

АННОТАЦІЯ

**РОЛЬ МОТИВАЦИИ И ОПЛАТЫ ТРУДА ПЕРСОНАЛА В ОБЕСПЕЧЕНИИ
ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

В статье рассмотрено понятие и виды заработной платы, современные проблемы мотивации труда имеющих непосредственное влияние на эффективность деятельности предприятия. На основе теоретических исследований проведен поиск возможных путей сочетание личных интересов работника с обще коллективными что в результате приводит к улучшению деятельности предприятия, повышения его конкурентоспособности а также уровня экономической безопасности. Проведено исследование эффективности различных мотиваторов которые показали, что доминирующим фактором является возможность повышения зарплаты. Определено, что система мотивации труда на уровне предприятия должна базироваться на определенных конкретных требованиях. Доказано особую важность комплексной системы мотивации персонала в процессе управления экономической безопасностью каждого отдельного предприятия.

Ключевые слова: *заработная плата, виды оплаты труда, экономическая безопасность и социальное развитие предприятия, мотивация труда, механизм мотивации труда.*

SUMMARY

**THE ROLE OF MOTIVATION AND LABOR PAYMENT OF STAFF IN PROVIDING ECONOMIC
SECURITY OF ENTERPRISE**

The concept and types of wages, contemporary issues of motivation that have a direct impact on the efficiency of the enterprise have been discussed. The search of possible ways of combining the personal interests with the general collective employees that results in the improvement of activity of enterprise, increasing its competitiveness and economic security have been conducted based on theoretical studies. A study of the effectiveness of different motivators which showed that the dominant factor is the possibility of increasing wages has been conducted.

It has been determined that the system of labor motivation at the enterprise level should be based on certain specific requirements. The special importance of the complex system of staff motivation in the process of economic security of each individual company.

Keywords: *salary, wage types, economic security and social enterprise development, motivation, motivation mechanism.*

Keywords: *salary, types of wages, economic security and social enterprise development, labor motivation, mechanism of labor motivation .*

УДК 339.944

**МІЖНАРОДНИЙ ФРАНЧАЙЗИНГ ЯК ОДИН ІЗ ЗАСОБІВ ВИХОДУ
УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ ІЗ КРИЗОВОГО СТАНУ**

ГЕГЕДОШ К. В., ЧУЧКА І. М.
Мукачівський державний університет

Метою даної статті є дослідження міжнародного франчайзингу як одного із засобів виходу українських підприємств із кризового стану. Для дослідження даної теми проаналізовані матеріали із сайту міжнародної асоціації франчайзингу; портал для бізнесу; інформаційний центр франчайзингу. В статті проаналізовані негативні сторони, які не дають ефективно розвиватися франчайзингу в Україні, і тому ми надали рекомендації щодо покращення його розвитку. Науковою новизною є розширення франчайзингу в малих містах та найвіддаленіших куточках України. Практичною значущістю франчайзингу для України є розширення товарів та послуг для населення, виведення його менталітету на європейський рівень, виведення підприємств із кризового стану за рахунок інших країн – франчайзера та підйом економіки нашої держави за рахунок розвитку малого, середнього та великого бізнесу всередині країни.

Ключові слова: *франчайзингові відносини, бізнес-мережі, проблеми розвитку франчайзингу, послуги населенню, аутсорсинг.*

На сьогодні в умовах посилення розвитку економічної кризи, і конкурентної боротьби на внутрішніх ринках та обмеженості фінансових можливостей для підприємств важливим та ефективним чинником є використання франчайзингових відносин. Пояснити це можна тим, що основою ринкової економіки, з одного боку, є великі підприємства, які надають їй стабільності й керованості, визначають рівень науково-технічного і виробничого потенціалу, з другого – малий бізнес, який формує конкурентне середовище, характеризується високою мобільністю та забезпечує самостійність підприємницької ініціативи. Але, незважаючи на значні можливості малого бізнесу у процесі становлення і функціонування ринкової економічної системи, він має свої слабкі сторони, пов'язані насамперед із фінансуванням.

