

УДК 330.322.4

Пазюра Анна Вадимівна

магістр

Національного технічного університету України

«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

ORCID: 0000-0002-3292-3198

ІМОВІРНІСНИЙ ПІДХІД ДО РІШЕННЯ ЩОДО ПРИДБАННЯ ФРАНШИЗИ

PROBABILITY APPROACH TO THE DECISION ON THE ACQUISITION OF THE FRANCHISE

Анотація. Питання пошуку нових форм організації бізнесу та залучення інвестицій є актуальним, як для вже існуючих так і нових підприємств. Останнім часом в Україні все більш популярною стає така форма інтеграції бізнес-структур, як франчайзинг, яка незважаючи на широке використання у світовій практиці, для вітчизняної економіки залишається порівняно новим явищем. Сучасний стан економіки України вимагає вирішення цілого ряду проблем, що знижують економічну ефективність підприємництва. А саме: необхідність розширення ринку реалізації продукції, виробленої однією фірмою, на широкому, часто, регіональному ринку; потреба залучення фахівців в дилерську мережу великих фірм; складність взаємодії підприємств малого і великого бізнесу; зниження ефективності і скорочення терміну роботи підприємств малого бізнесу. Одним з механізмів подолання цих проблем є франчайзинг, який дозволяє об'єднати переваги малого та великого бізнесу. Це зумовлює актуальність висвітлення основних аспектів процесу впровадження і практики використання франчайзингу, вивчення його специфічних рис, а

також ризиків, пов'язаних з його застосуванням, і перспектив розвитку даної форми бізнесу в Україні. У роботі було змодельовано прибутковість франшизи у сфері послуг та обґрунтовано доцільність придбання такої форми бізнесу для власного заробітку.

Ключові слова: франчайзинг, роялті, франчайзі, франчайзер.

Summary. The question of finding new forms of business organization and attracting investment is urgent for both existing and new businesses. Recently, a form of integration of business structures, such as franchising, has become increasingly popular in Ukraine, which, despite its widespread use in the world, remains a relatively new phenomenon for the domestic economy. The current state of the economy of Ukraine requires solving a number of problems that reduce the economic efficiency of entrepreneurship. Namely: the need to expand the market for the sale of products produced by one firm in a wide, often regional market; the need to involve professionals in the dealer network of large firms; complexity of interaction of small and big business enterprises; reducing the efficiency and shortening the life of small businesses. One of the mechanisms to overcome these problems is franchising, which combines the benefits of small and large businesses. This determines the relevance of the main aspects of the process of implementation and practice of franchising, studying its specific features, as well as the risks associated with its application, and the prospects for the development of this form of business in Ukraine. The work modeled the profitability of the franchise in the field of services and substantiated the feasibility of acquiring this form of business for their own profit.

Key words: franchising, royalties, franchisees, franchisor.

Постановка проблеми. Франчайзинг є однією з найбільш успішних бізнес-моделей в сучасних економічних умовах, оскільки він поєднує ряд переваг при здійсненні торговельної діяльності. Одним з найбільш

значущих переваг франчайзингу є можливість глобалізації бізнесу, причому кожен учасник іноземної франчайзингової системи стає частиною міжнародного ринку і торгівлі, а споживачі, частиною більш високої міжнародної споживчої культури.

Постановка завдання. Отримати економіко-математичну модель отримання вигод франчайзі від придбання франшизи. Дослідити модель при різних ймовірностях отримання додаткового заробітку.

Викладка основного матеріалу дослідження. Франчайзинг є дуже специфічним методом або шляхом поширення товарів чи послуг, який пропонує підприємцям короткий шлях до зростання, оскільки вони отримують готову справу, а для франчайзі - дає можливість швидкого розширення.

