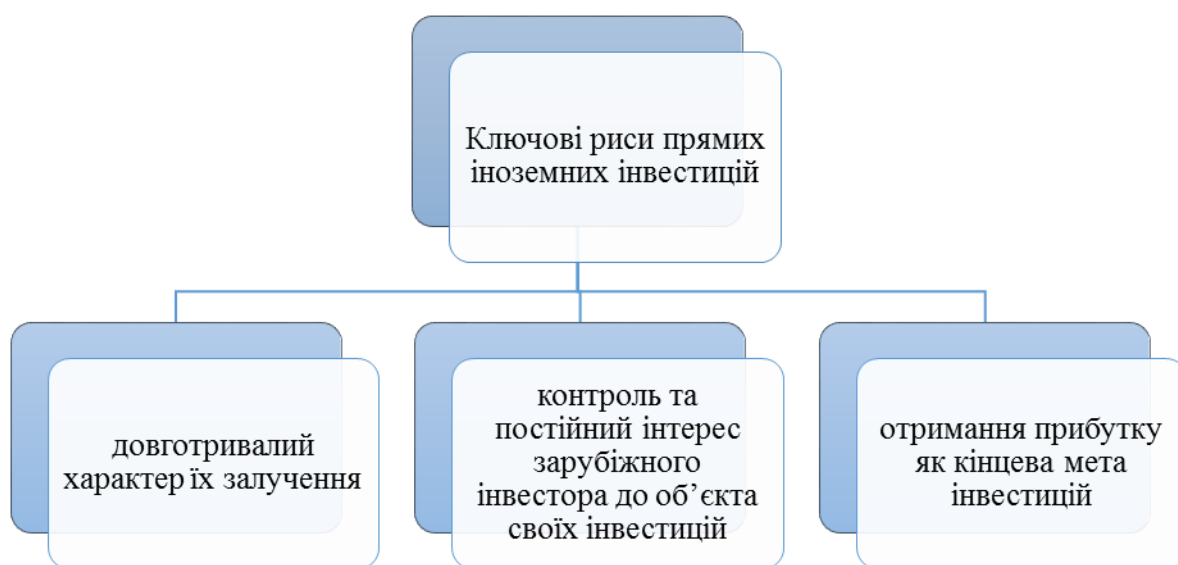


Рис. 1. Основні риси прямих іноземних інвестицій*

*складено автором на основі [1, С.134-156; 2, С.200-256]

Прямі іноземні інвестиції створюють довгостроковий характер зобов'язань, а отже, є беззаперечною перевагою стабілізації економіки приймаючих країн. Саме тому, від ефективності імплементації державою інвестиційної та інноваційної політик залежить подальший розвиток підприємницької діяльності, диверсифікація галузевої та географічної структури залучення ПІІ та зменшення ризиків, що пов'язані із циклічністю розвитку національної економіки.

Протягом останніх двох десятиліть відбулися значні зміни в глобальному бізнес-середовищі. Зокрема відбулася активізація діяльності франчайзингових підприємств як найвигіднішої форми кооперації сторін-засновників – франчайзера та франчайзі:

- для інвестора, в якого є певні технології, досвід управління та організація виробництва, в той же час обмежений у природних ресурсах та шукає більш дешеву робочу силу або доступ на закритий ринок;
- для місцевого партнера, який володіє потрібною сировиною, здатний залучити дешеву робочу силу та обізнаний з умовами ведення бізнесу в своїй країні [1, С.435; 2, С.235-245].

Звідси, можна стверджувати, що одним із ефективних форм стимулювання припливу прямих іноземних інвестицій в країну, а разом з ними й інноваційних впроваджень, є створення франчайзингових підприємств (табл. 1).

