

Висновки. Невирішеність проблеми розробки реалістичної та ефективної інноваційної стратегії технологічного оновлення аеропорту обумовлює необхідність розробки та впровадження організаційно-економічного механізму її формування.

Процес формування інноваційної стратегії технологічного оновлення аеропорту має складатися з етапів: формування місії аеропорту; розробка загальної стратегії аеропорту; підготовка до розробки інноваційної стратегії технологічного оновлення аеропорту; вибір технологічної політики аеропорту; розробка альтернативних варіантів інноваційної стратегії технологічного оновлення аеропорту; вибір оптимальної інноваційної стратегії технологічного оновлення аеропорту та етапу – «вибір заходів підтримки реалізації інноваційної стратегії технологічного оновлення аеропорту».

ЛІТЕРАТУРА

1. Абалкин Л.И. Хозяйственный механизм развитого социалистического общества [Текст]. – М.: Мысль, 1973. – 263 с.
2. Арэф'єва О.В., Дякон Л.Л. Механізми контролінгу бізнес-процесів промислових підприємств [Текст]: Монографія. – К.: Вид-во Європ. ун-ту, 2008. – 92 с.
3. Пономаренко В.С. Механізм прийняття управлінських рішень на підприємстві: процесний підхід [Текст]. – Х.: ХНЕУ, 2005. – 240 с.
4. Пономарьов І.Ф. Особливості формування структури організаційно-економічного механізму управління підприємством в умовах ринкової економіки [Текст]: Наукові праці. – Донецьк, 2003. – Вип. 65. – С. 62-70.
5. Щелкунов В.І., Різниченко О.В., Паламарчук В.А. Економічний механізм регулювання діяльності та розвитку виробничого потенціалу підприємств України [Текст]. – К.: Наукова думка, 2003. – 188 с.

УДК 339.5.012(045)

І.В. Чібісова, К.Є. Гончаренко

ОСОБЛИВОСТІ МІЖНАРОДНОГО ФРАНЧАЙЗИНГУ

У статті проведено дослідження міжнародного франчайзингу, як форми здійснення міжнародних бізнес-операцій, схеми його дії, видів франчайзингу, розглянуто його переваги та недоліки, а також питання про тенденції розвитку українського ринку франчайзингу.

Ключові слова: міжнародний франчайзинг, франшиза, роялті.

В статье проведено исследование международного франчайзинга, как формы осуществления международных бизнес-операций, схемы его действия, видов франчайзинга, рассмотрены его преимущества и недостатки, а также вопрос об украинском рынке франчайзинга.

Ключевые слова: международный франчайзинг, франшиза, роялти.

It is studied international franchising as a form of international business operations, the scheme of its action, the types of franchising and its advantages and disadvantages, and considering the trends of the Ukrainian market of franchising.

Key words: international franchising, franchise, royalty.

Постановка проблеми. Витоки франчайзингу йдуть майже на 500 років у глиб історії. В останні роки ми все частіше чуємо таке слово як «франчайзинг», яке набуває все більшого значення в бізнесі. Майже будь-який вид бізнесу (за інформацією Міжнародної Асоціації Франчайзингу - понад 70 галузей господарства) може стати предметом франчайзингового договору. Франчайзинг дуже швидко поширюється на різні області і є найефективнішим способом для того, щоб розбагатіти. Але цього поняття навіть немає в нашому законодавстві, тому важливо визначити його сутність і схему діяльності, щоб бути впевненим, що це дійсно ефективний спосіб здійснення бізнес-операцій.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Останнім часом багато уваги приділялося вивченню франчайзингу, зокрема ряд вітчизняних і зарубіжних науковців присвятили себе розгляду цього явища, а саме Черенков В.І., Новосельцев О., Блінов А., Вацковський Ю., Czinkota M.R., Ronkainen I.A. та багато інших

Невирішена частина загальної проблеми. Аналіз останніх досліджень показав, що багато аспектів франчайзинга залишаються не досить розглянутими, зокрема питання правового врегулювання.

Мета статті. Розгляд міжнародного франчайзингу, його розвиток в Україні та роль, яку він відіграє в бізнесі і, взагалі, потрібен він чи ні.

