

України спільно із Goethe-Institut в Україні, розрахована на 2018-2019 рр. Мета програми полягає у підготовці менеджерів у галузі культури для ОТГ та малих міст України із використанням сучасних механізмів та досвіду кращих практик країн ЄС. Процес децентралізації створює нові виклики і, водночас, можливості розвитку культури на місцевому рівні. Тому ефективне управління культурними процесами та розвиток людського потенціалу сприятиме економічному та соціальному розвитку місцевих громад.[1]

Отже, ще недавно йшлося про економіку, як про економіку знань, економіку інформаційну, сьогодні ж мова йде про економіку креативну, що використовує досягнення економіки знань, засновану насамперед на матеріалізації нових ідей і задумів. Креативна економіка – це економіка творчого сектора, до якого належать в основному процеси, що відбуваються у сфері послуг, однак, результати діяльності в цій сфері можна виявити практично у всіх галузях економіки. На сьогоднішній день креативна економіка є стратегією розвитку суспільства в основі якої покладено безперервний інноваційний розвиток, що базується на людському капіталі, який забезпечується інтелектуальним капіталом, креативним потенціалом і талантом. Всі ці фактори виробництва в креативній економіці вимагають постійної підтримки і покращення, а отже і інвестицій. В умовах євроінтеграції розвиток людського потенціалу в контексті розвитку креативних індустрій може забезпечити підвищення конкурентоспроможності економіки України та забезпечити довготерміновий економічний ріст.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Актуальні проблеми реалізації державної політики у сфері розвитку креативних і культурних індустрій. URL:http://old2.niss.gov.ua/content/articles/files/111AZ_Walevskiy_-07092018-0b9aa.pdf
2. Пилясов А., Колесникова О. Методика оценки творческого потенциала российских регионов / А. Пилясов, О. Колесникова // Вопросы экономики. – 2018. – № 9. – С. 50-69.
3. Степанов А.А., Савина М.В. Креативная экономика: сущность и проблемы развития / А.А. Степанов, М.В. Савина. URL: <http://uecs.ru/marketing/item/2667-2014-12-26-08-35-52>
4. Сутність поняття «креативна економіка» та значення для України в умовах європейської інтеграції. URL: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/18_ukr/10.pdf
5. Турський І. В. Глобальні та регіональні тренди креативних індустрій та перспективи їх розвитку в Україні [Електронний ресурс] / І. В. Турський. – 2016. URL – Режим доступу до ресурсу: <http://www.elartu.tntu.edu.ua>
6. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее / Р. Флорида. – М.: Издательский дом «Классика-XXI», 2017. – 421 с.
7. Харламова А. В Україні поки немає розуміння, що креативна економіка – це сектор економіки. URL: https://gazeta.ua/articles/economics/_vukrayini-poki-nemaye-rozuminnya-scho-kreativna-ekonomika-ce-sektor-ekonomiki

Яремчук С.

Науковий керівник – доц. Литвин Л.М.

ФРАНЧАЙЗИНГ ЯК СПОСІБ ОРГАНІЗАЦІЇ БІЗНЕСУ

Ефективне функціонування ринкової економічної системи неможливе без наявності та оптимального поєднання в ній суб'єктів малого, середнього та великого підприємництва, що успішно здійснюють свою діяльність.

Як показує світовий досвід, успішність діяльності суб'єктів малого, середнього та великого підприємництва значною мірою визначається наявністю тісної співпраці між ними, що реалізується через використання різних видів господарської інтеграції. Одним із таких видів є широко використовувана у світі франчайзингова форма співробітництва господарюючих суб'єктів [2].

Сутність франчайзингу полягає у створенні великими компаніями роздрібною торговою мережі, що складається із залежних від них, найчастіше невеликих, роздрібних підприємств-дилерів (операторів). Між великою компанією (франчайзер) і роздрібними підприємствами (франчайзі) полягає спеціальний контракт про торговельне представництво (франшиза), в якому визначаються взаємні права і зобов'язання учасників угоди: право власності великої компанії на торгову марку і фірмові послуги своїм операторам; продаж операторам ліцензії на право використання торгової марки і фірмових послуг великої компанії; зобов'язання великої

компанії з надання кваліфікованої допомоги операторам в навчанні персоналу, підбір приміщень і обладнання, проведення маркетингових досліджень ринку і наданні інших послуг; зобов'язання операторів по одноразовій оплаті ліцензій і необхідного устаткування, періодичним платежах у вигляді відсотків від обсягу продажів або прибутку, а також за постійними внесками в централізований фонд реклами.

