

11. Самсоненко Н. Інвестиції як зміцнення українсько-китайських відносин / Н. Самсоненко // Діловий вісник. – К. : Вид-во "Либідь", 2009. – № 8. – С. 3-8.
12. Кутахов В. Экономическая ситуация в Китае / В. Кутахов. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.rodon.org/polit-090420102502>.
13. Зюзин А. Экономическая политика КНР в условиях кризиса / А. Зюзин. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.rodon.org/polit-081204182520>.
14. Айкенберри Дж. Подъем Китая и будущее Запада / Дж. Айкенберри. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.globalaffairs.ru/numbers/34/10439.html>.
15. Перспективы социально-экономического развития Китая. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.rodon.org/polit-090112104532>.
16. Офіційний статистичний сайт Міністерства статистики Китайської народної. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.stats.gov.cn>.
17. Офіційний сайт Організації економічного співробітництва та розвитку. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.oecd.org>.
18. Офіційний сайт ЮНКТАД. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.unctad.org>.

Кудырко Л.П., Пугачевская К.И., Пугачевская К.С. Международная составная феномена китайской экономики в контексте глобального лидерства

Рассмотрены детерминанты усиления роли Китая как глобального лидера. Проанализированы динамика внешней торговли и международного инвестирования КНР, их влияние на ускорение экономического развития и решения социальных проблем. Определены проблемные аспекты функционирования китайской экономической модели в условиях глобального финансово-экономического кризиса и обострения внутренних противоречий социально-экономического развития.

Ключевые слова: глобальное лидерство, социально-экономическое развитие, глобальный финансовый кризис, конкурентоспособность, международные инвестиции.

L.P. Kudirko, K.I. Puhachevska, K.S. Puhachevska. The international element of the China's economic phenomenon in the context of global leadership

The determinants of strengthening the role of China as a global leader are examined. The dynamics of foreign trade and international investment of China and their impact on accelerating economic development and solving social problems are analysed. The article defines problematic aspects of the Chinese economic model in the global financial crisis and worsening internal contradictions of the socio-economic development.

Keywords: global leadership, socio-economic development, global financial crisis, competitiveness, international investment.

УДК 658:005.591.43

Проф. О.Є. Кузьмін, д-р екон. наук;
аспір. І.З. Салата – НУ "Львівська політехніка"

**РЕКОМЕНДАЦІЇ З ОЦІНЮВАННЯ ПОТЕНЦІЙНИХ
ФРАНЧАЙЗИ МАШИНОБУДІВНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ**

Наведено критерії відбору потенційних франчайзі машинобудівними підприємствами з метою формування франчайзингової системи. Виокремлено логічні та послідовні етапи процесу відбору потенційних партнерів.

Ключові слова: франчайзингова система, франчайзер, франчайзі.

Постановка проблеми. Останні роки розвитку української економіки можуть бути охарактеризовані тенденцією до поширення серед суб'єктів господарювання сучасних форм співпраці. До таких форм, зокрема, належить

франчайзинг як тип взаємовідносин підприємств, при якому один учасник ринку (франчайзер) надає іншому (франчайзі) право користування його торговельною маркою, технологіями та іншими об'єктами інтелектуальної власності на встановлених умовах. Проникнення франчайзингових відносин у дедалі ширше коло галузей вітчизняного народного господарства вимагає розроблення відповідного методичного забезпечення із урахуванням особливостей тієї чи іншої галузі. Викладені у статті дослідження стосуються такої стратегічної для України галузі, як машинобудування. Актуальність дослідження аспектів використання франчайзингу у вітчизняному машинобудуванні обґрунтовується наявною практикою побудови українськими машинобудівними підприємствами збутових мереж із залученням незалежних суб'єктів господарювання на договірних умовах, що є перехідним етапом до побудови збутових франчайзингових систем.

Результати діяльності франчайзингової системи вирішальним чином визначаються її учасниками-франчайзі. Тому підбір франчайзі є одним із найвагоміших етапів формування франчайзингової системи, який вимагає від франчайзера проведення ретельної оцінки потенційних партнерів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика підбору франчайзі є об'єктом дослідження низки науковців. Так, С. Шейн виокремлює та розміщує у порядку спадання важливості такі чотири критерії ефективного відбору франчайзі [1, с. 153-156]: досвід роботи в галузі; досвід створення нових підприємств; розмір власного капіталу; психологічні якості. При цьому автор пропонує проводити відбір франчайзі у два етапи: попереднє оцінювання за допомогою Інтернет-опитування потенційних франчайзі та переговори потенційних франчайзі із вищим керівництвом франчайзера.

