

міського господарства], 2012. — 112 с. 7. Терехух А. А. Господарські рішення на підприємствах: прийняття, оцінювання та моделювання : моногр. / А. А. Терехух. — Львів : Львів. держ. ін-т новітніх технологій ім. В. Чорновола, 2010. — 244 с.

ОПТИМИЗАЦИЯ ХОЗЯЙСТВЕННЫХ РЕШЕНИЙ ПОЛИГРАФИЧЕСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ ОЦЕНКИ РИСКОВ

Обосновано необходимость оценки рисков при принятии хозяйственных решений. Проведено расчеты оценки рисков в условиях деятельности полиграфического предприятия.

OPTIMIZE BUSINESS DECISIONS PRINTING COMPANY BASED ON RISK ASSESSMENT

The necessity of risk assessment in making economic decisions is considered and argued; calculations of risk assessment in conditions of printing companies activity are made.

Стаття надійшла 03.11.2014

УДК 339.187

І. П. Босак

Українська академія друкарства

ФРАНЧАЙЗИНГ ЯК ФОРМА ОРГАНІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Розглянуто суть франчайзингу, його зміст, переваги та недоліки. Обґрунтовано необхідність використання франчайзингових відносин в Україні.

Франчайзинг, франчайзер, франчайзі, франчайзинговий договір

Входження України в ринок викликало суттєві зміни не тільки в господарських механізмах держави, але й у кожного суб'єкта господарювання. Високий ступінь невизначеності зовнішнього середовища, в якому функціонують різні підприємницькі структури, зумовив необхідність перебудови психології всіх учасників суспільно-економічних процесів. Ринкові механізми проникли в регулювання економічними процесами держави, ресурсообіг, сфери виробництва, розподілу та споживання. Видозмінюються як методологія, так і методичні підходи теоретичних досліджень поведінки різних господарюючих суб'єктів, відбувається з об'єктивних причин адаптація вітчизняної економіки до сучасних умов функціонування.

Сучасна система господарювання в значній мірі пов'язана з підприємницькою активністю в усіх сферах економіки, а її зростання є перспективним аспектом конкурентно-ринкового середовища. Основною метою усіх суб'єктів ринкової економіки, зайнятих підприємництвом, є отримання прибутку, який

відображає всі сторони господарської діяльності підприємства. Для більшості вітчизняних підприємств сьогодні властиві зниження ділової активності та загальної ефективності господарювання, погіршення фінансового стану, скорочення підприємницької діяльності, що загалом призводить до негативних наслідків. Вирішення цих проблем потребує відповідних змін у теорії і практиці підприємництва, глибокої фахової оцінки та ґрунтовного аналізу економічної ситуації, кардинальних змін у взаємовідносинах між собою, суб'єктів підприємництва з державою, держави з суб'єктами підприємництва.

Привабливість франчайзингу полягає в тому, що малі підприємства мають у своєму розпорядженні стабільний дохід, а великі — можливість розширити свої позиції на ринку, а також зміцнити їх. Дана проблематика дослідження потребує подальшого ґрунтовнішого вивчення і поглиблення теоретичних основ і наукових уявлень, обумовленого потребою в нових підходах щодо організації комерційної діяльності.

Проблеми франчайзингових відносин досліджували у своїх працях зарубіжні та вітчизняні вчені, зокрема, М. Мендельсон, Я. Мюррей, Б. Сміт, Г. Андрощук, М. Білик, І. Бойчук, В. Денисюк, О. Кузьмін, А. Кругляно, А. Цибух та інші. У їхніх роботах розкриті суть франчайзингу, історія його розвитку, взаємовідносини франчайзер — франчайзі, сучасні тенденції у сфері франчайзингу, його переваги та недоліки, проблеми, перспективи майбутнього розвитку франчайзингової індустрії. Діяльність підприємств на умовах франчайзингу досить актуальна в умовах ринкового господарювання, і є потреба у поглибленні подальших наукових досліджень.

Мета нашої статті — дослідити особливості використання франчайзингових відносин в організації підприємницької діяльності.

Всебічна оцінка підприємницької ідеї та фінансових можливостей засновників дає підстави для вибору способу заснування підприємницької діяльності як для функціонуючих підприємств, так і для нових, набуває все більшої актуальності. Останнім часом в Україні функціонує значна кількість організаційно-правових форм, які здійснюють свою діяльність під марками відомих вітчизняних і зарубіжних компаній. Такою формою організації ведення підприємницької діяльності суб'єктів ринку є система франчайзингу, яка набула широкого розповсюдження у світовій практиці економічно розвинутих країн і вважається достатньо перспективною. Використання франчайзингових відносин в Україні пояснюється в основному тим, що діяльність малих підприємств потребує для керівників забезпечення фінансових умов функціонування, відповідної організації логістичної системи, необхідної підтримки вітчизняних виробників, удосконалення систем якості продукції (послуг) від виробника до споживача.