Найбільша помилка при виборі франшизи – це нерозуміння різниці між індивідуальною трудовою діяльністю та власним бізнесом. Загалом, франшизи бувають двох категорій: франшиза індивідуальної трудової діяльності та франшиза менеджменту. При франшизі індивідуальної трудової діяльності купують собі роботу: тут і начальник, і робітник, і контролер, і бухгалтер, і продавець, і офіс-менеджер – все в одній особі. Це може дати нормальний дохід та заощадити деякі збереження, але, скоріше всього, це не дасть фінансової самостійності чи статку.

При франшизі менеджменту, купується бізнес, і роль зводиться до управління та розвитку бізнесу. Роль полягає у пошуку, навчанні та управлінні персоналом, що працює на бізнес. Людина, яка купує цю франшизу є організатором бізнесу, а не виконуючим конкретних функцій. Таким чином, рівень її статку буде прямо пропорційним рівню організованості бізнесу.

Співпраця по франчайзингу ідеально продовжить роботу бізнесу в будь-який час і дозволить не хвилюватися про падіння доходів чи про ефективність підприємства. При співпраці по франчайзингу бізнес буде працювати на людину, яка купила франшизу.

Одним із найефективніших способів збільшити заробіток – обрати таку співпрацю з франчайзингу, при якій дохід зростає незалежно від участі. Потрібно лише мати можливість та навички для підбору персоналу, створення сильної команди, яка працює у бізнесі. У цьому випадку будуть необмежені можливості для збільшення дохідного потенціалу бізнесу з франчайзингу [6].

Вигоди від об'єднання зусиль у бізнесі знайти непросто. Коли люди співпрацюють, це дає не тільки корисний ефект, але й створює певні труднощі й обмеження, які виникають у системі співпраці. Кожен партнер має підпорядкуватись загальній меті, правилам, домовленостям, тобто свої інтереси погоджувати з інтересами іншої сторони. Встановити ефективні відносини з кооперації підприємницької діяльності в системі франчайзингу – вельми непроста справа. Той, хто все-таки вирішує працювати в системі франчайзингу, має дуже ретельно продумати всі шанси майбутніх відносин, форми їх установаження та здійснення, всі можливі витрати, які неминуче будуть перед очікуваними вигодами. Потрібно так побудувати відносини, щоб витрати звести до мінімуму, а прибуток – до максимуму. При цьому справа має бути вигідною обом сторонам, інакше вона довго не протримається [1].

Франчайзинг приносить додаткові гроші для розповсюдження бізнесу. Якщо компанія прагне до розвитку на регіональному, національному чи міжнародному рівні, то будуть потрібні додаткові вкладення на програму розвитку. Ці фонди можна створити за допомогою франчайзі.

Франчайзі роблять додаткові виплати на підтримку послуг, що надаються франчайзером. Усі працюючі франчайзі щомісяця платять франчайзеру за надання послуг. Частина цих грошей йде на надання послуг щодо підтримки франчайзі цієї системи (навчання персоналу, консультанти і т.д.).

Франчайзинг відкриває можливості швидкого розширення на новому ринку і зміцнення своєї репутації на існуючому ринку. Кожен окремий франчайзер одержує величезні переваги на всьому ринку тому, що франчайзі створюють широку мережу бізнесу на розвиток якої у франчайзера ніколи не вистачило б грошей.

Коли франчайзі дає свою згоду вкладати гроші у франчайзингове підприємство, він всеодно залишається незалежним власником бізнесу. Ця незалежність означає, що його ніколи не звільнять з цієї роботи. Франчайзі одержує професійну підтримку від франчайзера. Така підтримка допомагає йому уникнути тих помилок, що роблять інші підприємці. Франчайзер остерегає франчайзі від прийняття неправильних рішень, що могли б зашкодити чи взагалі зруйнувати його підприємство.