У роботі Н. Терещук [2] пропоновані критерії відбору франчайзі (досвід ведення бізнесу, досвід ведення бізнесу в галузі франшизи, наявність відповідної освіти і навичок, репутація, готовність постійно вчитись, регіон розташування) доповнюються коефіцієнтами значущості їх для франчайзера, отримані автором на основі опитування підприємств – потенційних франчайзерів України.

Дельтей Ж. розкриває процес відбору франчайзі як процес оцінювання їх професійних здібностей, які визначаються досвідом роботи у визначеній галузі [3, с. 75-76]. У роботі О. Деєва [4, с. 37] наведено умови, за яких франчайзеру доцільно припинити переговори із потенційним франчайзі, а саме: фінансовий стан потенційного франчайзі викликає сумніви, на етапі переддоговірних відносин проявляється непорядність та нечесність потенційного франчайзі, відсутність в останнього досвіду ведення підприємницької діяльності, існування можливості виникнення внутрікорпоративної конкуренції на визначеній території, відсутність мобільності потенційного франчайзі в процесі взаємовигідного співробітництва.

Забродін В. [5, с. 32-33] акцентує увагу на особистих характерних рисах франчайзі як основному критерію вибору. Зокрема, автор змальовує ідеального франчайзі як цілеспрямованого, чесного, готового до змін, такого, що бажає дотримуватися всіх правил і положень франчайзингової системи тощо.

Незважаючи на широке висвітлення у літературних джерелах тематики підбору франчайзі, ця проблема не втрачає своєї актуальності. Підтвердженням цьому є високий попит в Україні на послугу оцінки потенційних франчайзі, яку надають для франчайзерів консалтингові, аудиторські та юридичні компанії [6, с. 48]. Як наголошує генеральний директор компанії International Standard Franchise О. Павлова, "якісна оцінка майбутніх партнерів по франчайзингу дійсно важлива, однак більшість франчайзерів, як правило, не можуть забезпечити цю функцію, тому що не знають як" [6, с. 47].

Постановка задачі. Цілями дослідження є вироблення основоположних рекомендацій щодо порядку та принципів проведення процесу відбору франчайзі, які доцільно покласти в основу формування та використання франчайзерами індивідуальних методик оцінювання потенційних франчайзі.

Виклад основного матеріалу дослідження. У процесі відбору партнерів франчайзери користуються визначеними критеріями, на основі яких проводиться порівняльна оцінка потенційних франчайзі. Вивчення матеріалу літературних джерел та власні дослідження дали змогу сформулювати перелік найбільш поширених критеріїв (параметрів) відбору, які з метою систематизації згруповано у 4 групи. У табл. 1 наведено перелік критеріїв в розрізі кожної з виділених груп.

Табл. 1. Критерії (параметри) відбору франчайзі

Групи критеріїв	Приклади критеріїв
Критерії фінансової спроможності	– величина власного капіталу франчайзі; – величина капіталу, що може бути залучений, визначений на основі характеристик франчайзі як кредитора; – фінансовий стан та фінансові результати діяльності франчайзі – підприємця тощо
Критерії професійної підготовленості	– досвід ведення підприємницької діяльності загалом; – досвід ведення підприємницької діяльності у визначеній сфері діяльності; – досвід реалізації інвестиційних проектів; – досвід роботи у визначеній сфері діяльності; – наявність професійних навичок управління підприємством; – наявність відповідної освіти; – вміння вести переговори тощо
Критерії маркетингової привабливості	– репутація; – регіон розташування (для юридичних осіб), проживання (для фізичних осіб) тощо
Критерії психологічної відповідності	– готовність дотримуватися прописаних правил франчайзингової системи; – готовність затрачати багато часу та зусиль для розвитку франчайзингового підприємства; – готовність постійно вчитися; – наявність бажання постійного вдосконалення об'єктів інвестування; – готовність до змін; – цілеспрямованість; – наполегливість; – дисциплінованість; – вміння бути "командним гравцем"; – вміння знаходити спільну мову з людьми; – актуальні засоби мотивації франчайзі тощо

