

ФІНАНСОВІ СКЛАДОВІ ОРГАНІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ ФРАНЧАЙЗИНГОВОГО ТИПУ

Статистика свідчить: комерційний ризик при відкритті підприємства на основі франчайзингу впятеро менший, ніж при відкритті власного підприємства. Для країни, де ринкові відносини тільки зароджуються, франчайзинг, як різновид готового бізнесу, де франчайзер передає франчайзі свій досвід ведення бізнесу – є ідеальним рішенням. Франчайзинг, в даний час, єдиний, відомий інструмент, що дозволяє підвищити ефективність малого бізнесу. Він дає можливість об'єднати переваги малого і крупного бізнесу.

Сприяння закріпленню на ринку. Слід зазначити, що ця ознака визначає одну з найважливіших цілей франчайзингу. Обидві сторони – франчайзер і франчайзі – об'єднуючись в рамках єдиної франчайзингової системи, дістають додаткову можливість для розширення ринку:

- франчайзі проникають на новий для себе ринок, використовуючи потенціал і привабливість товару, наданого франчайзером, як правило, добре відомого споживачеві;
- франчайзер, привертаючи нових франчайзі, отримує нові ринки збуту.

Таким чином, обидві сторони мають можливість розширення і закріплення ринку, причому, як правило, більшою мірою, ніж це зміг би зробити кожен з них окремо.

У франчайзингу беруть участь щонайменше дві сторони, між якими укладається договір франчайзингу (франшиза).

Перша сторона – франчайзер (франшизодатель, правовласник, ліцензіар, franchisor). Франчайзером є крупна фірма (корпорація), що має широко відому торгову марку і імідж на споживчому ринку. Ця фірма надає іншій стороні (франчайзі), відшкодувальне право діяти на заздалегідь обумовлених умовах і на певний термін на ринку від імені франчайзера і під його торговою маркою. Франчайзер в системі завжди один.

Друга сторона – франчайзі (франшизоотримувач, франчайзіат, fransisee). Франчайзі є, як правило, мала фірма або підприємець, (юридична або фізична особа) що набуває (на відшкодувальній основі) у франчайзера виняткового права на ведення комерційної діяльності від його імені під його торговою маркою. Франчайзі може бути декілька в одній франчайзингової системі.

Франчайзинг, як і будь-який вид підприємницької діяльності, заснований, з одного боку, на прагненні суб'єктів цього бізнесу отримувати і збільшувати свій прибуток. У той час, як і будь-яка діяльність, франчайзинг вимагає певних витрат, які необхідно покривати, а для цього необхідно отримувати дохід, а за бажання розширювати бізнес-прибуток. Іншими словами, для ведення даної підприємницької діяльності, потрібні фінансові ресурси у всіх формах їх прояву.

Зрозуміло, що фінансові потоки, які складаються з доходів і витрат, у суб'єктів франчайзингу (франчайзера і франчайзі) – різні.

Доходи франчайзера складаються з платежів, які здійснюють франчайзі для забезпечення діяльності франчайзера. Ці платежі, складаються з чотирьох основних складових, як обов'язкових, так і договірних. Обов'язкові платежі здійснюються відповідно до франчайзингового договору, а договірні тільки при наданні додаткових, обумовлених франшизою, послуг.

У франчайзі своя система доходів і витрат. Основним і, найчастіше, єдиним джерелом доходів є реалізація товару. Всі його платежі, у тому числі і франчайзеру, його поточні витрати, інвестиції повинні покриватися і окупатися за рахунок цього джерела доходу.

Збільшення доходів відбувається за таких причин:

- франчайзі отримує відомий споживачеві товар, що продається під відомою маркою і легко ним впізнаний;
- споживач ототожнює франчайзі з виробником і упевнений в тому, що товар якісний, відповідає встановленому стандарту;
- споживач упевнений, що він отримає гарантійне обслуговування і сервісну підтримку не тільки у даного франчайзі, але і у будь-якого іншого;
- франчайзер організовує широку рекламу товару і необхідну маркетингову підтримку;
- франчайзер постійно удосконалює товар, про що інформує споживача через рекламу.

Найважливішим елементом організації системи франчайзингу є те, що збалансованість доходів і витрат франчайзера і франчайзі так, щоб вони покривали доходами свої витрати, отримували прибуток і, як наслідок мали можливість розвиватися.

Будь-яка діяльність здійснюється за рахунок:

- власних фінансових ресурсів суб'єктів діяльності, грошових внесків громадян і юридичних осіб;
- позичкових фінансових коштів (облігаційні позики, банківські та бюджетні кредити);
- безоплатних та благодійних внесків, пожертвувань підприємств, установ, організацій і громадян;
- позабюджетних фондів;
- коштів фонду розвитку України, що формується за рахунок відрахувань суб'єктів підприємництва незалежно від форм власності;
- іноземних інвестицій;
- інших джерел, не заборонених законодавством України.

Відповідно до джерел коштів фінансування поділяється на внутрішнє і зовнішнє. Внутрішнє фінансування здійснюється за рахунок коштів, одержаних від діяльності самого підприємства: прибуток, амортизаційні відрахування, виручка від продажу чи здачі в оренду майна. Зовнішнє фінансування використовує кошти, не пов'язані з діяльністю підприємства: внески власників у статутний фонд, кредит, зобов'язання боржників, державні субсидії тощо.

Також розрізняють фінансування за рахунок власних і залучених коштів. Важливою формою фінансування є кредит – платне надання грошей або інших цінностей у борг на певний час. Залучення кредитних коштів розширює фінансові можливості підприємства, але одночасно створює ризик, пов'язаний із необхідністю повернення боргів у майбутньому і сплати відсотків за користування позиченими коштами.

Отже, для малих підприємств і індивідуальних підприємців франчайзинг надає в розпорядження стабільний дохідний бізнес, для відомих фірм і компаній – можливість розширити й утримати свої позиції на ринку. Важливим моментом є вибір типу франчайзингу, що залежить від конкретних умов та ситуацій, адже кожен тип характеризується своїми особливостями застосування та має різний результат.

Список використаних джерел:

1. Татомир І.Л. Франчайзинг – ефективний інструмент реалізації освітніх продуктів та послуг на внутрішніх і зовнішніх ринках [Електронний ресурс] / Татомир І.Л. // Науковий вісник НЛТУ України. – 2014. – Вип. 24.8. – С. 272–277. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvnlntu_2014_24.8_45

2. Босак І.П. Франчайзинг як форма організації підприємницької діяльності [Електронний ресурс] / І.П. Босак // Наукові записки Української академії друкарства. – 2014. – № 4. – С. 93–97. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nz_2014_4_16