

Огінок С.В.,

кандидат економічних наук, асистент,
асистент кафедри міжнародних економічних відносин,
Львівський національний університет імені Івана Франка

ФРАНЧАЙЗИНГ ЯК ЧИННИК МІЖНАРОДНОГО НАУКОВО-ТЕХНІЧНОГО ОБМІНУ

Огінок С.В. Франчайзинг як чинник міжнародного науково-технічного обміну. У статті проаналізовано вплив франчайзингової стратегії провадження бізнесу на науково-технічний обмін між країнами. Розглянуто основні особливості франчайзингового бізнесу в Європі та Україні. Досліджено механізм здійснення франчайзингових відносин. Обґрунтовано необхідність та значення організації бізнесу на умовах франчайзингу для збільшення науково-технічного обміну в Європі та Україні.

Ключові слова: франчайзинг, міжнародний бізнес, міжнародний трансфер технологій, науково-технічний обмін.

Огинок С.В. Франчайзинг как фактор международного научно-технического обмена. В статье проанализировано влияние франчайзинговой стратегии ведения бизнеса на научно-технический обмен между странами. Рассмотрены основные особенности франчайзингового бизнеса в Европе и Украине. Исследован механизм осуществления франчайзинговых отношений. Обоснована необходимость и значение организации бизнеса на условиях франчайзинга для увеличения научно-технического обмена в Европе и Украине.

Ключевые слова: франчайзинг, международный бизнес, международный трансфер технологий, научно-технический обмен.

Ohinok S.V. Franchising as a factor of international scientific and technical exchange. The article analyzes the influence of franchising strategy of business on scientific and technical exchange between countries. The main features of franchising business in Europe and Ukraine are considered. The mechanism of franchising relations is investigated. The necessity and importance of business organization on the conditions of franchising for the increase of scientific and technical exchange in Europe and Ukraine are substantiated.

Key words: franchising, international business, international technology transfer, scientific and technical exchange.

Постановка проблеми. В умовах міжнародної та континентальної інтеграції все більш актуальним стає питання щодо збільшення кількості підприємств малого та середнього бізнесу, які пропонують свої товари та послуги на певних умовах. Інакше кажучи, однією з найефективніших форм міжнародної економічної діяльності як на глобальному рівні, так і на рівні інтеграційних об'єднань є франчайзинг, який надає беззаперечні переваги для всіх сторін франчайзингового договору і для країни загалом. Для країни, на території якої розвивається франчайзинговий бізнес, це означає залучення прямих іноземних інвестицій, які задовольняють потребу в обмеженості ресурсів та дають змогу покращити якісні характеристики своєї продукції за допомогою залучення передових технологій, що дасть можливість підвищити конкурентоспроможність країни загалом. Виходячи на іноземний ринок, франчайзинг несе не лише свій бренд чи бізнес-стратегію, а і нові технології та вищі стандарти виробництва та життя.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням ролі використання передових технологій в економічному розвитку держави займається все більше науковців, серед яких варто виділити Дж. Данінга, Р. Лукаса, Й. Шумпетера та інших [1; 12]. Активно ведеться пошук нових ефективних стратегій міжнародного науково-технічного обміну.

Сьогодні у світовій економічній думці відсутня сформована комплексна теоретична основа розвитку

науково-технічного обміну, яка б об'єднувала в собі різні підходи та напрацювання. Цінний та найбільш повний критичний огляд досліджень, які базуються на економетричних моделях та опубліковані в базах Scopus та Web of Science, провели М. Бойсот, Д. Белл, Р. Вернон, Дж. Даннінг, П. Друкер, М. Кастельс, В. Келлер, П. Кругман, К. Ланкастер, Ф. Махлуп, Г. Менш, М. Познер, Б. Твісс, М. Порат, К. Прахалад, Е. Тоффлер, Ф. Хайек, Г. Хемел, Г. Чесбро, К. Фрімен та ін. Проте вченими недостатньо вивчені та проаналізовані окремі чинники науково-технічного розвитку, серед яких можна виділити і франчайзинг, недостатньо проведено досліджень щодо розвитку економік розвинених країн із середнім рівнем доходів та країн, що розвиваються, а також лише частково проведений детальний аналіз конкретних рушіїв та бар'єрів впровадження та ефективного використання передових технологій в розрізі різних секторів та регіонів.