Таблиця 1

Переваги та недоліки франчайзингової форми співробітництва для франчайзера та франчайзі*

Переваги франчайзингової форми співробітництва		Недоліки франчайзингової форми співробітництва	
для франчайзера	для франчайзі	для франчайзера	для франчайзі
- значне розширення ринку збуту товарів й послуг на віддалених територіях;	- можливість бути самостійною юридичною особою і не втрачати незалежності при ухваленні рішень;	- необхідність клопіткої продуманої роботи з франчайзі, від якої фактично залежить успіх бізнесу загалом;	- обмеження економічної свободи та ініціативи;
- регулювання і контроль якості ведення бізнесу;	- вступ до готового бізнесу під товарним знаком, який значною мірою гарантує успіх й	- неможливість швидко завершити відносини з франчайзі, який не дотримується правил;	- неможливість швидкого виходу з бізнесу через відносно великий

	знижує ризик банкрутства;		термін договору франчайзингу;
- проведення єдиної цінової політики без ризику порушення антимонопольного законодавства;	- вивчення досвіду й використання знань франчайзера;	- вплив франчайзингових підприємств, які погано працюють на репутацію франчайзера;	- встановлення необхідної співпраці серед всіх франчайзі у системі;
- можливість розширення досвіду ведення бізнесу на основі використання інформації від франчайзі;	- можливість гарантованого отримання товарів та інших необхідних елементів для безперебійної роботи;	- труднощі збереження комерційної таємниці;	- залежність від фінансового стану франчайзера.
- отримання додаткового доходу при низьких ризиках втрати власного капіталу;	- збільшення кола постійних споживачів франчайзі завдяки популярності франчайзера;	- можливий відхід з франчайзингової системи франчайзі, що працюють успішно.	
- економія адміністративно-господарських і управлінських витрат.	- полегшення доступу до кредитних ресурсів, оскільки франчайзер може виступати гарантом по кредитах.		

*складено на основі [3, С. 51-54; 4, С.128-140; 5, С. 156-220; 6, С.200-212; 7, С.93-140]

Якщо проаналізувати динаміку руху прямих іноземних інвестицій (ПІІ) в Україну, то за даними Державного комітету статистики прослідковується наступна тенденція, а саме [8; 9, С.205]:

- стрімкий приплив ПІІ в Україну в 2005 році було зумовлено відміною Національним банком України 50% обов'язкового продажу валюти на українському ринку. Це, в свою чергу, стало індикатором формування загального інвестиційного клімату в країні;

- відбулося скорочення обсягу ПІІ у 2009 році, в результаті світової економічної кризи, у 2,23 рази у порівнянні з 2008 роком;

- у 2013 році в економіку України було залучено ПІІ на суму 56770,3 млн. дол. США;

- на 01.07.2015 року обсяг залучених ПІІ в економіку України скоротився та відповідно становив 42851,3 млн.дол.США, що в розрахунку на одну особу населення складає 1000,5 дол. США (рис. 2).



Рис.2. Обсяг та динаміка залучення ПІІ в Україну за 2004-2013рр., млн. дол. США

Слід сказати, частка ПІІ, які вперше залучаються в країну є досить незначною. Тобто, обсяг отриманих прямих іноземних інвестицій – це розширення вже існуючих інвестиційних проектів, а не започаткування нових (з метою мінімізації ризиків). Більше того, відновлення докризових показників залучення ПІІ відбувається надто повільно.

Для більш повного висвітлення місця та ролі ПІІ у економічному розвитку країни, скористаємося формулою, яка показує частку прямих іноземних інвестицій у ВВП України, Польщі, Угорщини, Румунії (табл.2).

Таблиця 2

Частка ПІІ у ВВП України, Польщі, Угорщини та Румунії за 2008-2013 роки, %*

Країна	Рік	ПІІ, млн. дол. США	ВВП, млн. дол. США	Частка ПІІ у ВВП, %
Польща	2008	14839	529423	2,8
	2009	12932	430912	3,0
	2010	13876	469799	2,9
	2011	18911	514115	3,6
	2013	3356	487528	0,6
Румунія	2008	13909	204339	6,8
	2009	4844	164344	2,9
	2010	2940	164436	1,7

	2011	2523	189776	1,3
	2013	2242	175985	1,2
Угорщина	2008	6325	154234	4,1
	2009	1995	126663	1,5
	2010	2163	127967	1,7
	2011	5757	138714	4,1
	2013	13469	126785	10,6
Україна	2008	10913	179992	6,0
	2009	4816	117227	4,1
	2010	6495	136419	4,7
	2011	7207	165245	4,3
	2013	7833	178361	4,4

*складено на основі [8]

