

3. Горняк О.В. Розвиток підприємства в сучасних теоретичних концепціях / О.В. Горняк, Л.Х. Доленко // Вісник Хмельницького національного університету. Серія: Економічні науки. – Хмельницький, 2011. – № 2. Т 3. – С. 29-32.

4. Дунська А.Р. Інноваційна стратегія як сучасний інструмент управління розвитком підприємства / А.Р. Дунська [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.confcontact.com/20101008/5_dunska.htm

5. Економіка підприємства: підручник / М.Г. Грецин, В.М. Колот, О.Г. Мендрул та ін. / за заг. та наук. ред. Г.О. Швиданенко. – Вид. 4-те. – К.: Вид-во КНЕУ, 2009. – 816 с.

ФРАНЧАЙЗИНГ ЯК СПОСІБ ЗАПОЧАТКУВАННЯ БІЗНЕСУ

*Рудніченко О.О., здобувач вищої освіти
rudnicenkooleksandra@gmail.com*

*Науковий керівник: Мельник Т.Ю. к.е.н., доцент
Державний університет «Житомирська політехніка»*

Сьогодні франчайзинг визнаний у світі як найбільш прогресивна форма започаткування та ведення бізнесу. Переваги від франчайзингу вигідні для підприємців, що розпочинають свій бізнес, оскільки вони суттєво знижують ризик невдачі та втрати коштів. Однак треба зазначити, що не можна залишати поза увагою ті недоліки, які становлять реальні загрози для потенційних франчайзі.

Проведені дослідження свідчать, що погляди науковців на розуміння сутності франчайзингу дещо різняться. Так, автори [1, с. 136] зазначають, що під франчайзингом мається на увазі своєрідна форма співробітництва, у рамках якої одна сторона (франчайзер), що вже володіє успішним бізнесом, у тому числі відомою торгівельною маркою або ноу-хау, комерційними таємницями, гарною репутацією, дозволяє іншій стороні (франчайзі) користуватися на платних умовах створеною нею схемою бізнесу протягом певного часу.

На думку Тонюк М.О., франчайзинг – це такий різновид підприємницької діяльності, за якої одна сторона (франчайзер) передає іншій стороні (франчайзі) певний пакет документів (франшизу) на певний строк, за певну плату на договірній основі. Він є особливою системою відносин між суб'єктами підприємницької діяльності [4, с. 688].

Згідно з визначенням Міжнародної асоціації франчайзингу, франчайзинг – це система перманентних відносин, що

встановлюються між франчайзером і франчайзі, в результаті яких знання, імідж, успіх, методи виробництва і маркетинг передаються франчайзі в обмін на взаємне задоволення інтересів.

Дослідження наукової літератури та інформаційних онлайн ресурсів дозволяє узагальнити переваги та недоліки франчайзингу, як способу започаткування та ведення бізнесу. Так, до основних переваг франчайзингу для франчайзі можна віднести:

- Навчання менеджменту та консультаційна допомога. Українські франшизи як правило включають комплексну програму запуску бізнесу і більшість – дуже сильну підтримку для франчайзі після запуску: локальний маркетинг, бухгалтерія, логістика, навчання, персональний менеджмент тощо.

- Рекламні кампанії. Відома торгова марка вже може вважатись непоганою рекламою. Системи франшизи пропонують національні рекламні кампанії, які найчастіше включені в плату за франшизу.

- Впізнаваність бренду. Бренд, який вже завоював довіру на ринку приносить більш високі доходи (а саме такі компанії і пропонують франчайзинг), ніж нікому невідома нова торгова марка.

- Вдосконалення технологій залишається завданням франчайзера. Проблеми щодо вдосконалення технологій виробництва продукції чи надання послуг, методів ведення підприємницької діяльності переносяться на франчайзера, який зобов'язаний інформувати своїх франчайзі про всі нововведення без пред'явлення вимог щодо зміни величини роялті на час дії франчайзингового договору.

