

Велика кількість методичних підходів щодо фінансової діагностики підприємства, які використовуються у науці та практиці господарювання, зумовила необхідність їх систематизації. Розглянемо деякі ознаки та критерії, за якими можна систематизувати методи фінансової діагностики (табл.1).

Таблиця 1

Класифікація методик фінансової діагностики

Методики фінансової діагностики									
За інформаційною основою		За статусом		За формуванням узагальнюючого висновку		За способами обробки інформації		За методикою дослідження показників	
Зовнішні	Внутрішні	Державні методики (обов'язкові)	Наукові методики (рекомендовані)	Суб'єктивні методи	Об'єктивні методи	Неавтоматизовані	Автоматизовані	Динамічний аналіз	Порівняльний аналіз
За критеріями оцінки		За діагностичними висновками		За показниками та їх інформаційним забезпеченням		За методом визначення показників		За напрямками дослідження	
Виявлення паталогій	Ідентифікація стану	Дескриптивні моделі	Предикативні моделі	Кількісні показники		Коефіцієнтний підхід	Індексний підхід	Фінансовий стан	Організаційна та управлінська
Індивідуальне дослідження		Нормативні моделі		Бухгалтерська та статистична звітність	Управлінський облік			Агрегативний підхід	Ресурсне забезпечення
			Комбіновані	Якісні показники					
			Респондентні	Експертні					
				Змішані показники					

Література

1. Современный экономический словарь. 5-е изд., перераб. и доп. Редкол : Б. А. Райзберг, Л. Ш. Лозовский, Е. Б. Стародубцева. – М. : ИНФРА-М, 2007. – 495 с.
2. Жукевич С. М. діагностика фінансового стану в системі управління підприємством / С.М. Жукевич, Н.В.Кудлаєва. – Научный вестник ДГМА. – ДГМА, №1(4Е), 2009. – с.234-240.

УДК 339.187

Воронкова Т.Є., к.е.н., професор
Здоров М.М.
Київський національний університет
технологій та дизайну

ФРАНЧАЙЗИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Франчайзинг – це така організація підприємства, за якою компанія (франчайзер) передає певній людині чи компанії (франчайзі) право на продаж

продукту або послуг цієї компанії. Франчайзі зобов'язується продавати цей продукт чи послуги за заздалегідь визначених законах та правилах ведення підприємства, які встановлює франчайзер. В обмін на здійснення цих правил франчайзі одержує дозвіл використовувати ім'я компанії, її репутацію, продукт й послуги, маркетингові технології, експертизу, та механізми підтримки. Щоб отримати такі права, франчайзі робить первісний внесок франчайзеру, а потім виплачує щомісячні внески. Це свого роду оренда, тому що франчайзі ніколи не стає повним власником товарного знака, а просто має право використовувати товарний знак на період виплати щомісячних внесків. Суми цих внесків обмовляються у франчайзинговому договорі (контракті) і є предметом переговорів. Франчайзинговий пакет (повна система ведення підприємства, передана франчайзі) дозволяє підприємцю вести свій бізнес успішно, навіть не маючи попереднього досвіду [1].

Франчайзинг використовується в самих різних видах економічної діяльності підприємства (в сфері послуг для населення, автомобільній промисловості і послуг автосервісу, громадського харчування, торгівлі тощо).

Існують три основні види франчайзингу [2].

1. Товарний франчайзинг іноді називають «франчайзинг продукту (торгового імені)». Це франчайзинг у сфері торгівлі на продажу готового товару. У товарному франчайзингу франчайзером зазвичай є виробник, що продає закінчений продукт або напівфабрикат дилеру-франчайзі. Останній здійснює передпродажне та післяпродажне обслуговування покупців продукції франчайзера, при цьому відмовляється від продажу товарів конкурентів.

2. Виробничий франчайзинг – це франчайзинг на виробництво товарів. У цьому випадку підприємство, що володіє технологією виготовлення певного продукту, продає місцевим чи регіональним підприємствам технологію і сировину.