З таблиці 2 випливає, що у порівнянні з країнами-сусідами, Україна отримує більший притік ПІІ. Однак, при врахуванні таких факторів як потужність країни, її потенціал та площа території, можна зробити висновок, що потенціал прямих іноземних інвестицій в загальному обсязі ВПП України є досить незначним. Крім того, при порівнянні одержаних показників по Україні та Угорщині, спостерігається наступне: починаючи з 2010 року, обсяг надходження та частка ПІІ у ВВП Угорщини постійно збільшується, в той час, як в Україні даний показник практично не змінився, тобто, позитивних зрушень в інвестиційному кліматі України майже не відбувається [9, С.204-207].

Аналіз географічної структури залучення іноземних інвестицій свідчить, що у 2013 році ПІІ надходили зі 136 країн світу. До десятки головних країн-інвесторів, на які припадало 87,7% від загального обсягу ПІІ, належали: Кіпр, Німеччина, Нідерланди, Російська Федерація, Австрія, Велика Британія, Віргінські Острови, Франція, Швеція та Швейцарія (рис. 3.).

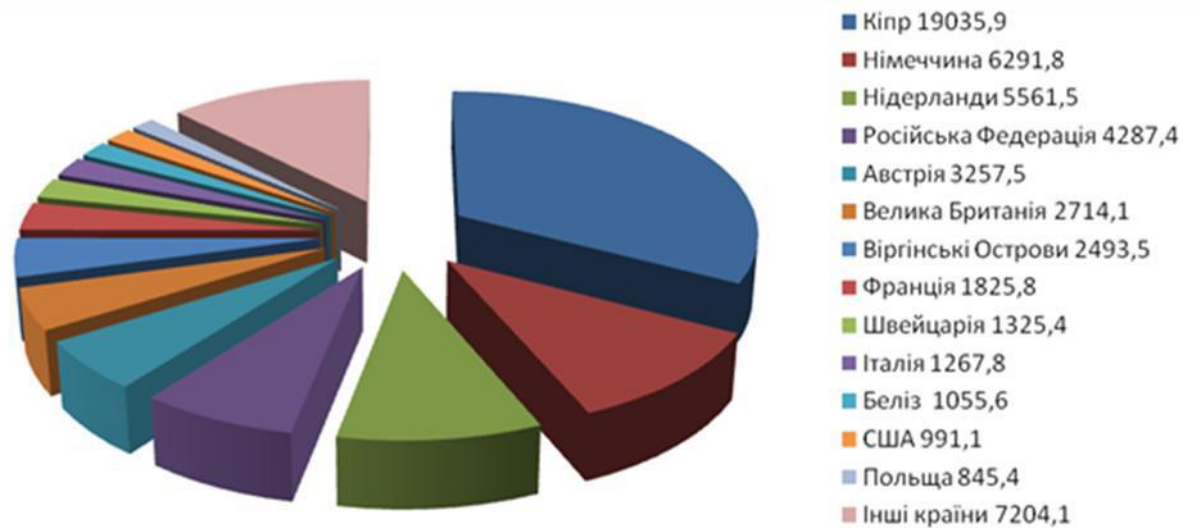


Рис. 3. Географічна структура залучення ПІІ в економіку України за 2013 рік, млн. дол. США

Майже третина усіх ПІІ, які вкладалися в економіку України надходили із офшорних територій. Враховуючи той факт, що ПІІ є здебільшого капіталовкладеннями українських компаній, метою яких є мінімізація оподаткування, то такі інвестиції не можуть вважатися класичними прямими іноземними інвестиціями. Як результат, обсяг реальних прямих іноземних інвестицій в Україну є суттєво нижчим за офіційні дані.

Дослідження інвестиційної ситуації в Україні показує, що країни-донори іноземних інвестицій досить вимогливі до вибору регіону інвестування. Так, згідно рейтингу інвестиційної привабливості регіонів, у протягом 2012-2013 рр. на першому місці була Харківська область (1,51927 бали), на другому – Львівська область (1,482541 бали), на третьому місці – Донецька область (1,470753 бали), на четвертому – м. Київ (1,45908 бали) та на п'ятому – Дніпропетровська область (1,449991 бали). Дані регіони, які отримали високі індекси інвестиційної привабливості протягом 2012-2013 рр. залучили значну частку прямих іноземних інвестицій (табл. 3).