- Можливість придбання на пільгових умовах матеріалів, сировини, комплектуючих, обладнання у визначених постачальників. У міру розвитку франчайзингової системи франчайзер може чинити вплив на постачальників щодо цін та умов поставки, тим самим зменшуючи собівартість бізнесу.

Кожен, хто хоче зайнятися франчайзингом, має знати і про його недоліки, щоб вони не стали перешкодою на шляху до успіху. Наведемо основні недоліки франчайзингу для франчайзі:

- Часткова втрата свободи та стандартизація діяльності. Потенційний франчайзі повинен ретельно дотримуватися правил та інструкцій, що встановлені ліцензіаром та відображені у відповідному договорі. Такі інструкції стосуються різних аспектів діяльності: площі та оздоблення приміщення, місця розташування бізнесу, асортименту товару (послуг), кількості співробітників тощо. Відповідно, це унеможливорює будь-яку креативність у веденні

бізнесу. Відповідність стандартам, зазвичай, забезпечується періодичними інспекціями ліцензіара.

- Висока вартість франшизи та необхідність сплачувати франчайзингові платежі. Усі переваги, які мають ліцензіати, повинні бути оплачені. Відома франшиза коштує недешево. І навіть враховуючи, що такий бізнес може повернути інвестиції скоріше, ніж той, який необхідно починати «з нуля», слід розуміти, що на початку ці інвестиції будуть доволі вагомими, і без підготовки потрібної суми коштів, бізнес просто не почне працювати. Так, наприклад, початковий внесок при придбанні франшизи «Pizza Selentano Ristorante» становить 10000-12000 євро, а необхідний початковий капітал складає від 170000 євро. Вступний внесок при придбанні франшизи кав'ярні-пекарні «Франс.уа» становить 6000 USD, а розмір необхідних інвестицій – від 22000 USD [5]. Також додатковими витратами постають регулярні виплати кожного місяця. Кількість і розміри таких платежів можуть істотно впливати на рентабельність бізнесу ліцензіата.

- Контроль з боку франчайзера. Мова йде про різні перевірки стану та якості виконання умов договору, у тому числі за допомогою таємних покупців. При цьому франчайзер може контролювати кожну дрібницю і вимагати постійно підвищувати доходи.

- Штрафи за порушення умов договору франшизи. Пункт не очевидний і не обов'язковий, але більшість франчайзерів передбачає це при складанні договору. Штрафи або пеня, наприклад, за несвоєчасну виплату роялті або порушення умов договору можуть досягати значних сум.

Аналізуючи ситуацію на українському ринку, слід відзначити динамічний та стабільний розвиток франчайзингу, який є одним із найбільш перспективних видів бізнесу в Україні. За даними Асоціації франчайзингу в Україні у 2020 році існувало 513 франчайзерів, що на 9 більше ніж у 2019 році, та на 86 більше ніж у 2018 році. За результатами аналітики ринку франчайзингу у 2020 році кількість франчайзингових об'єктів становила 28579 (що на 4417 об'єктів більше ніж у 2019 році), в тому числі за сферами: громадське харчування – 6660 об'єктів, споживчі послуги – 16168 об'єктів, рітейл – 5751 об'єкт. В Україні частка франчайзингових точок вже становить 75-80%, що приблизно відповідає міжнародній практиці [5].

Найбільш відомі українські франчайзери, які довели працездатність своїх проєктів, – мережі ресторанів Mafia,

PESTOCAFÉ, «Хінкальня», пекарні-кав'ярні LvivCroissants і «Насолода», «Франс.уа», фаст-фуд CHICKENHUT і FreshLine, піцерія PIZZA CELENTANO, мережі супермаркетів «Наш Край» і NOVUS, магазини солодощів ручної роботи «Львівська майстерня шоколаду» і «Веселі карамелі», бутіки дизайнерського одягу ANDRE TAN [3, с. 48].