Засади наукового обґрунтування франчайзингу як прогресивного методу провадження бізнесу заклали Г. Дж. Болт, Ю. Бондаренко, Дж. Еванс, Б. Карлоф, Д. Кауфман, Я. Корнаї, Дж. Стігліц, поглибили та доповнили М. Вудроу, В. Довгань, Д. Клейн, Р. Мартін, М. Мендельсон, А. Мінклер, Д. Норт, І. Рикова, Дж. Філдінг, Дж. Хенсон та ін.

Вагомий внесок у розвиток проблеми франчайзингу зробили українські вчені О. Кузьмін, Д. Баюра, О. Білорус, В. Будкін, І. Бураковський, Л. Гальперіна,

Н. Грущинська, М. Дудченко, Н. Комар, А. Кредісов, Д. Лук'яненко, В. Новицький, Є. Панченко, Ю. Пахомов, О. Плотніков, А. Поручник, А. Румянцев, С. Сіденко, Ю. Спекторов, О. Трушенко, А. Філіпенко, Ю. Федунь та інші. Засади екологічного франчайзингу обґрунтовано у роботах І. Ілляшенко.

Метою статті є виокремлення та аналіз франчайзингу як чинника впливу на трансфер технологій для розвитку країни у глобалізованій системі світогосподарських зв'язків. Актуальність статті підсилюється відносно недавньою появою франчайзингу на українському ринку, недостатньою кількістю проведених досліджень на вказану тематику вітчизняними вченими та необхідністю збільшення науково-технічного потенціалу нашої держави в якнайкоротші терміни для забезпечення гідного становища на світовому ринку.

Виклад основного матеріалу. Сьогодні жодна держава світу не може займати провідне місце на міжнародному ринку без використання передових технологій та без розвитку науково-технічного і виробничого співробітництва. Світовий ринок технологій розвивається найінтенсивніше та значно краще, ніж національні, за темпами розвитку технічний обмін бере гору над міжнародною торгівлею товарами та переміщенням капіталів. Саме залучення країни до співробітництва у сфері розроблення та поширення технологій є надзвичайно важливим. Однією із найпоширеніших форм передачі та купівлі технологій є франчайзинг. Суть сучасної системи франчайзингу полягає в тому, що франчайзер надає окремим франчайзі певні права і, своєю чергою, зобов'язує діяти відповідно до його концепції. Згідно з угодою, укладеною у письмовій формі, франчайзі отримує від франчайзера право на використання його імені, торговельної марки, промислових зразків і прав інтелектуальної власності, можливість застосовувати його методи провадження бізнесу, а також отримувати його постійну технічну допомогу [3].

Франчайзинг є найбільш демократичним інструментом провадження бізнесу, адже, розвиваючи власну франчайзингову мережу, франчайзер несе на нові ринки та території не лише власну торгову марку та методи виробництва, а й високі норми та стандарти, яким відповідають його товари, а екологічний франчайзинг є одним з інструментів формування еколого-інноваційного розвитку глобальної економіки. Франчайзинг відкриває широкі можливості для розвитку не тільки малого та середнього бізнесу, а й для економіки країни загалом, тому подальші наукові розробки повинні стосуватися насамперед пошуку шляхів, методів та інструментів залучення новітніх технологій та інновацій, особливо екологічно сприятливих. Потрібно наголосити, що франчайзинг – це дуже зручний спосіб виходу на закордонний ринок, за якого підприємство стає елементом великої корпорації з відомим товарним знаком, логотипом, визнаним рівнем менеджменту, ексклюзивною технологією та обладнанням, якісною продукцією і високим рівнем обслуговування. Міжнародний франчайзинг дає змогу франчайзеру бути присутнім на багатьох ринках без додаткових витрат. Однією з основних переваг такої стратегії є висока швидкість створення мережі франшиз в одній чи декількох країнах, а також сприятливі умови для входження як на невеликі, так і на великі

ринки. Таким чином, франчайзинг впливає не лише на формування єдиного ринку ЄС, а і на інтеграцію до нього країн-сусідів.

Франчайзинг широко поширений як серед розвинутих країн, так і серед країн, що розвиваються. Світовим лідером у розвитку франчайзингу є США, далі йдуть європейські франшизи [10]. За даними Міжнародної федерації франчайзингу, у 2017 році європейські франчайзери займали 37% світового ринку [4].