Об'єкти та методи дослідження. Дослідженням франчайзингу займається значна кількість науковців, юристів, економістів, серед яких: О. Данніков [3], Г. Андрощук, В. Денисюк [1], Л. Михальчук, Т. Гарькава[4], С. Нечепуренко [5], А. Цірат [6], М. Бедринець [2], Т. Лопушанський [7] та багато інших.

Україна знаходиться в стані перехідної економіки, що як наслідок відображається на її внутрішніх ринках. Не використовуються всі переваги ринкової економіки, які є присутніми за кордоном. Одна з таких переваг є – франчайзинг. В даній статті ми розглянемо, які зміни потрібно зробити в країні, щоб франчайзинг став більш актуальним.

Постановка задачі. Метою цієї статті є спроба запропонувати пропозиції щодо вдосконалення франчайзингу в Україні.

Результати та їх обговорення. В сучасних умовах розвитку України, більшість франчайзингових проєктів знаходяться в її столиці. Пояснюється це тим, що в Києві зосереджено більше грошей та кваліфікованих кадрів. Хоча за останні роки франчайзинговий бізнес проникає і в невеликі міста, навіть із населенням до 30 тисяч осіб. Цікавою особливістю франчайзингу в Україні є те, що його найбільш активно застосовують фірми, бізнес яких не вимагає значних сум інвестицій – до 20 тисяч доларів США, і має порівняно невеликий термін окупності – до 1,5 року. Також важливим аспектом є те, щоб відкриття справи не потребувало значних площ. Цим вимогам відповідають ресторани типу «стріт-фуд», невеликі точки на зразок «Форнетті», «Наша Ряба», туристичні агентства («ТУІ» та ін.), та інші [8].

На Україні франчайзенгові бізнес-мережі посіли особливе місце у торгівлі – більша половина всіх франчайзингових мереж. На другому місці – ресторанне господарство – близько 20% всіх мереж, на третьому – сектор послуг – 15%.

Із всіх мережеских брендів на Україні – 45% це торгові марки, що походять з-за кордону. Лідерську позицію по кількості торгових марок займає Росія, яка має їх більше 100. Друге місце, по кількості мережеских брендів посідає Німеччина (50 торгових марок). Також є бренди з Італії, Франції, США, які присутні на українському ринку. Однак зазвичай такі закордонні фірми в Україні відкривають обмежену кількість власних пунктів продажу, і лише в найбільших містах [10].

Однак існує ряд проблем, що стримують розвиток франчайзингу. Основні з них можна класифікувати через причини їх виникнення: економічні, організаційно-правові, соціально-психологічні.

Економічні проблеми характеризуються нестабільним розвитком економіки України, відсутністю у потенційних франчайзі необхідного стартового капіталу для входження у франчайзингову систему, а також складністю отримання кредитів для стартового капіталу.

Щодо організаційно-правових проблем, то сюди слід віднести практично повну відсутність нормативно-правового забезпечення функціонування франчайзингу в Україні.

До соціально-психологічних проблем відноситься відсутність вітчизняного досвіду в цій сфері, відсутність поваги до інтелектуальної власності, відсутність навчальних та консультативних центрів по франчайзингу [11].

В загальному негативного ведення франчайзингу на Україні майже нема. Часом траплялися непорозуміння – наприклад вихід із ринку мережі американських хімчисток та інших іноземних систем [9]. Причиною цього зазвичай була неготовність українського ринку до пропонованого товару чи послуги, або проблема полягала у пропонованій франчайзинговій концепції. Необхідно взяти до уваги, що світова практика франчайзингу має більше ніж 100 років, а українська – значно менше і знаходиться в стадії розвитку. Не всі підприємці-українці готові платити за інтелектуальну власність і не завжди можуть і вміють зберігати конфіденційність інформації.

