

2. *Эффект стрекозы: все об улетных промо-кампаниях в социальных сетях* - Дженнифер Аакер, Энди Смит, 2011.

3. *Бизнес в социальных сетях. Как продавать, лидировать и побеждать* - Гитомер Дж., 2012.

Романченко Н.В., к.е.н., доцент,
nromanchenko@rambler.ru,

Пічак К.В.,

Національний університет «Києво-Могилянська академія»

МАРКЕТИНГОВА ОЦІНКА ФРАНЧАЙЗИНГУ ЯК ФОРМИ ПІДПРИЄМНИЦТВА

Найбільш швидкий за українськими мірками спосіб організації власної справи - франчайзинг, тобто угода (договір) великих фірм з малими фірмами або окремими підприємствами. Такий спосіб ведення підприємництва передбачає надання кваліфікованої допомоги, яка коштувала б дуже дорого кожному окремому підприємству, за такими напрямками як: стратегія маркетингу з акцентом на рекламу; первісне навчання працівників та підготовка в області управління; централізовані закупівлі по зниженим цінам; надання оренди; фінансування та інше. Для оцінки франчайзингової угоди підприємець повинен попросити франчайзера представити повну довідку про діяльність, що надасть можливість порівняти франшизи і оцінити ризик і витрати. Необхідно, щоб довідка містила докладну інформацію з наступних тем:

фінансові звіти франчайзера;

опис спірних процесів, в яких брали участь посадові особи та керівні працівники;

інформація про початковий внесок і інші платежі, які потрібні для отримання франшизи;

список імен і адрес інших франчайзі;

довідка про які-небудь претензії на дохід франчайзі.

Досвід використання такого формату підприємництва вказує на ряд проблемних питань, які франчайзі має детально вивчити відповідно до умов договору. Зокрема, до таких належать: право продажу франшизи, ціна продажу іншому підприємцю, програми підготовки кадрів та оцінка витрат.

Якщо франчайзі прийме рішення продати підприємство до закінчення терміну дії договору, продаж не може бути здійснена без схвалення франчайзера. Тому договір повинен відображати ваші права на створення прибуткового підприємства і на подальший продаж його на вільному ринку. Компанія не повинна позбавляти вас права продавати ваше підприємство.

Складним моментом є ціна, за якою франчайзі можуть зобов'язати продати франшизу іншому підприємцю або назад франчайзеру. Франчайзер часто зобов'язує франчайзі продати підприємство за ціною, нижче його вартості. Щоб уникнути проблем, ви повинні обумовити собі право продажу франшизи за максимально можливою ціною і отримання всієї суми.

Основною метою програм підготовки кадрів є отримання кваліфікації для управління франчайзинговим підприємством. Без подібної підготовки недосвідчений франчайзі, швидше за все, зазнає невдачі. Ви повинні переконатися, що франчайзинговий договір вказує, як і де здійснюється навчання.

Якщо детальні прорахунки стартового капіталу не викликають сумнівів, необхідно оцінити фактори формування ваших майбутніх доходів. Ваша власна оцінка бізнес-ідеї за схемою франчайзингу та можливостей його продукту має, перед усім, дати відповіді на наступні питання:

наскільки цей продукт є унікальним? Завдання полягає в тому, щоб диференціюватися від продуктів конкурента, тобто визначити чи є у франчайзингової ідеї такі властивості, які моментально виділяють її на фоні продуктів конкурентів. Ваші потенційні клієнти повинні знати якомога більше про відмінні й дуже потрібні якості вашого продукту;

наскільки корисний ваш продукт? Багато нових ідей і продуктів відразу стають успішними і добре продаються, якщо їх творці виявили незадоволений попит на ринку. Визначте з самого початку, як Ваш продукт або послуга буде використовуватися, і визначте частоту використання продукту;

скільки у вашої ідеї конкурентів? Там, де немає конкурентів, продукт просто нікому не потрібен. І навпаки, якщо продукт цікавий, завжди знайдуться конкуренти. Після визначення того факту, що конкурентів досить багато, треба перевірити, чим виділяється продукт франчайзера;

наскільки конкурентні ціни на ваш продукт? Ідеальна ціна повинна відповідати трьом вимогам: ціна повинна відповідати конкуренції, ваша ціна повинна бути більш привабливою для ваших потенційних клієнтів і вона повинна заробляти прибуток для вас;

які у вас можливості маневрування? Дуже важливо продумати про те, як Ви будете діяти у разі наповнення ринку або в разі появи сусіда-конкурента. Чи буде продукт гнучким настільки, що швидко модернізувавши його в межах обмежень франчайзингової угоди ви зможете б «вижити» в умовах економічної кризи, в процесі старіння продукту чи перенасичення ринку.

Література

1. Ватутин С. Клонирование бизнеса. Франчайзинг и другие модели быстрого роста / С. Ватутин, М. Тришин. – С-Пб: Питер, 2012. – 192 с.
2. Масштабирование бизнеса. Создаем франчайзинг в розничной торговле / Н. Смирнова, А. Парабеллум, Н. Мрочковский. – С-Пб: Питер, 2012. – 336 с.
3. Кац Р. Франчайзинг. Построение предприятия, бухгалтерский учет, правовые аспекты / Р. Кац. – М: ГроссМедиа, РОСБУХ, 2011. – 136 с.
4. Романченко Н.В. Культурні детермінанти міжнародного франчайзингу // Маркетинг у третьому тисячолітті / Збірник тез наукових доповідей II міжнародної Науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих вчених. Донецьк, 15 - 16 травня 2009 року. Частина II. – Донецьк, Донецький національний університет економіки і торгівлі імені М. Туган-Барановського, 2009. – С. 46-47.

Шевченко М.А., студент,

Національний Університет «Києво – Могилянська Академія»,
marry-s@yandex.ru

ТРУДОВА МИГРАЦІЯ ЯК ФАКТОР ЗНИЖЕННЯ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНУ

Україна є однією з найбільших країн-постачальників робочої сили в Європі. Тема трудової міграції є найбільш обговорюваним в українському суспільстві. У науково-дослідницькій діяльності питання міграції досліджувало багато вчених. Слід відзначити праці таких вчених, як О.О. Бандурка, С.М. Кременчуцький, С.І. Братков, М.П. Бублій, І.К. Василенко, Ю.Ф. Гаврушко, Д.В. Голобородько, О.П. Горбань, О.В. Поліщук, О.А. Малиновська, Д.Б. Муратова, С.В. Науменко, Ю.І. Римаренко, О.І. Савченко, С.С. Саїв, В.М. Снігур, В.М. Столбовий, Н.П. Тиндик, Т.Ю. Цуркан, С.Б. Чехович та ін. Проте серед наукових робіт, що досліджують процеси міграції, на мою думку, недостатньо уваги приділяється проблемам трудової міграції.