Кількість франшиз і франчайзерів на теренах Європи зростає з кожним роком [4]. За останні роки сформувалося кілька тенденцій, притаманних європейському франчайзингу:

- збільшення франчайзингових підрозділів усередині мережі, тобто дедалі більша кількість франчайзі намагається відкрити якнайбільше точок свого франчайзера;
- посилюється інтернаціоналізація європейського франчайзингу, цьому сприяє не лише вихід певної франчайзингової мережі за межі країни походження, а й набуття країною членства в Європейському Союзі;
- збільшення інтенсивності використання новітніх технологій;
- створення франчайзингових асоціацій у кожній країні Європи.

Найбільш привабливими для розвитку франчайзингу є країни Центральної та Південно-Східної Європи, такі як Польща, Чеська Республіка та Угорщина. Цікаво, що серед країн Центральної та Східної Європи лідером за кількістю франчайзингових брендів є саме Польща. Після вступу Польщі до Європейського Союзу її можливості щодо розвитку власних підприємств за допомогою франчайзингу значно розширилися. Разом зі вступом до ЄС перед польськими франчайзинговими мережами відкрилися широкі можливості виходу на закордонні ринки та збуту власної продукції на теренах спільного ринку [5].

Серед нових економічних механізмів, інструментів і форм, які сприяють вирішенню економічних проблем в Україні, дедалі більшої популярності набуває франчайзинг. У державі помітно зростає кількість франчайзингових точок, з'являються нові франчайзингові мережі. Усе це завдяки тому, що франчайзинг має низку переваг, які дають змогу розширити науково-технологічний потенціал за допомогою залучення новітніх технологій, знизити операційні витрати, зменшити ризики, підвищити ефективність виробничої діяльності, зміцнити конкурентоспроможність економіки загалом, що особливо важливо для України за сучасних умов. Загалом система франчайзингу дає низку переваг, які дають змогу ефективніше організувати бізнес із меншими ризиками та затратами, що підвищує ефективність української економіки загалом. За обмеженого державного фінансування та відсутності продуктивної системи фінансування підприємницької діяльності франчайзинг набуває значення як дієвий інструмент, що забезпечує тісну взаємодію малого і середнього бізнесу. На цьому етапі для українського ринку є важливим досвід європейських франчайзингових мереж, які впроваджують вищі стандарти бізнесу та життя населення, а також підвищують рівень глобалізації та інтернаціоналізації економіки країни. У світовій системі ринкових відносин франчайзинг є

одним із методів розвитку малого та середнього бізнесу, однак в Україні, якщо говорити про франчайзинг як елемент української економіки, він перебуває на стадії розвитку [6].

У сьогоденних реаліях розвиток українського підприємництва, насамперед малого та середнього, ускладнюється підвищеними комерційними ризиками. Реалізація сучасних бізнес-проектів вимагає від підприємця широких знань у сфері управління, маркетингу, реклами та вміння враховувати особливості проекту. Відпрацювання ефективної схеми і методів діловодства в кожній конкретній ситуації вимагає великих матеріальних витрат. Організація бізнесу на умовах франчайзингу істотно знижує ризики для обох сторін франчайзингового бізнесу, оскільки в цьому разі відбувається використання уже відпрацьованого бізнесу, який підтвердив свою ефективність. Таким чином, розвиток франчайзингу може виявитися однією з найбільш ефективних форм підтримки малого і середнього бізнесу в Україні. Підсумовуючи, можна сказати, що, незважаючи на велику кількість перешкод на шляху франчайзингу в Україні, він є дуже перспективним методом провадження бізнесу та має позитивний вплив на вітчизняну економіку. Оскільки Україна перебуває на шляху входження в ринкові відносини та інтеграції до Європейського Союзу, франчайзинг стає ефективним методом провадження бізнесу із використання нових технологій та збільшенням рівня стандартів життя.

Франчайзингова стратегія ведення бізнесу важлива для України у сфері поширення науково-технічного обміну як на рівні країни, так і на рівні фірм та підприємств.