Проте попри загальний позитивний розвиток українського ринку франчайзингу, необхідно відзначити і наявність низки перешкод, які негативно впливають на можливість ефективної організації бізнесу на основі франшизи. Наведемо основні з них:

- необізнаність вітчизняних підприємців з основними принципами та особливостями ведення бізнесу на умовах франчайзингу;
- нестабільність розвитку економіки України;
- складність процедури кредитування малих підприємств;
- незахищеність українських франчайзерів у франчайзинговій співпраці з іноземними представниками;
- недостатність стартового капіталу для входження до франчайзингової системи;
- недосконалість нормативно-законодавчої бази стосовно франчайзингових відносин, зокрема відсутність закону України про франчайзинг.

Вищенаведені проблеми є взаємопов'язані та взаємозалежні між собою, як наслідок, невирішеність одних тягне за собою розростання інших.

Таким чином, франчайзинг – один із найперспективніших напрямів розвитку малого та середнього бізнесу. Він розкриває нові можливості як для франчайзера: масштабування бізнесу, поширення брэнда, додатковий заробіток та інші; так і для франчайзі – швидкий розвиток та постійна підтримка (впродовж дії договору). Також, франчайзинг створює певні вигоди не лише для власників бізнесу, але й для споживачів. Вони отримують доступ до вітчизняних та імпортованих товарів та послуг відомих торгових марок, якість яких перевірена досвідом і часом. Проте сучасне законодавство України не має достатньої нормативно-правової бази, щоб регулювати відносини франчайзингу, через що з'являються ризики та недовіра.

Література:

1. Бившева Л.О., Кондратенко О.О., Лисенко А.О. Франчайзинг як ефективна форма розвитку інноваційного підприємництва в Україні. *Економічний вісник Донбасу*. 2018. № 3(53). С. 136-140.

2. Давидюк Л.П. Розвиток франчайзингового бізнесу в Україні та світі. *Причорноморські економічні студії*. 2019. Вип. 46-1. С. 13-19.

3. Козій Н.С., Кізілова В.О., Кізілов Д.В. Особливості розвитку франчайзингової діяльності в Україні. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2021. Вип. 35. С. 47-51.

4. Тонюк М.О. Франчайзинг як особлива форма організації та функціонування бізнесу в Україні. *Економіка і суспільство*. 2017. № 9. С. 687-689. URL: <https://ir.kneu.edu.ua/bitstream/handle/2010/34691/Toniuk-9-17.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (дата звернення 12.11.2021).

5. Портал ідей для бізнесу «FRANCHISING.ua/». URL: <https://franchising.ua/> (дата звернення 12.11.2021).

УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЧИМИ ЗАПАСАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

*Саприкін В.В., здобувач вищої освіти,
vlad787821@gmail.com*

*Науковий керівник: Богацька Н.М., к.е.н., доцент
Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ*

Підприємства різних форм власності та галузей для здійснення господарської діяльності використовують виробничі запаси, які є найбільш важливою і значною частиною активів підприємства, що гарантують безперервність і ритмічність діяльності суб'єктів господарювання, та забезпечують його економічну безпеку. Організований облік товарно-матеріальних цінностей, має суттєве значення в управлінні виробничою діяльністю кожного підприємства та контролю зберігання матеріальних цінностей. Тому аналіз використання та ефективності запасів є важливою функцією та необхідним інструментом для підприємств.

І.А. Бержанір трактує поняття «запаси» як частину матеріальних ресурсів підприємства, які є сукупністю предметів праці й перебувають на підприємстві у вигляді сировини, матеріалів, купівельних напівфабрикатів та комплектуючих деталей, палива, тари і тарних матеріалів, будівельних матеріалів, запасних частин та інших матеріалів, що становлять матеріальну основу продукції підприємства, надають їй якісних властивостей, беруть участь у виробництві протягом одного виробничого циклу і повністю переносять свою вартість на вартість готової продукції [1].