Наведений у табл. 1 перелік критеріїв не є універсальним і має лише рекомендаційний характер, адже у випадку кожного окремого франчайзера має бути сформований індивідуальний перелік критеріїв, який визначається низкою факторів, найбільш вагомими серед яких можна виокремити такі:

- вид франчайзингової системи;
- стратегія розвитку франчайзингової системи;
- стадія розвитку франчайзингової системи в розрізі життєвого циклу франчайзингу (зародження, становлення, розвиток, стабілізація, занепад);
- фінансовий стан франчайзера;
- правовий статус франчайзі: юридична чи фізична особа;
- сфера діяльності майбутнього франчайзі;
- суб'єктивні пріоритети франчайзі, інші фактори.

Так, наприклад, для франчайзингової системи, що перебуває на етапі життєвого циклу зародження, більшою мірою важливим є критерій досвіду ведення підприємницької діяльності у франчайзі, порівняно із розвинутою франчайзинговою системою. Стабільний фінансовий стан франчайзера може послаблювати вимоги останнього до величини власного капіталу франчайзі, вилучивши із його суми першопочатковий платіж, який може бути замінений вищим відсотком роялті і т. ін. Отже, критерії відбору франчайзі повинні встановлювати франчайзери індивідуально із врахуванням об'єктивних факторів та власних суб'єктивних пріоритетів.

Наведені у табл. 1 критерії, з метою вироблення рекомендацій з поетапного оцінювання потенційних франчайзі, рекомендується також класифікувати за такими ознаками:

1) за рівнем впливу на прийняття франчайзером рішення про співпрацю. За цією ознакою пропонуємо виокремлювати критерії: визначальні (встановлюють обмеження, невідповідність яким призводить до вилучення підприємця з переліку потенційних франчайзі); оцінкові (використовують для порівняльної оцінки потенційних франчайзі).

Таким чином, лише відповідність визначальним критеріям дає змогу розглядати підприємця як потенційного партнера для франчайзера;

2) за джерелом отримання інформації: критерії, стан яких оцінюють на основі інформації, отриманої безпосередньо від аналізованого потенційного франчайзі; критерії, стан яких оцінюють на основі інформації, отриманої із зовнішніх джерел.

Враховуючи сформульоване положення про доцільність індивідуального підходу кожного франчайзера до процесу відбору франчайзі, а також виділені види критеріїв згідно з пропонованими класифікаційними ознаками, процес відбору франчайзі пропонуємо розглядати поетапно, зокрема, насамперед, доцільно виокремити два базові етапи: підготовчий етап відбору франчайзі; етап безпосереднього відбору партнерів з франчайзингу.

На підготовчому етапі франчайзеру необхідно сформулювати базові засади для подальшого відбору франчайзі, яка дасть змогу зробити процес вибору партнерів послідовним, систематизованим та об'єктивним, що сприятиме економії часу та зусиль франчайзера.

Зокрема, на підготовчому етапі франчайзеру необхідно сформулювати критерії відбору франчайзі з урахуванням розглянутих вище факторів, виокремити визначальні та оцінкові критерії, встановити граничні значення для визначальних критеріїв та розробити порядок кількісного вимірювання стану оцінкових критеріїв, визначитися із рівнем вагомості окремих оцінкових критеріїв, а також обрати методику порівняльної оцінки потенційних партнерів. Вивчення наявних в економічному аналізі методик рейтингової оцінки підприємств, дало змогу зробити висновок, що досить обґрунтованою в цьому випадку є методика порівняння об'єкта оцінювання із так званим еталоном. Еталоном вважають об'єкт, із бажаними для суб'єкта, що проводить відбір, характеристиками. Таким чином, на підготовчому етапі для франчайзера рекомендуємо також сформувати параметри еталона (профілю) франчайзі, тобто присвоїти бажані значення обраним критеріям відбору.