Виклад основного матеріалу. Франчайзинг - це впізнаваний зовнішній вигляд і зрозуміла якість. Це метод побудови мережі, при якому всі її учасники працюють під однією торговою маркою і за загальною системою. Це можливість бути незалежним підприємцем і при цьому користуватися всіма перевагами ефекту масштабу і великого гравця на ринку.

Міжнародний франчайзинг являє собою перетворену форму виконання бізнес-операцій, в рамках якої одна сторона – франчайзер – передає на комерційній основі іншій стороні – франчайзі – ліцензії на виробничі або маркетингові технології, ноу-хау, товарні знаки, отримуючи за це, обумовлену в контракті компенсацію. Крім того, в рамках франчайзингової згоди франчайзер, як правило, надає підтримку своєму франчайзі в організації виробничого навчання персоналу і проведення рекламних кампаній, розробляє або представляє маркетинг-план, передає керівництво по веденню бізнесу, забезпечує поставку унікального устаткування а також складових нераскриваємий секрет франчайзера комплектуючих виробів або інгредієнтів.

Пакет франшизи – це весь пакет документів, послуг та умов, запропонованих франчайзером чинному чи потенційному франчайзі. Стосується всіх основних питань, викладених у франчайзинговому договорі, а також основних послуг франчайзера франчайзі для успішного ведення бізнесу відповідно до франчайзингового договору. Франшиза (франчайза) - пакет прав промислової чи інтелектуальної власності, які стосуються

торговельних марок, торговельних найменувань, символів в магазинах, корисних моделей, конструкцій, авторських прав, ноу-хау або патентів, що використовуються для перепродажу товарів або надання послуг кінцевим споживачам.

Практика побудови франчайзингових мереж привела до різноманіття типів франчайзингових угод. Ми розглянемо класифікацію, яка заснована на природі об'єкту франшизи. Це:

- промисловий франчайзинг чи франчайзинг бізнес-формату;
- торговий франчайзинг;
- сервісний франчайзинг;

Промисловий франчайзинг передбачає передачу франчайзі прав на цілий пакет правових та комерційних дій, необхідних для організації повного циклу господарської діяльності по створенню товару згідно з маркетинговою стратегією і принципами менеджмента франчайзера.

Торговий франчайзинг припускає покупку у франчайзера права на продаж товарі під його торговою маркою. Для цієї форми характерна вузька спеціалізація франчайзі на реалізацію одного типу товару чи послуг та отримання роялті (роялті – це періодичні платежі, вироблювані франчайзі за використання об'єктів права інтелектуальної власності та операційних систем ведення бізнесу, обчислюемого від об'єма продаж).

Сервісний франчайзинг є сьогодні найрозповсюдженішою формою франчайзинга і пропонує продаж прав на відкриття сервісних підприємств з ціллю продажу послуг під торговою маркою франчайзера. Найбільш популярними системами сервісного франчайзинга є McDonald's, KFK і Holiday's Inn.

Експертами визначено переваги та недоліки міжнародного франчайзинга.

З точки зору компанії-франчайзера можна відмітити такі переваги:

- отримання додаткового доходу при мінімальних витратах і інвестиціях за рахунок розширення виробництва та / або збуту товарів (послуг) шляхом поступки прав на використання товарного знака, фірмового стилю, об'єктів інтелектуальної власності та комерційної інформації;
- просування на ринку товарів (послуг), товарного знака і самої компанії за рахунок франчайзі;
- забезпечення можливостей для збуту товару (послуг) на віддалених територіях;
- розширення досвіду бачення бізнесу та вивчення ринку на основі зворотного потоку інформації від франчайзі.

Такі недоліки можна виділити:

- залежність ефективності роботи від сторонніх компаній;

– складність у розриві відносин з франчайзі, що не виконують умови угоди.;

- виплата внесків із запізненням або їх недоплата;
- ймовірність розголошення комерційної таємниці;

З точки зору франчайзі відмітимо такі переваги:

– використання на законних підставах товарного знаку та / або торговельної марки відомої компанії;

– отримання доступу до детально розробленої технології ведення бізнесу, що показала на практиці високий рівень ефективності;

– отримання постійної технічної, консультативної та фінансової підтримки, як на етапі розвитку бізнесу, так і в процесі його функціонування;

– значна економія коштів і часу на рекламі, навчанні, маркетингових дослідженнях, розробки і реєстрації власного товарного знаку і торгової марки, відпрацювання технології ведення бізнесу, а також на ведення переговорів і пошуку партнерів;

- спрощення доступу до кредитних ресурсів.