Отже як покращити франчайзинг на Україні? В першу чергу можна запропонувати великий об'єм послуг населенню, до яких воно вже дозріло. Це прибирання, мийка, ремонт, доставка білетів, туризм, бронювання готелів, здача приміщень в оренду, організації відпочинку, які поширюються у франчайзингу. Для цього потрібно зробити хорошу рекламу (у місцевій пресі, радіо, телебаченні та бігбордах) і донести до населення (також найвіддаленішого) переваги цих послуг. Другим напрямком є послуги для бізнесу. Це – доставка витратних матеріалів, виконання частин робіт з аутсорсингу, навчання лінійного персоналу базовим знанням. Компанія, що володіє п'ятьма-шістьма ресторанами, не має резону утримувати працівника, який навчає офіціантів розставляти в холодильнику напій «Кока-кола». Аутсорсинг має дуже важливий аспект, – компанія віддає франчайзинговій мережі частину своїх завдань, які вона вирішує на території всієї України. Це може стосуватися послуг з копіювання, поліграфії, а також послуг з впорядкування зберігання та архівації документів обслуговування техніки, заправки картриджів. Наприклад у Греції існує франшиза з обслуговування мобільних телефонів. За такого франчайзинга компанія не має проблем щодо поповнення рахунків.

Є підстава вважати, що буде виявлятися інтерес до доставки, особливо доставки в рамках існуючих мереж супермаркетів, піцерій, магазинів. Всі ці напрями – послуги за своєю природою.

В 2015 році на Україні можна було придбати такі франшизи як закордонного так вітчизняного виробника:

1. міні-супермаркет чи магазин біля будинку з широким асортиментом під впізнаваним брендом зі своєю програмою лояльності;
2. точки продажу вегетаріанської та еко-продукції довгого зберігання;
3. клінінг;
4. точки продажу кормів для тварин – в тому числі з впізнаваним брендом виробника;
5. станція технічного обслуговування (СТО);
6. великі комфортні їдальні – економ-фастфуди великої площі типу *euro-student-dining*;
7. обслуговування організаційної техніки;
8. мовні курси під впізнаваним брендом;
9. вуличні міні-хлібопекарні [8; 9; 10; 11].

З проведеного дослідження можна зробити такі пропозиції:

- удосконалити законодавчо-нормативну базу з питань франчайзингу;
- підготувати кваліфікованих спеціалістів з питань франчайзингу.
- запровадити удосконалене і розширене вивчення франчайзингу на економічних факультетах в навчальних закладах. Донести до студентів переваги вигоди з використання франчайзингу;
- запровадження франчайзингу в найвіддаленіших куточках, з метою розширення збуту товарів франчайзера та зростання робочих місць у найвіддаленіших куточках;
- удосконалити податкову політику, яка дасть легко здійснювати франчайзинг;
- виводити тіньовий бізнес у легальний або повністю прикривати;
- зростання економічної стабільності у державі;
- удосконалити маркетингову систему для кращої реклами продукції франчайзера на національному ринку.

Висновки

В даний час розвиток українського підприємництва, у першу чергу малого, ускладнений підвищеними комерційними ризиками. Реалізація сучасних бізнес-проектів жадає від підприємця широких знань в області керування, маркетингу, реклами й вміння враховувати особливості проекту. Відпрацьовування ефективної схеми і методів діловодства в кожному конкретному випадку вимагають великих витрат часу і коштів.

Організація підприємства на умовах франшизи значно знижує підприємницькій ризик, тому що в цьому випадку відбувається використання уже відпрацьованого бізнесу, що довів свою ефективність. Таким чином, розвиток франчайзингу може виявитися однією з найбільш ефективних форм підтримки підприємництва, одним з можливих рішень важливої державної задачі.

Комплексне вирішення економічних, організаційно-правових, соціально-психологічних та навчальних проблем дасть змогу вільного розвитку франчайзингу на теренах України.

У цілому експерти дають позитивні прогнози розвитку франчайзингу в Україні. В умовах кризи, коли люди шукають можливості для вкладення вільних коштів (намагаються врятувати накопичене) купівля франшизи є одним з ефективних способів інвестування.

Франчайзинг для України – це майбутнє і реальна можливість підняти економіку країни. Франчайзинг повинен бути резервом розвитку дрібних і спільних підприємств, які займаються розробкою та виробничим втіленням продукції інноваційного характеру. Крім того, доцільним є розвиток франчайзингу у сфері послуг, пов'язаних з обстеженням наявного на виробництві технологічного обладнання та вибором найбільш раціонального методу його заміни або модернізації; охорони здоров'я, передусім надання допомоги у зонах екологічних катастроф та при роботі у шкідливих і екстремальних умовах.