Таблиця 3

Регіони України із найбільшим залученням прямих іноземних інвестицій протягом 2012-2013 рр., млн.дол.США*

№	Регіон	Залучені прямі іноземні інвестиції в 2012 р.	Залучені прямі іноземні інвестиції в 2013 р.

1	м. Київ	26592,1	28039,7
2	Дніпропетровська область	8351,8	9092,1
3	Донецька область	2981,6	3510,5
4	Харківська область	2170,4	2216,3
5	Київська область	1927,7	1948,3
6	Львівська область	1634,8	1706,0
7	Одеська область	1629,5	1670,7
8	АР Крим	1463,7	1608,9
9	Запорізька область	1144,2	1124,7
10	Луганська область	838,2	883,8

*складено на основі [8]

Крім того, розподіл інвестицій між регіонами України відбувався згідно наступних тенденцій:

- російські інвестори здебільшого основну частину своїх капіталів вкладали в Крим, а саме у Севастополь. Інвестиції залучалися в охорону здоров'я (будівництво санаторіїв та курортних відпочинкових комплексів) та будівництво житла;

- інвестори з Нідерландів найбільше інвестували у Київську (близько 80% всього обсягу інвестицій) та Львівську області, де їх цікавила харчова промисловість;

- кошти, що надходили з Кіпру переважно припадали на Одеську, Дніпропетровську, Львівську та Полтавську області [9, С.205].

Загалом, розподіл прямих іноземних інвестицій за галузевою структурою економіки свідчить про те, що найбільшу частку коштів іноземні інвестори вкладали у промисловість та фінансову діяльність: у промисловість України найбільше інвестують Німеччина, Кіпр та Нідерланди. Поряд з тим, значна частка прямих іноземних інвестицій вкладається в торгівлю та операції з нерухомим майном, оренду, інжиніринг й надання послуг підприємцям (рис. 4.).



Рис. 4. Розподіл ПІ за секторами економіки в Україні в 2013 році, млн. дол. США

Російська Федерація, Австрія та Франція опанували фінансову та страхову діяльність, Велика Британія – операції з нерухомим майном, Віргінські Острови та Швейцарія – оптову та роздрібну торгівлю, ремонт автотранспортних засобів й мотоциклів. Нідерланди здійснюють велику частку прямого інвестування в інформацію та телекомунікації (табл. 4).

Таблиця 4

Найбільші інвестори в економіку України за видами економічної діяльності, 2013 р.*

Галузь економіки	Країна	Обсяг залучених ПІ, млн.дол.США
Промисловість	Кіпр	5073,1
	Німеччина	5427,8
	Нідерланди	2296,0
Фінансова та страхова діяльність	Кіпр	4895,2
	Російська Федерація	2894,7
	Австрія	2181,0
	Франція	1204,3
Оптова та роздрібна торгівля	Кіпр	1499,1
	Віргінські Острови	892,9
	Нідерланди	669,7
Інформація та	Нідерланди	1080,6

*складено на основі [8; 9, С.204-206]

Відповідно з даних в таблиці 4, можна сказати, що економіка України надалі має справу переважно з тими інвесторами, які здійснюють пошук ринків або компаній з метою експлуатації купівельної спроможності місцевої економіки та не справляють очікуваного критичного позитивного ефекту на її розвиток.

Щодо ПІІ у формі створення спільних підприємств, то згідно Державної служби статистики та Каталогу українських провідних підприємств, в Україні протягом 2000-2013 рр. динаміка обсягу спільних підприємств виглядала наступним чином (рис.5.).

