

3. Огородник В.О. Краудфандинг як інноваційний інструмент модернізації національної фінансово-інвестиційної / В.О. Огородник//Науковий вісник Ужгородського університету. — 2014. — № 3 (44). — С.103—105.
4. Петрушенко Ю.М. Краудфандинг як інноваційний інструмент фінансування проектів соціально-економічного розвитку / Ю.М. Петрушенко, О.В. Дудкін // Маркетинг і менеджмент інновацій. - 2014. - № 1. - С. 172-182.

УДК005.591.43:061.5

Суворова Н.О.,

студентка 4 курсу, фінансово-економічного факультету

Одеський національний економічний університет

Франчайзинг як система інноваційного розвитку бізнесу

Франчайзинг – це один із способів міжнародної кооперації по збуту товарів та послуг достатньо відомої фірми (франчайзера), через спеціально створену за її участю збутову організацію (франчайзі), завдяки праву використання франчайзі товарного знаку і ноу-хау франчайзера. У сучасних умовах розвитку світової економіки понад 80 розвинених країн мають франчайзингові відносини. Найширшою популярністю вони користуються в США, Канаді, Західній Європі, Японії та країнах Карибського і Тихоокеанського басейнів. Наприклад, у США третина обігу роздрібною торгівлі - це франчайзинг, особливо актуальний у сферах малого і середнього бізнесу. В Австралії і Бразилії приріст франчайзингового бізнесу складає 10-15% в рік. Сьогодні бізнес і економіка європейських країн зазнають стагнацію, при цьому бізнес на основі франчайзингу зростає на 10% щорічно [1; 2].

Підтвердженням того, що франчайзинг став ефективним способом ведення бізнесу є велика кількість іноземних досліджень. Так, Міжнародна асоціація франчайзингу стверджує, що середня рентабельність інвестицій за перші десять років роботи для незалежних підприємств становить близько

300%, а для компаній, що працюють в рамках франчайзингових угод - понад 600%[3]. Секрет успіху діяльності франчайзингової системи полягає у високоефективній взаємодії сфер великого і малого бізнесу (франчайзера і франчайзі).

У табл. 1 систематизовано переваги та недоліки для франчайзера від надання франшизи, франчайзі від використання франшизи та кінцевого споживача товарів і послуг франчайзингової діяльності.

Таблиця 1

Переваги та недоліки у системі франчайзингових відносин: франчайзер, франчайзі та кінцевий споживач результатів франчайзингової діяльності

<i>Переваги</i>	<i>Недоліки</i>
<i>Для франчайзера від надання франшизи:</i>	
1. Можливість отримання додаткового прибутку на основі надання права на використання франшизи при мінімальних витратах на виробництво та реалізацію продукції.	1. Ефективність роботи компанії залежить не лише від неї самої, але й в цілому від суб'єктів господарювання, які використовують франшизу материнської компанії.
2. Забезпечення отримання стабільного доходу у вигляді періодичних платежів.	2. Існує загроза несвоєчасної оплати або ж не оплати платежів, які надходять від франчайзі.
3. Здійснення просування продукції чи товарного знаку на ринку за допомогою франчайзі.	3. Складність припинення відносин франчайзингового договору, оскільки франчайзер не має права в односторонньому порядку розривати контракт з франчайзі. Останнього необхідно попередити за шість місяців.
4. Цілодобовий контроль за діяльністю франчайзі.	4. Можливий негативний вплив на імідж материнської компанії неефективних франчайзі.
5. Існує можливість збуту продукції на віддалених ринках.	5. Не можливо до кінця простежити за якісною працею франчайзі.
6. Нарощення досвіду ведення бізнесу і вивчення особливостей ринку за допомогою франчайзі.	6. Ймовірність розголошення франчайзі комерційної таємниці франчайзера.
<i>Для франчайзі від використання франшизи:</i>	
1. Використання товарного знаку чи торгової марки відомої компанії на основі законних процедур, відкритий доступ до розробленої технології ведення бізнесу.	1. Обмеженість дій у прийнятті управлінських рішень стосовно процесу ведення бізнесу на засадах франчайзингу.
2. Отримання цілодобової допомоги у процесі ведення франчайзингового бізнесу.	2. Неможливість швидкого розірвання франчайзингової угоди.