ЛІТЕРАТУРА

1. Андрощук Г., Денисюк В. Франчайзинг: организационные формы, поиск и выбор партнеров // Бизнес Информ. – 1997. – № 10. – С. 32–37.
2. Бедринець М. Д. Франчайзинг: світовий досвід і перспективи розвитку в Україні. – Фінанси України. – 2008. – №2. – С. 96–104.
3. Данніков О. Проблеми побудови та функціонування франчайзингових систем в Україні : [привілеція] / О. Данніков // Маркетинг в Україні. – 2008. – № 5 (51). – С. 62–69.
4. Михальчук Л.В., Гарькава Т.Л. Розвиток франчайзингу в Україні // [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/knp/2012_231/knp231_68-70.pdf

5. Нечепуренко С. О. Ефективність франчайзингу як форми ведення бізнесу / С. О. Нечепуренко // Вісн. Нац. ун-ту «Львів. Політехніка». – 2008. – № 623. – С. 198-205. Данніков О.В. Проблеми побудови та функціонування франчайзингових систем в Україні //Маркетинг в Україні. – 2008. – №5(51). – С.62–69
6. Цірат А.В. Франчайзинг і франчайзинговий договір: Навч.-практ. посібник. – К.: Істина, 2002. – 240 с
7. Лопушанський Т.В. Правовий та економічний аспект розвитку франчайзингу в країнах ЄС та Україні // Зовнішня торгівля: Право та Економіка. – 2007. – №4(33). – С.56–6
8. Исследования рынка франчайзинга. [Електронний ресурс]: http://www.newbiz.com.ua/articles/top_fran
9. Інформаційний центр франчайзингу: Міжнародна асоціація франчайзингу (Franchise Information Center – Definition of Franchising) [Електронний ресурс]. – режим доступу: www.franchisedirect.com/information/
10. Мир франчайзинга. Информационное ревью Ассоциации франчайзинга [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.slideshare.net/akryvonos/ss-6910669>
11. Franchising. Ua – портал для бізнесу. Режим доступу. [Електронний ресурс]. <http://franchising.ua/>

АННОТАЦИЯ

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ФРАНЧАЙЗИНГ КАК ОДИН ИЗ СРЕДСТВ ВЫХОДА УКРАИНСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ ИЗ КРИЗИСНОГО СОСТОЯНИЯ

Целью данной статьи является исследование международного франчайзинга как одного из средств выхода украинских предприятий из кризисного состояния. Для исследования данной темы проанализированы материалы из сайта международной ассоциации франчайзинга; портал для бизнеса; информационный центр франчайзинга. В статье проанализированы негативные стороны, которые не дают эффективно развиваться франчайзингу в Украине, и поэтому мы предоставили рекомендации по улучшению его развития. Научной новизной является расширение франчайзинга в малых городах и самых отдаленных уголках Украины. Практической значимостью франчайзинга для Украины является расширение товаров и услуг для населения, вывод его менталитета на европейский уровень, вывод предприятий из кризисного состояния за счет других стран – франчайзерата, подъем экономики государства за счет развития малого, среднего и крупного бизнеса внутри страны.

Ключевые слова: франчайзинговые отношения, бизнес-сети, проблемы развития франчайзинга, услуги населению, аутсорсинг

SUMMARY

INTERNATIONAL FRANCHISING AS ONE OF UKRAINIAN ENTERPRISES OF EXIT FROM CRISIS SITUATION

The purpose of this article is to study international franchising as a means of release of Ukrainian enterprises crisis. To study the topic analyzed materials from the site of the International Association of franchising; portal for business; Information Center franchise. The article analyzes the negative aspects that prevent effectively develop franchising in Ukraine, and we have provided recommendations to improve its development. Scientific novelty is the expansion of franchising in small towns and the most remote corners of Ukraine. The practical significance of franchising for Ukraine is to expand products and services for the population, removing his mentality on the European level, the output of enterprises with crisis from other countries - the franchisor and economic recovery of our country through the development of small, medium and large businesses in the country.

Keywords: franchise relationships, business networks, the problem of franchise development, public services, outsourcing.