Франчайзинг — це робота за ліцензією (франшизою), що базується на формуванні відносин між такими суб'єктами підприємницької діяльності, як франчайзер (головне підприємство) і франчайзі (здебільшого мале підприємство). Підприємство, що передає права на виробництво, продаж готової про-

дукції, на вид діяльності, є франчайзером. Підприємство, яке отримує від франчайзера певні права, у тому числі користуватися торговельною маркою, є франчайзі. Передачу права підтверджує ліцензія; головне підприємство отримує плату за надання прав франчайзі [1]. Така форма організації підприємницької діяльності є прибутковою як для суб'єктів господарювання, так і для держави. У світовій практиці — це ефективний метод розподілу продукції та послуг майже в усіх галузях економіки.

Розрізняють три види франчайзингу:

торговий (франчайзинг у сфері торгівлі щодо продажу готової продукції);

виробничий (франчайзинг, пов'язаний з виробництвом продукції);

«бізнес-формату» (коли франчайзер надає франчайзі дозвіл щодо відкриття торговельної мережі під брендом франчайзера).

Зв'язок між франчайзером і франчайзі здійснюється на основі франчайзингового договору, що визначає правові та ділові взаємовідносини між ними (суб'єктами франчайзингу), у ролі яких можуть виступати як фізичні, так і юридичні особи, котрі займаються підприємницькою діяльністю. Разом з тим мають місце відповідні юридичні складнощі, пов'язані з використанням франчайзингового договору. Міжнародний франчайзинг вимагає уніфікації, приведення у відповідність законодавчо-правового врегулювання договірних відносин у різних країнах. Це стосується й України.

Франчайзингові угоди використовують в основному господарюючі суб'єкти, які хочуть швидко поширити власну торгову марку в інші регіони, не вкладаючи значних грошових коштів. Франшиза, крім ліцензованого пакета, що містить товарний знак, консалтингові послуги, ноу-хау, включає ще і бізнес-план, юридичний супровід бізнесу, послуги щодо навчання персоналу, концепції фінансування, інформативну підтримку, що дозволяє зекономити витрати, а також сприяє забезпеченню підтримки на майбутній період.

Щодо правової бази, то у вітчизняному законодавстві використовується термін «комерційна концесія», що відповідає суті поняття «франчайзинг», який застосовується в міжнародній практиці. Відносини комерційної концесії в Україні регулюються Цивільним кодексом, Господарським кодексом, Законом України «Про концесії», постановами Кабінету Міністрів та іншими нормативно-правовими положеннями.

Комерційна концесія — це вид ділового співробітництва, згідно з яким одна сторона, котрою є франчайзер, надає зобов'язання іншій (франчайзі) за відповідну плату право користування системою прав, що належать цій стороні з метою виготовлення та (або) продажу певного виду товару чи надання послуг.

Предметом договору комерційної концесії є право на використання об'єктів права інтелектуальної власності (торговельних марок, промислових зразків, винаходів, творів, комерційних таємниць тощо), комерційного досвіду та ділової репутації [5].

Слід зазначити, що франчайзингові відносини забезпечують мінімальні ризики і відносно низькі витрати, що і приваблює великі компанії виходити на ринки інших країн через малі підприємства.

Для франчайзингу характерні такі основні риси й ознаки:

франчайзинг передбачає наявність двосторонньої угоди (договору) франчайзера й франчайзі; є власником виключних прав і товарного знака, фірмового стилю, патенту, ідеї, авторського права й аналогічних прав;

будучи правовласником, франчайзер передає свої права франчайзі на певних умовах. Франчайзі здійснює власну діяльність під товарним знаком франчайзера, використовуючи його репутацію на ринку товарів (послуг), і за своїм фірмовим стилем ідентифікується з франчайзером;

для успішного ведення бізнесу франчайзер забезпечує франчайзі різні форми підтримки й користується правом регулювання діяльності франчайзи з метою збереження репутації на ринку, не порушуючи при цьому юридичної й економічної самостійності;

за користування правами франчайзера та надану підтримку франчайзі робить певні платежі [4].

Діяльність суб'єктів господарювання на умовах франчайзингу обумовлюється комплексним характером відносин, їх прозорістю, позитивними аспектами системних зв'язків, що дозволяє сформувати відповідну мережу з ефективним розподілом грошових коштів, розширену систему збуту товарів і послуг, посилити конкурентні переваги учасників франчайзингу відносно інших учасників аналогічного ринку, забезпечити можливість швидшого виходу на ринок нових учасників.