Рис. 1. Послідовність реалізації підготовчого етапу відбору франчайзі

На рис. 1 схематично наведено послідовність реалізації завдань підготовчого етапу відбору франчайзі. Результатом реалізації підготовчого етапу відбору франчайзі має стати сформована франчайзером методична база оцінювання потенційних партнерів. Підготовлена методична база дає змогу франчайзеру перейти до безпосереднього відбору франчайзі. Цей процес рекомендуємо розглядати як певну логічну послідовність дій франчайзера, схематично відображену на рис. 2.

На першому етапі відбору франчайзі франчайзеру необхідно зібрати дані про стан визначальних критеріїв стосовно потенційних франчайзі. Адже невідповідність граничним межам значень таких критеріїв свідчить про неба-

жання франчайзера співпрацювати із такими франчайзі. Відповідно аналіз визначальних критеріїв на першому етапі відбору франчайзі дасть змогу зекономити час та зусилля франчайзера на подальшому оцінюванні тих претендентів, які не відповідають основоположним вимогам франчайзера.



Рис. 2. Послідовність відбору потенційних франчайзі (подаємо як логічне продовження попереднього етапу відбору франчайзі, наведеного на рис. 1)

Для збирання необхідних даних доцільно скористатися простими та недорогими засобами, наприклад, надання для потенційних франчайзі бланків анкет для заповнення, проведення Internet-опитування, телефонні переговори. Зібрані дані необхідно проаналізувати з точки зору їх відповідності встановленим франчайзером на підготовчому етапі граничним значенням. Результатом аналізу є виключення зі списку потенційних франчайзі тих претендентів, що не відповідають поставленим вимогам. Потенційні франчайзі, характеристики яких є привабливими для франчайзера за визначальними критеріями, підлягають подальшому оцінюванню, зокрема з точки зору конкурентоспроможності за оцінковими критеріями.

Аналіз оцінкових критеріїв потребує детальнішої поінформованості франчайзера щодо потенційних франчайзі, а отже, і використання більш затратних способів збирання даних, серед яких проведення попередніх переговорів із потенційними партнерами, збір даних із незалежних джерел інформації. Зміст необхідних даних визначають сформованим на підготовчому етапі (рис. 1) переліком оцінкових критеріїв.

Відповідно до послідовності на рис. 2, зібрана інформація підлягає обробленню шляхом кількісної формалізації оцінкових критеріїв для кожного окремого франчайзі. Отримані таким чином оцінки, а також характеристики еталону (профілю) франчайзі, сформованого на підготовчому етапі, підляга-

ють порівнянню шляхом застосування методу "наближення до еталону" (детальніша інформація про метод подається у навчальній літературі з економічного аналізу). Цей метод передбачатиме розрахунок для кожного потенційного франчайзі інтегрального коефіцієнта за формулою

$$K_{int} = \sum_{i=1}^n \frac{Of_i}{Oe_i} * K_{\phi_i},$$

де: n – кількість оцінкових критеріїв; Of_i – оцінка i -го критерію для аналізованого франчайзі; Oe_i – оцінка i -го критерію для еталону (профілю) франчайзі; K_{ϕ_i} – коефіцієнт вагомості i -го критерію.

Цей метод дає змогу рейтингувати потенційних франчайзі в порядку спадання рівня їх привабливості для франчайзера (спадання значення інтегрального коефіцієнта) і відповідно обрати найкращих претендентів. Із обраними претендентами проводять подальші переговори із обранням детальних умов майбутньої співпраці, і в разі відсутності істотних неузгодженостей укладаються франчайзингові угоди.

Висновки. Отже, на основі узагальнення матеріалу літературних джерел виокремлено та класифіковано критерії відбору франчайзі машинобудівними підприємствами. Виокремлено два базових етапи процесу відбору франчайзі машинобудівними підприємствами: підготовчий етап відбору франчайзі; етап безпосереднього відбору партнерів з франчайзингу. Побудовано схематичні моделі реалізації кожного з етапів.

Розглянуті рекомендації із оцінювання потенційних франчайзі франчайзером призначені для використання машинобудівними підприємствами в процесі відбору франчайзі для досягнення оптимального рішення за мінімальних затрат часу та зусиль, а отже, оптимізування процесу формування франчайзингової системи.

Перспективи подальших досліджень автора полягають у розробленні методичного забезпечення процесу відбору потенційними франчайзі оптимальних франчайзингових пропозицій співпраці.