Як бізнес концепція франчайзинг завжди пропонує багато переваг і для франчайзі і для франчайзера. Але коли підприємець звертається до франчайзингу, йому необхідно розглядати і переваги, і недоліки. Обом сторонам варто звернути увагу на:

- неможливість завершити відносини з франчайзі, що не дотримується правил системи. Положення в договорі передбачають неможливість для франчайзера розірвати контракт із франчайзі. Такі положення ускладнюють вихід із системи франчайзі, що не виконує законів франчайзингового бізнесу;

- франчайзі не є працівниками франчайзера. Франчайзі є незалежними власниками бізнесу;

- багато споживачів сприймають кожне франчайзингове підприємство як частину одного ланцюга підприємств, що працюють під єдиним товарним знаком. І якщо який-небудь франчайзі погано веде свій бізнес, те це буде кидати тінь на усю франчайзингову систему;

- франчайзери встановлюють структуру виплат за наданий сервіс, приймаючи за основу відсоток від загальної суми продажів на кожному підприємстві. Франчайзі зобов'язані надавати звіт про загальну суму продажів франчайзеру для того, щоб визначити суму оплати за сервіс;

- робота будь-якої франчайзингової системи заснована на принципах і стандартах, що є інтелектуальною власністю франчайзера. Ці принципи бізнесу демонструють комерційну таємницю і є основою успіху франчайзингової системи. І хоча франчайзинговий договір забороняє франчайзі розголошувати подібну інформацію, всеодно це трапляється. Франчайзеру складно з цим боротися, тому якщо йому не вдається виробити ефективні заходи, то уся франчайзингова система може сильно зазнати ушкоджень;

- вихід із франчайзингової системи успішно працюючих франчайзі. Франчайзі може вважати, що франчайзингові відносини накладають на нього занадто великі обмеження й у результаті втратити інтерес до цього бізнесу.

Для того, щоб уникнути всіх цих труднощів, франчайзери мають дуже ретельно відбирати підприємців, яким вони хочуть продавати франшизи. Франчайзер має провести інтерв'ю з кожним кандидатом з метою виявлення у франчайзі якостей, необхідних для успішного ведення справи. Після того як франчайзі стає частиною системи, франчайзер має спостерігати за тим, як йдуть його справи. Франчайзер має швидко реагувати на ризики і негайно приймати рішення.

Недоліками для франчайзі можуть бути:

- невиконання контракту за франчайзинговим договором. Франчайзі має дотримуватись правил франчайзингової системи. Франчайзі можуть вносити свої пропозиції, але вони не можуть змінювати систему;

- погляд на франчайзингову систему як таку, що обмежує ініціативу франчайзі. На додаток до франчайзингового договору франчайзі має додержуватись спеціальних правил, що стосуються щоденних операцій у бізнесі використання товарного знаку франшизи та дати згоду на прийняття обмежень до початку дії франчайзингового договору;

- хоча франчайзі являє собою незалежного власника свого бізнесу, він є важливою сполучною ланкою в мережі власників франшизи;

- потенційні франчайзі мають вивчити доступну інформацію про фінансове положення франчайзера. Може статися так, що франчайзер оголосить про банкрутство, що може привести до продажу франшизи чи її ануляції;

- до початку приведення у виконання франчайзингового договору потенційний франчайзі має ретельно ознайомитися з матеріалами, наданими франчайзером [3].

Для України франчайзинг є порівняно новим явищем. Водночас останніми роками спостерігається стійка тенденція до дедалі ширшого використання вітчизняними суб'єктами господарювання франчайзингової форми організування підприємницької діяльності, що значною мірою зумовлюється зарубіжним досвідом ефективного функціонування підприємств в умовах франчайзингових відносин. Однак, незважаючи на тенденцію поширення франчайзингу в Україні, буде перебільшенням стверджувати, що в нашій державі створені всі умови, необхідні для розвитку франчайзингових відносин. Існує низка факторів, які перешкоджають стрімкому розвитку франчайзингу в Україні. Одним із них є недостатність наукового розроблення проблеми формування та здійснення франчайзингових відносин

підприємств у вітчизняних умовах господарювання, що зумовлює актуальність проведення досліджень у сфері сформульованої проблематики [2].