3. Збереження економічної та юридичної самостійності.	3. Існує можлива конкуренція з боку інших франчайзі і франчайзера.
4. Економія на витратах, які прямо пов'язані з рекламою, навчанням персоналу, маркетинговими дослідженнями тощо	4. Залежність від фінансового становища франчайзера.
<i>Для кінцевого споживача результатів франчайзингової діяльності:</i>	
1. На основі використання однієї торгової марки клієнт може робити висновки про якість товарів або послуг усієї мережі.	1. Ймовірність отримання неякісного товару чи послуги через використання франчайзі підроблених товарів тощо.
2. Додаткові надходження іноземних інвестицій, які забезпечують ефективну передачу нових технологій та створення нових робочих місць.	2. Зародження високого рівня конкуренції, що впливає на те, що вітчизняні фірми згортають свою діяльність
3. Наповнення державного бюджету за рахунок коштів, які надходять від сплати податків франчайзингових суб'єктів діяльності	3. Не врахування франчайзі територіальних особливостей клієнтів, що веде до спотворення іміджу не лише франчайзі, але й цілої компанії.

Джерело: розроблено на основі [4]

Встановлення та розвиток франчайзингових відносин є одним із найперспективніших шляхів, які можуть забезпечити позиції малого та середнього бізнесу, а це має позитивний вплив як на розвиток продуктивних сил, так і на економіку в цілому. Це дозволить вітчизняним підприємствам одержати ринкові переваги, отримати новітні технології, набути міжнародний досвід ведення бізнесу, покращити свої конкурентні позиції та узгодити інтереси ключових учасників.

Список використаних джерел:

1. Кривонос Е. Франчайзинг: готовий бізнес оптом и в розницу / Е. Кривонос // SBR. – 2016. – Июль – август. – С. 36 – 43.
2. Терюханова І., Тимошек Т., Терещук О. Розвиток малого та середнього бізнесу в Україні – погляд держави та роботодавців на проблеми та пошук шляхів їх вирішення / І. Терюханова, Т. Тимошек, О. Терещук // Україна: аспекти праці. – 2016. – № 1/2. – С. 21 – 29.
3. История франчайзинга [Електронний ресурс]. - Режим доступу: [http:// www.topfranchising.com/ua/does/start/detail/php.?ID=1081](http://www.topfranchising.com/ua/does/start/detail/php.?ID=1081)

4. Переваги та недоліки у франчайзинговому бізнесі: порівняльна характеристика [Електронний ресурс]. – ru.osvita.ua/vnz/reports/international-relations/19374/.

УДК 33.336.24

Сушко А.В.,

ЕО-301 , факультет економіки та управління

Науковий керівник – Красножон С.В,

к.е.н., доцент кафедри корпоративних фінансів і контролінгу

ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»

Фінансові інновації в банківському секторі

Досить актуальною на сьогодні є проблема інноваційності банків. Значну увагу в даній статті буде приділено важливості та необхідності застосування інноваційної діяльності для забезпечення ефективного функціонування банків на ринку. Будь-який бізнес чи організація прагне розвиватися, а тому потрібно постійно багато вкладати в удосконалення своїх продуктів і послуг, щоб не провалитися на конкурентному ринку. Оскільки конкуренція між кредитними установами доволі інтенсивна, банкам необхідно розробляти унікальні продукти та послуги для того, щоб привернути увагу клієнтів і найголовніше – їх втримати. Тому на перше місце постає завдання – максимальне задоволення потреб клієнтів.

Можна визначити декілька причин, за яких необхідно впроваджувати банківські інновації[1]:

- підвищення прибуткової діяльності банку;
- генерування нових потоків доходів за рахунок впровадження інноваційних продуктів високої;
- якості підвищення операційної ефективності;
- формування сучасного іміджу банківської установи.