Література

1. Шейн С. От мороженого к Интернету. Франчайзинг как инструмент развития и повышения прибыльности вашей компании / Скотт А. Шейн : пер. с англ. О. Теплых. – Днепропетровск : "Баланс Бизнес Букс", 2006. – 183 с.
2. Терещук Н.М. Маркетингові стратегії підприємств в системі франчайзингу : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.06.02 "Підприємництва, менеджмент та маркетинг" / Н.М. Терещук. – К. : Вид-во "Вища шк.", 2002. – 20 с.
3. Дельтей Ж. Франчайзинг / Жерар Дельтей : пер. с франц. / под ред. В.И. Черенкова. – С.-Пб. : Изд. дом "Нева", 2003. – 128 с.
4. Деев А. Обыкновенное чудо – франчайзинг / Алексей Деев // Компаньон. – 2002. – № 26 (282). – С. 32-38.
5. Забродин В. Региональная экспансия и франчайзинг как средство выхода на новый рынок / Владислав Забродин // Торговое дело. – 2005. – № 7. – С. 32-39.
6. Маслов И. Разбогатеи на франчайзинге / Иван Маслов // Власть денег. – 2008. – № 25. – С. 46-48.

Кузьмин О.Е., Салата И.З. Рекомендации по оцениванию потенциальных франчайзи машиностроительными предприятиями

Приведены критерии отбора потенциальных франчайзи машиностроительными предприятиями с целью формирования франчайзинговой системы. Выделены логические и последовательные этапы процесса отбора потенциальных партнеров.

Ключевые слова: франчайзинговая система, франчайзер, франчайзи.

Kuzmin O.Ye., Salata I.Z. Recommendation in evaluation of potential franchisees by machine building enterprises

In the article potential franchisees selection criteria for forming franchising system by machine building enterprise are reviewed. Logical and sequential stages of potential franchisees selection process are proposed.

Keywords: franchising system, franchiser, franchisee.

УДК 336.027

Здобувач С.В. Кулибаба – Луцький НТУ

ЕНЕРГООЩАДНІСТЬ В УКРАЇНІ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЇЇ ФІНАНСУВАННЯ

Охарактеризовано реальний стан енергоощадності в Україні, наголошено на важливості енергоощадливої політики для успішного розвитку економіки нашої держави загалом, а також запропоновано основні напрями формування сприятливого економічного середовища для енергоощадності.

Ключові слова: енергоощадність, енергоефективність, фінансування, енергетична політика.

Актуальність проблеми. Проблема енергоощадності тісно взаємопов'язана з проблемами енергетики, екології та структурної перебудови всієї економіки держави. Важливість енергоощадності підтверджується статусом державної політики у всіх високорозвинених країнах. Майже всі розвинені країни, такі як Японія, США, Франція, Німеччина, Велика Британія і т.д., прийняли відповідні законодавчі акти та створили як загальнодержавні, так і регіонально-місцеві органи управління енергоощадністю.

Рівень розвитку енергетики кожної країни має визначальний вплив на стан її економіки і соціальної сфери, на рівень життя населення. Видобуток енергоресурсів виробництво енергії та її попит і споживання людством безперервно зростають із ростом населення планети, економічним розвитком країн і технологічним прогресом. Так, за останні 100 років населення Землі зросло майже в чотири рази, а річне видобування енергоресурсів – у 21 раз. За таких темпів зростання енерговидобування за наступні 100 років практично все органічне паливо (насамперед нафта і газ) у світі буде вичерпано. Одним із напрямків пом'якшення цієї ситуації є управління попитом на паливо та енергію. Управління попитом розуміємо в широкому сенсі, а саме управління системою енергозабезпечення, яка охоплює виробництво, транспортування та споживання паливно-енергетичних ресурсів (ПЕР) з метою зменшення їхніх потреб для економіки і населення та формування політики сприяння ефективного виробництва і енергоощадності.

Енергоощадність та енергоефективність, поруч з такими складниками, як розвиток видобутку власних енергоресурсів та можливість використання різних місцевих видів палива та нетрадиційних джерел енергії, є основними чинниками впливу на сучасну енергетичну безпеку України.