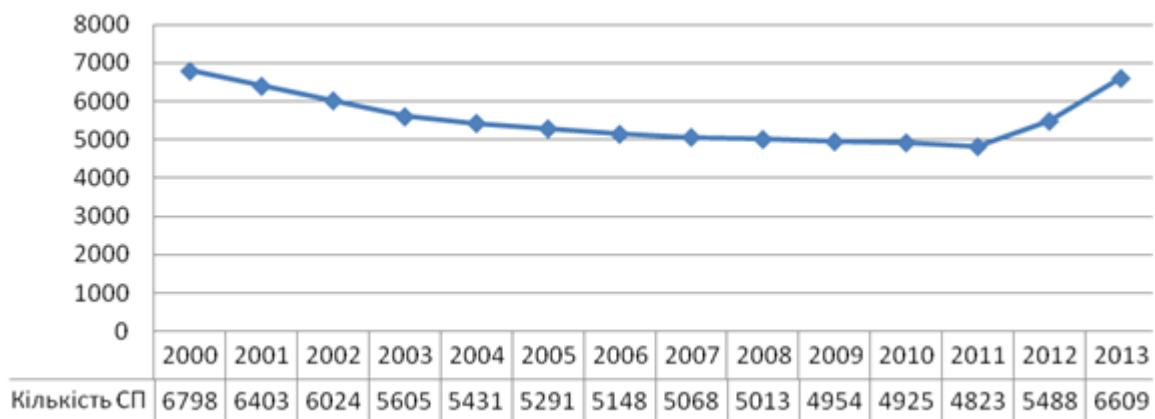


Рис. 5. Кількість спільних підприємств в Україні протягом 2000-2013 рр.

Починаючи з 2012 року, в результаті покращення інвестиційної політики та клімату в країні відбулося поживлення процесу створення спільних підприємств на території України. Це свідчило про часткове збільшення довіри іноземних інвесторів, а отже, можливості подальшого залучення нових знань, коштів та інновацій, які на даний період часу є для України вкрай необхідними.

Найчастіше країнами-учасниками створення спільних підприємств разом з українською стороною виступали Польща, Російська Федерація, США, Чехія, Німеччина, Болгарія, Австрія та Італія. Пріоритетними напрямками діяльності спільних підприємств виробничого профілю були будівельні роботи та виробництво товарів народного споживання. Однак, в результаті нестабільності

внутрішнього середовища України, що було зумовлено невизначеністю подальшого розвитку, постійними реформами, які не були досконало реалізовані та впливом кризових явищ, іноземні інвестори, намагаючись мінімізувати ризик, почали вилучати раніше вкладені кошти. Так, на даний час нестабільність макроекономічної політики держави, не розробленість в достатній мірі законодавчої бази формують у іноземних інвесторів відчуття страху та перестороги, стримують їх діяльність щодо розширення свого бізнесу на території України, а отже, гальмують притік інвестицій. Наглядним прикладом цього є скорочення кількості діючих спільних підприємств на території України, що спостерігається протягом останніх років [8].

Щодо франчайзингу – іншої форми залучення ПІІ в Україну, то він є порівняно новим явищем, тоді як у європейських країнах він практикується століттями, забезпечуючи потреби суспільства в різних послугах. За даними Української асоціації франчайзингу у 2012р. в Україні нараховувалось 190 франчайзингових компаній, які співпрацювали з більш, ніж 2 тис. франчайзі: 25% франчайзингових підприємств – це підприємства громадського харчування (фаст-фуд, ресторани); 20% – підприємства роздрібної торгівлі як продовольчими, так і непродовольчими товарами; 12% – підприємства сфери послуг мобільний зв'язок, перукарні, хімчистки, спортклуби, турагенства; 8% – АЗС; 35% – підприємства інших сфер (табл. 5). В Україні за системою франчайзингу працюють близько 100-130 зарубіжних торгових марок [10, С.316-331; 11; 12; 13].

Таблиця 5

Структура франчайзингово ринку України [11; 12]

Сегмент	Кількість галузей	Кількість брендів	Кількість франчайзерів
Торгівля	34	928	112
Послуги	22	230	50
Суспільне харчування	13	225	44
Послуги для бізнесу	7	58	17
Інформація	7	47	8
Виробництво	6	19	6
Вендінг	5	15	8
Фінанси	4	11	2
Усього	98	1533	247

Найбільш прибутковими в Україні є компанії, які розвивають іноземні франшизи такі як «Coca Cola», «Pepsi», «Carlsberg», «InBev», «ТНК-ВР», «Lukoil», «Empik», «Ліга Інвест», «Дельта Спорт», Мак Дональдс, «Білла», «Баскин & Робінс», «Альянс», «Швидко», «Ростикс», «XXI століття», «Uno momento». В десятку лідерів увійшла одна українська компанія-франчайзер – «Система швидкого харчування» (FFS). Успішно розвивають франчайзингову мережу в Україні також інші українські підприємства ТОВ «Торгова марка Піцца Челентано» та Асоціація «МакСмак» (фаст-фуди) [11; 12]. Цей факт вказує на те, що українські компанії в майбутньому можуть стати конкурентами іноземним франшизам.