Якщо говорити про державний рівень, то варто відзначити нерівномірний розвиток країн світу у науково-технічному розвитку. Таку нерівність можна пояснити насамперед тим, що кожна країна має різні витрати на науково-технічні роботи і різну мету для їх використання. Для промислово розвинених країн передові технології – це модернізація виробництва та збільшення своїх потужностей, а для країн, що розвиваються, – можливість

подолати відсталість у технологічній сфері та збільшити власне виробництво для забезпечення внутрішнього попиту. Також нерівномірність технологічного розвитку збільшують обсяги коштів, які виділяються на розвиток та імпорт науково-технологічного потенціалу. Усі ці нерівності можна зменшити, поширюючи передові технології за допомогою франчайзингу, який сприяє обміну новими розробками за дуже малий проміжок часу та без залучення великої кількості коштів.

За допомогою франчайзингу можна поширювати науково-технічні розробки, зменшуючи бар'єри й обмеження порівняно з рухом товарів і капіталів. Можна сказати, що здійснюється зовнішня експансія через продаж франшизи за кордон, що є значно легшим, ніж прямий експорт продукції, виробленої за новими технологіями, а також можна обійти митні й інші бар'єри.

Франчайзер, продаючи свою технологію виробництва франчайзі, не втрачає своє монопольне право на використання нових технологій, також це унеможливає витік виробничих секретів. Власник бізнесу часто здійснює додаткові поставки сировини, обладнання та напівфабрикатів, чим створюється можливість збільшення випуску продукції на експорт. Франчайзі, своєю чергою, отримує доступ до нововведень, не витрачаючи кошти на їхнє розроблення.

Висновки. Отже, аналізуючи франчайзинг як чинник науково-технічного обміну, варто зауважити, що він дає полегшений доступ до нововведень високого технічного рівня, а також дає змогу економити кошти на новітніх розробках та дослідно-конструкторських роботах. Також за допомогою франчайзингу у сфері науково-технічного обміну можна зменшити витрати на імпорт, залучити національний капітал, а головне – створити нові робочі місця, що дає беззаперечні переваги для економіки країни. Саме тому, використовуючи франчайзинг як чинник міжнародного науково-технічного обміну, можна говорити про те, що він згладжує технічні відмінності між країнами і дає змогу прискорити процес економічного і соціального розвитку окремих держав.

Список використаних джерел:

1. Dunning J.H. Regions, Globalization, and the Knowledge Economy: Issues Stated / J.H. Dunning // *Regions, Globalization and the Knowledge-Based Economy* / J.H. Dunning (ed.). Oxford University Press, Oxford, 2000. S. 8.
2. Огінок С.В. Становлення франчайзингу як виду економічної діяльності в умовах глобалізації світового господарства / С.В. Огінок // *Вісник Львівського університету. Серія міжнародні відносини*. 2014. Вип. 36. Ч. 1. С. 62–69.
3. Офіційний сайт Федеральної торгової комісії США. URL: <http://www.ftc.gov>.
4. Офіційний сайт Європейської федерації франчайзингу. URL: <http://www.eff-franchise.com>.
5. Рапорт про ринок франчайзингу в Польщі. URL: <http://franchising.ua/stattya/1861/raport-pro-rinok-franchayzingu-polshchi/>.
6. Виноградська А. Франчайзинг – вигідна форма ділового співробітництва / А. Виноградська, О. Шканова // *Ділова панорама*. 2004. № 1. С. 20–23.
7. Оцінка перспективності видів діяльності для використання франчайзингу на основі комплексної оцінки франшизних ризиків / В.І. Анін, А.В. Шпаков, С.В. Федоренко, А.В. Ігнатенко // *Економіка та держава*. 2007. № 7. С. 42–45.
8. Офіційний сайт Асоціації франчайзингу України. URL: <http://www.franchising.org.ua>.
9. Офіційний сайт компанії TRIAPX. URL: <http://www.triarh.com/ua/arts570.html>.
10. Kochel A. Formy międzynarodowego transferu technologii przez korporacje transnarodowe / A. Kochel // *Prace i Materiały «IHZUG»*. 2012. № 31.
11. Main Science and Technology Indicators, Volume 2015 Issue 1, OECD. URL: <http://dx.doi.org/10.1787/mstiv2015-2-en>.
12. Lucas R. On the Mechanics of Economic Development / R. Lucas // *Journal of Monetary Economics*. 1988. nr 22.