3. Діловий франчайзинг називають «франчайзинг бізнес-формату», за яким франчайзер продає ліцензію приватним особам чи іншим компаніям на право відкриття магазинів, кіосків або цілих груп магазинів для продажу

покупцям набору продуктів й послуг під ім'ям франчайзера.

Франчайзинговий бізнес має такі переваги [3]:

1. Франчайзинг означає, що у вас є власне підприємство, але ви не залишаєтеся один на один з усіма проблемами та ризиками. Коли франчайзі дає свою згоду вкладати гроші у франчайзингову підприємство, він все одно залишається незалежним власником підприємства. Ця незалежність означає, що його ніколи не звільнять з цієї роботи. Франчайзі отримує професійну підтримку від франчайзера.

2. Франчайзинг – це швидкий і ефективний початок підприємництва. Франчайзингова система дає інформацію, що допомагає франчайзі знайти придатне місце розташування для підприємства, зробити його дизайн й переконатися в тому, що підприємство правильно функціонує. Франчайзі не потрібно турбуватися щодо проблем, що виникають на початковій стадії діяльності, тому що він користується досвідом свого франчайзера.

3. Франчайзинг забезпечує підтримку франчайзі в період перед відкриттям підприємства. Ці знання приходять безпосередньо зі спеціальних програм навчання й програм з розвитку системи управління, які франчайзер передає всім новим франчайзі та ключовим працівникам. Разом вони повинні достатньо попрацювати над формуванням навичок франчайзі з тим, щоб мати всі шанси на успішне ведення бізнесу.

4. Франчайзинг означає постійну підтримку. Після відкриття франчайзингового підприємства франчайзі продовжує одержувати професійні послуги від франчайзера з питань щоденного ведення бізнесу та маркетингу. Якщо виникають проблеми, то їх першим завданням буде перевірити всі надані матеріали й посібники.

5. Франчайзинг дає можливість використовувати репутацію й товарний знак франчайзера. При виконанні франчайзингового договору франчайзі отримує повноваження від франчайзера на використання торгового знака франчайзера. Тільки франчайзі, що працюють в системі даної франшизи, мають ексклюзивне право використовувати товарний знак франчайзера. Франчайзі

купує собі ділову репутацію разом з покупкою франшизи.

6. Франчайзинг встановлює чіткі територіальні межі організації діяльності підприємства. Межі цієї території визначені умовами франчайзингового договору. Отримуючи територію, франчайзі може ефективно розвивати своє підприємство на певній території.

Література

1. Інвестиційно-інноваційний розвиток підприємства : Підручник/ [Федоренко В.Г., Лагутін Г.В., Воронкова Т.Є.та ін...]; за ред. В. Г. Федоренка, Г. В. Лагутіна, Т. Є.Воронкової.– К. : КНУБА, 2015. – 376 с.

2. Семененко, І. М. Використання франчайзингу в діяльності промислових підприємств // БізнесІнформ. – № 7. – 2012. – С. 102-104.

3. Тищенко О. М. Діагностика розвитку франчайзингової мережі в економічній системі регіону / О. М. Тищенко, Ю. В. Гусєв // Проблеми економіки. – 2013. – № 1. – С. 179-184.

УДК 330.322

Кирилюк О.В.
Греновецька О. К.
ДВНЗ «Київський національний економічний університет
імені В. Гетьмана»

ВЕНЧУРНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ НАПРЯМ РОЗВИТКУ КОМПАНІЇ

Венчурне фінансування є одним з найпотужніших джерел розвитку підприємства, оскільки створює позитивні умови для протікання інноваційних процесів в компанії. Аналізуючи досвід розвинених країн, можна спостерігати тенденцію: чим масштабніше інноваційне підприємництво, тим більше потужних висококонкурентних у світовому вимірі підприємств існує у різних галузях в даній країні.

Сучасний етап розвитку економіки України характеризується багатогранністю видів бізнесової діяльності, що здійснюються підприємствами