Багато закордонних компаній практикують співпрацю з українськими підприємцями: Mango, Mexx, Savage, Tom Tailor, Broadway, Sela, Reserved, Cropp Town, House, Top Secret, Levi's, Springfield, woman'secret, Atlantic. Тобто франчайзинг вдало проявив свою концепцію витривалого та рентабельного бізнесу [11; 13].

Залежно від відносин франчайзера і франчайзі найпоширенішим типом франчайзингу в Україні є регіональний франчайзинг. За схемою цього франчайзингу з українськими франчайзі співпрацює відома італійська фірма-виробник одягу «Benetton». Зокрема, українська компанія «Арго Трейдинг», яка стала франчайзі італійської фірми «Benetton», отримала концепцію магазину та контракт на закупку товару і періодично виплачує франчайзеру роялті. На відміну від багатьох компаній, "Benetton" не нав'язує єдиного для всіх магазинів асортименту і надає франчайзі значну свободу вибору. Франчайзі можуть самостійно замовити обмежену партію одягу, який, на їхню думку, є актуальними в даному регіоні [12; 13].

В Україні розвивається також і інший вид франчайзингу – субфранчайзинг. Зокрема, компанія «Михаил Воронин» розробила субліцензійний пакет для виробників одягу в розрізі регіонів. Цей пакет передбачає, що для певного регіону за допомогою спеціальної методики розраховується мінімальна квота з реалізації товару ТМ «Михаил Воронин».

Якщо торгова структура у цьому регіоні повністю покриває цю квоту, то їй надається ексклюзивне право регіонального представництва [12].

Зазначимо, що український ринок є доволі цікавим для іноземних інвесторів завдяки *кваліфікованій робочій силі, відносно низьких витрат на рекламу, цін на нерухомість та ріст ринкового попиту*, тому сьогодні багато закордонних компаній мають намір забезпечувати присутність на українському ринку власними силами, вкладаючи значні засоби в нове будівництво і здобуваючи функціонуючі об'єкти (як правило, торгової нерухомості) чи виступаючи орендарем відповідних приміщень.

На даний час, франчайзинг в Україні є ще не достатньо поширеною формою ведення міжнародного бізнесу та одночасно залучення ПІІ, хоча має високі потенційні можливості впровадження. До основних проблем розвитку франчайзингу в Україні слід віднести [11]:

1. *Економічні проблеми* (нестабільність розвитку економіки України; відсутність у більшості потенційних франчайзі необхідного стартового капіталу для входження у франчайзингову систему; складність отримання кредитів для створення стартового капіталу; політична нестабільність в Україні; специфіка протікання кризових явищ в українській економіці).

2. *Організаційно-правові проблеми* (відсутність правового забезпечення франчайзингу в Україні).

3. *Соціально-психологічні проблеми* (відсутність вітчизняного досвіду; нестабільність суб'єктів франчайзингової системи – франчайзера і франчайзі; відсутність належного захисту прав інтелектуальної власності; небезпека франчайзі втратити самостійність в управлінні).

4. Низький рівень підготовки представників малого та середнього бізнесу у сфері франчайзингу.

Висновки. Таким чином, після проведеного аналізу географічної, територіальної та галузевої структури розподілу як і прямих іноземних інвестицій загалом, так і тенденцій розвитку франчайзингову бізнесу в Україні як однієї з форм виходу іноземних інвесторів на український ринок, зокрема, можна зробити висновок, що нестабільність української економіки та,

відповідно, її вплив на притік ПІІ, характеризуються наявністю низки системних проблем.