Франчайзингова система організації підприємницької діяльності є привабливою (має свої позитивні сторони і недоліки) як для франчайзера, так і для франчайзі. Перевагами для франчайзера є: отримання коштів для розширення своєї діяльності; можливість проведення територіального розподілу ринку для обмеження конкуренції між франчайзі; донесення інформації про власний продукт до споживачів; зацікавленість франчайзі в успішності своєї роботи; економія ресурсів за рахунок франчайзі. Позитивні сторони: функціонування з меншим ризиком банкрутства; можливість працювати під брендом відомої марки; ефективний спосіб ведення бізнесу.

До недоліків франчайзингових умов функціонування для франчайзера відносяться: складність підбору франчайзі і можливість втрати контролю над ним; ризик розголошення корпоративної конфіденційної інформації; недостовірність звітної інформації від франчайзі. Негативні аспекти: неможливість впливати на умови договору між двома сторонами; відсутність відповідної підтримки від франчайзера; повна відповідальність за свою діяльність.

Ураховуючи перспективи розвитку підприємницької діяльності на умовах франчайзингу, слід зауважити, що така форма партнерських відносин є перспективною, з кожним роком набуває більшого поширення у вітчизняній практиці. Кількість франчайзерів в Україні за 2001–2013 рр. зросла з 48 до 540. Найефективніші галузі вітчизняної економіки, де функціонують франчайзингові компанії, — роздрібна торгівля, підприємства громадського харчування та організації, що надають послуги суб'єктам підприємницької діяльності [3].

Необхідно відзначити, що франчайзер має право розірвати договір з франчайзі у випадку недоотримання запланованого прибутку, скарг на невідповідність задоволення потреб споживачів, зловживання іменем франчайзера, ненадання звітної інформації про стан справ на вимогу франчайзера.

Основними проблемами розвитку франчайзингу в Україні є: нестабільність національної економіки; недосконалість правової бази; питання фінансового характеру; відсутність необхідного інформаційного забезпечення та практики ведення бізнесу.

Загалом в Україні досить широкі перспективи для використання франчайзингу, саме його розвиток дозволить: підвищити загальну культуру підприємницьких відносин та ефективність позитивного державного впливу на розвиток тих чи інших видів діяльності й на мале підприємництво; поліпшити етичний клімат бізнесу; створити нові робочі місця; залучити значні іноземні інвестиції в економіку; посилити правову захищеність малого підприємництва; ініціювати розробку нових ідей, методів і технологій у малому бізнесі; будувати комплексну систему практичного навчання для малого підприємництва без створення будь-яких спеціальних навчальних структур і програм; освоїти нові технології малого підприємництва [2].

Отже, здійснення підприємницької діяльності на умовах франчайзингу, ураховуючи вивчення іноземного досвіду франчайзингових відносин, має перспективу, набуває все більшого поширення в Україні, характеризується тісною взаємодією підприємств великого і малого бізнесу з метою розв'язання спільних проблем їх функціонування, є ефективним як для франчайзера, так і для франчайзі, сприяє удосконаленню корпоративної культури.

1. Гузела О. І. Виробниче підприємництво: навч. посіб. / О. І. Гузела, І. П. Босак. — Львів: Укр. акад. друкарства, 2011. 2. Данніков О. В. Проблеми побудови та функціонування франчайзингових систем в Україні / О. В. Данніков // Маркетинг в Україні. — 2008. — № 5 (51). — С. 62–69. 3. Офіційний сайт Української асоціації роботодавців в галузі франчайзингу. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://franchising.ua/> 4. Пивоваров М. Г. Франчайзинг та перспективи його розвитку / М. Г. Пивоваров, О. О. Саблін // Держава та регіони. Сер. Економіка та підприємство. — 2006. — № 2. — С. 192–195. 5. Цивільний кодекс України №435-IV від 16.01.2003 р. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: kodeksy.com.ua/tsivilnij_kodeks_ukraini.htm.

ФРАНЧАЙЗИНГ КАК ФОРМА ОРГАНИЗАЦИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Рассмотрены сущность франчайзинга, его содержание, преимущества и недостатки. Обосновано необходимость использования франчайзинговых отношений в Украине.

FRANCHISING AS A FORM OF ORGANIZATION OF ENTREPRENEURSHIP ACTIVITY

The essence of franchising, its advantages and drawbacks are considered; the necessity of use of franchising in Ukraine is grounded.

Стаття надійшла 06.11.2014