Та існують такі недоліки:

- обмеження свободи прийняття рішень;

– неможливість швидкого розриву франчайзингового договору;

– можлива конкуренція з боку інших франчайзі і безпосередньо франчайзера ;

- залежність від фінансової стабільності франчайзера;

Порівнюючи недоліки та переваги франчайзинга, слід відмітити що для міжнародного франчайзинга основною перевагою слід вважати використання цієї міжнародної бізнес-операції для організації швидкого входу одразу на декілька зарубіжних ринків, що приводить до найбільш швидкої і легкої міжнародної експансії. В порівнянні з можливостями та перевагами технології франчайзингу як способу розвитку бізнесу, його недоліки для франчайзі настільки незначні, що більшість малих і середніх компаній ними просто нехтують.

В Україні представлені франчайзери Росії, Польщі, Голландії, Франції, США та інших розвинених країн. Але поки вони не досягли побудови повноцінної франчайзингової мережі на території України, оскільки якщо подивитися на їхні PR-програми, ми бачимо що вони написані іноземною мовою, що означає, що вони працюють ще в режимі «розвідки», перевіряючи ринок і відповідність йому своєю франшизою. Функціонуючий франчайзинг в Україні представлений мережами місцевого або російського походження. Їм легше виходити на ринок, оскільки потрібна мінімальна адаптація франчайзингового пакету. На території України діє багато підприємств-франчайзерів. Найбільш популярні і найкраще розвинені із галузі легкої промисловості,

це:

MILAVITSA;COLIN'S;Columbia;OGGI;Savage;SELA;TATUUM;Accessorize та ін. Євгенія Кривонос, менеджер проектів Асоціації франчайзингу України, говорить про те, що відсутність спеціалізованого законодавчого регулювання гальмує розвиток франчайзингу в Україні. Але ще більше розвиток франчайзингу гальмує банальна непроінформованість суспільства. Одним із кроків до цього є підготовка законопроекту про франчайзинг. У ньому потрібно приділити набагато більше уваги переддоговірних та постдоговірних відносин між франчайзером і франчайзі.

Висновки. Отже, розглянувши схему дії франчайзингу, його основні поняття, переваги та недоліки, ми можемо сказати, що франчайзинг є досить поширеним і добре розвиненим в зарубіжних країнах, що стосується України, то експорт франшизи ще не досяг того рівня, який можна було б назвати міжнародним. Лише одне упущення є в цій діяльності, це відсутність чинного закону про франчайзинг. Таким чином, лише цей факт гальмує розвиток франчайзингу, але, не дивлячись на це, він процвітає і займає належне місце в бізнесі, а отже, є успішною діяльністю в сфері міжнародних бізнес-операцій.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Дельтей Ж. Франчайзинг [Текст] / Ж.Дельтей. - Санкт-Петербург: «Нева», 2003. – 287с.
2. Земляков, Д.М. Франчайзинг. Інтегровані форми бізнесу: підручник [Текст] /Д.М.Земляков.-2.вид. - Москва: "Юніті-Дана", 2003. – 526с.
3. Мюррей Я. Франчайзинг. Типи франшизи. Де дістати фінанси. Як домогтися успіху [Текст] / Я.Мюррей. Типи франшизи. - Санкт-Петербург: "Пітер", 2004. – 456с.
4. Черенков, В.І. Зовнішньоекономічна діяльність:основні операції [Текст] / В.І.Черенков. – Ростов-на-Дону: «Фенікс», 2007. – 576с.
5. Франчайзинг в Україні. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.franchising.org.ua/associacija.html>.

УДК 658:005.622:33

А.В. Ружицький

ОЦІНКА СТАНУ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

В статті запропоновано систему кількісних і якісних показників економічної безпеки підприємства, яка складається з індикаторів та рекомендацій стосовно характеристики стану підприємства в залежності від фактичних та нормативних значень його техніко-економічних показників і відхилення їх від порогових значень індикаторів економічної безпеки підприємства.

Ключові слова. Економічна безпека, загроза, показники економічної безпеки, механізм підвищення економічної безпеки.

В статтю пропонується система количественных и качественных показателей экономической безопасности предприятия, которая состоит из индикаторов и рекомендаций относительно характеристики состояния предприятия в зависимости от фактических и нормативных значений его технико-