Спостерігається також нерівномірне залучення ПІІ як і по областях, так і по галузях економіки. Це свідчить, про розвиток одних регіонів на фоні занепаду інших. Така ситуація зумовлена рядом факторів, які формують в кінцевому підсумку інвестиційну привабливість регіонів та індекс їх конкурентоспроможності.

Економічні проблеми розвитку франчайзингу в системі руху ПІІ викликані не тільки станом економіки, а також впливом інших проблем, в першу чергу організаційно-правових. Відсутність правової бази істотно звужує можливість не лише руху ПІІ загалом, розвитку франчайзингу, зокрема і в першу чергу значно ускладнює можливість кредитування франчайзі. Розвиток правового забезпечення франчайзингу вимагає вирішення економічних проблем, додаткових витрат на вдосконалення правової бази, розробку правових схем. Економічні, організаційно-правові, соціально-психологічні та освітні проблеми франчайзингу пов'язані між собою та гальмують приплив ПІІ у формі розвитку франчайзингового бізнесу в Україні.

Сукупність усіх вищеперерахованих проблем створюють перешкоду для ефективної діяльності франчайзингового бізнесу на території України. Як наслідок, залучення ПІІ у формі франчайзингу на сучасному етапі розвитку української економіки характеризується створенням малого та дрібного бізнесу, оскільки іноземні інвестори з метою мінімізації збитків та через нестабільність в країні не вкладають додаткові кошти для розширення своєї діяльності. Це в свою чергу свідчить про мінімальний внесок таких підприємств в модернізацію національної економіки та нездатність країни вирішити за допомогою них низки проблем: подолати структурні диспропорції в економіці, активізувати інноваційні процеси, швидко реагувати на зміни кон'юнктури ринку, розв'язати проблему зайнятості населення тощо.

Література

1. Борщ Л.М. Інвестування: теорія і практика. – К. Знання, 2005. – 470 с.
2. Павленко І.І. Міжнародна торгівля та інвестиції: навч. посіб. / Павленко І. І., Варяниченко О. В., Навроцька Н. А. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 256 с.
3. Комар Н.В., Лизун М.В. Франчайзинг як ефективна форма співробітництва: європейські тенденції / Н.В. Комар, М.В. Лизун // Економічний і соціальний розвиток України в ХХІ столітті: національна ідентичність та тенденції глобалізації : зб. тез доповідей Х Ювілейної між. наук.-практ. конф. молодих вчених, 21–23 лют. 2013 р., Тернопіль. Ч. 1 / відп. за випуск Г.Л. Монастирський. – Тернопіль : ТНЕУ, 2013. – С. 51–54.
4. Кузьмін Є.О. Франчайзинг: навчальний посібник / Є.О. Кузьмін, Т.В. Мирончук, І.З. Салата, Л.В. Марчук. – К.: Знання, 2011. – 267 с
5. Рикова І.В. Франчайзинг: нові технології, методологія, договори / І.В. Рикова. – М., 2010. – 224 с.
6. Кулагин М.П. Предпринимательство и право: опыт Запада / М.П. Кулагин. – М. : Дело, 2010. – 244 с.
7. Мюррей Я. Франчайзинг. Типы франшизы, где достать финансы, как добиться успеха / Я. Мюррей. – СПб. : Изд-во "Питер", 2012. – 144 с.
8. Інвестиційний клімат України: проблеми формування та заходи поліпшення [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://old.niss.gov.ua/Monitor/March/12.htm>
9. Юрчик І.Б., Маценко А.А. Іноземні інвестиції в Україні: проблеми та перспективи / І.Б.Юрчик, А.А. Маценко // «Молодий вчений». – 2016. - № 5 (32). – С. 204-207.
10. Комар Н.В., Лизун М.В. Besonderheiten der Entwicklung des Franchising: Europäische Tendenzen und ukrainischen Realien / Н.В. Комар, М.В. Лизун // Platzbestimmung Ostöuropas in der Sozio-Ökonomischen Globalisierung. – Berlin, 2013. – S. 316-331.

11. Франчайзинг, як метод ведення бізнесу, передбачає створення однорідних підприємств [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.triarh-franchising.com>.

12. Ринок франчайзингу в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.triarh-franchising.com

13. Франчайзинг в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://franchising.org.ua>