Насправді, франчайзинг – найбільш сприятлива можливість побудувати бізнес [4].

ЛІТЕРАТУРА:

1. Карягін Ю. О., Тимошенко З. І., Демура Т. О., Мунін Г. Б. Маркетинг турпродукту: підручник. Київ: Кондор, 2009. 394 с.
2. Кузьмін О. Є., Мирончук Т. В., Салата І. З., Марчук Л. В. Франчайзинг: навчальний посібник. Київ: Знання, 2011. 267 с.
3. Франчайзинг: поняття, види, форми. Договір франчайзингу. URL: <http://osvita.ua/vnz/reports/law/9649/> (дата звернення: 08.04.2019).
4. Франчайзингу в Україні 20 років: про вагу цієї бізнес-моделі. URL: <https://egoisty.com/news/franchayzingu-v-ukrayini-20-rokiv-pro-vagu-ciiei-biznes-modeli-uk> (дата звернення: 08.04.2019).
5. 6.Що таке франчайзинг. URL: <http://www.chipsaway.ua/franchising/ua> (дата звернення: 08.04.2019).

Щур І.

Науковий керівник –доц. Литвин Л.М

СУТНІСТЬ І ВИДИ БЕЗРОБІТТЯ

В умовах переходу України до ринкової економіки та кризових явищ, які спіткали Україну за останні роки, проблема безробіття стала однією з найголовніших проблем вітчизняної економіки. Безробіття – це незайнятість у суспільному виробництві працездатного населення, охочого мати роботу, яку воно здатне виконувати, проте пропозиція робочої сили на ринку праці перевищує попит. За визначенням Міжнародної організації праці, безробітні – це особи у віці 15-70 років (як зареєстровані так і не зареєстровані в державній службі зайнятості), які одночасно задовольняють три умови: не мають роботи (прибуткового заняття), шукають роботу або намагаються організувати власну справу, готові приступити до роботи протягом наступних двох тижнів. До цієї категорії належать також особи, що навчаються за направленнями служби зайнятості, знайшли роботу й чекають відповіді або готуються до неї приступити, але на цей момент ще не працюють [5].

Відповідною роботою для громадян, які втратили роботу й зарібок (трудовий дохід), вважається робота, що відповідає освіті, професії (спеціальності), кваліфікації працівника й надається в тій же місцевості, де він мешкає.

Заробітна плата повинна відповідати рівню, який особа мала на попередній роботі з урахуванням її середнього рівня, що склався в галузі відповідної області за минулий місяць.

Під час пропонування підходящої роботи враховується стаж роботи громадянина за спеціальністю, його попередня діяльність, вік, досвід, становище на ринку праці, тривалість періоду безробіття [7].

У разі неможливості надання громадянину роботи за професією (спеціальністю) протягом шести місяців безробіття, підходящою вважається робота, яка вимагає зміни професії (спеціальності) з урахуванням здібностей, здоров'я громадянина й колишнього досвіду, доступних для нього видів навчання та потреб ринку праці в цій професії (спеціальності) [1].

Для громадян, які змінили професію (спеціальність), за направленням державної служби зайнятості підходящою вважається робота як за новою так і за попередньою професією (спеціальністю) за останнім місцем роботи.

Загальноприйняті наступні види безробіття:

– фрикційне безробіття – наявність безробітних у результаті добровільної зміни працівниками місця роботи й періодів тимчасового звільнення. Відрізняється низькою тривалістю й виникає тоді, коли частина людей добровільно змінює місце роботи, частина шукає нову роботу після звільнення, а частина, особливо молодь, уперше шукає роботу з вищою заробітною платою, кращими умовами праці й ближче до місця проживання. Має місце у випадках, коли ринок праці функціонує неефективно й не приводить у відповідність кількість працівників і робочих місць. Звільнення працівників відбувається за їх ініціативою, тому фрикційне безробіття вважається неминучим і певною мірою бажаним, оскільки частина