Основним принципом функціонування франчайзингової системи є крупне підприємство (франчайзер), яке укладає договір з дрібною самостійною фірмою (франчайзі, оператор) на виробництво і реалізацію чітко визначених видів товарів і послуг, відповідних стандартам якості крупної фірми. Згідно з договором франчайзер передає франчайзі право на користування торговою маркою, устаткування, технологію, ноу-хау, а також надає постійну ділову і професійну допомогу, проводить навчання персоналу, забезпечує рекламу і проведення маркетингових досліджень. Відзначимо, що йдеться, насамперед, про так званий діловий франчайзинг, за якого продавець франшизи пропонує підприємцям використовувати вже перевірену на практиці модель організації власної справи, тобто повністю скопіювати схему ведення бізнесу

Традиційний підхід до вигод, які отримує франчайзі від франчайзингу (можливість отримати додатковий дохід), передбачає, що франчайзі зацікавлений у приєднанні до франчайзингової мережі, якщо:

$$P_{fr} > P_{ind} \quad (1)$$

або, іншими словами,

$$P_{sup} > 0 \quad (2)$$

де P_{fr} - середній дохід франчайзі;

P_{ind} - середній дохід незалежної компанії;

P_{sup} - додатковий дохід, що забезпечується брендом франчайзера, ефективними технологіями та підтримкою менеджера.

Модель, описана в цій роботі (формула (4)), передбачає наступне:

$$V_{fr} = W_{ind}P_{ind} + W_{sup}P_{ind} + W_{sup}P_{sup} \quad (3)$$

де V_{fr} - імовірнісний дохід

P_{ind} - середній загальний дохід незалежного підприємця

W_{ind} - ймовірність заробити дохід P_{ind} незалежним підприємцем.

W_{sup} - додаткова ймовірність заробити дохід завдяки інтелектуальним активам та управлінській підтримці, що надаються франчайзером

P_{sup} - додатковий дохід, отриманий франчайзі завдяки інтелектуальним активам франчайзера (порівняно з доходом, який може заробити незалежний підприємець).

Отже, для прийняття позитивного рішення щодо придбання франшизи потенційний франчайзі повинен бути впевнений у цьому

$$W_{sup}P_{ind} + W_{ind}P_{ind} + W_{sup}P_{sup} > 0 \quad (4)$$

Цікаво, що ця модель уможлиблює ситуацію, яка абсолютно неможлива в рамках традиційного підходу: франчайзі може захотіти приєднатися до мережі, навіть якщо $P_{sup} < 0$. У цьому випадку:

$$(1 - r)(W_{ind}P_{ind} + W_{sup}P_{ind} + W_{ind}|P_{sup}| - W_{sup}|P_{sup}|) > W_{ind}P_{ind} \quad (5)$$

де r - ставка роялті, оголошена франчайзером.

Перетворюємо формулу та отримуємо:

$$W_{sup}(P_{ind} - |P_{sup}|) > W_{ind}(\frac{r}{1-r}P_{ind} + |P_{sup}|) \quad (6)$$

$$P_{ind} > |P_{sup}|, P_{sup} < 0$$

Також можна записати формулу для P_{sup} :

$$|P_{sup}| < |P_{ind}| \left(\frac{W_{sup} - \frac{r}{1-r}W_{ind}}{W_{ind} + W_{sup}} \right) \quad (7)$$

Отже, якщо формули (6-7) дотримуються, то франчайзі може захотіти придбати франшизу, навіть якщо додатковий дохід негативний. Важливо зазначити, що модель з негативним додатковим доходом не є чисто теоретичною: на погано організованих незалежні компанії можуть заробляти гроші, ніж франшизні одиниці, через відсутність правових обмежень. Незалежні компанії не платять податки, не використовують високоякісну продукцію та сировину, вони платять зарплату в конвертах тощо. Але, очевидно, вони ризикують вищим - через цю юридичну недбалість та через те, що їх комерційні та управлінські технології далеко не ідеальні. Франчайзі повинні працювати у повній відповідності до законодавчих вимог, що, природно, зменшує їхні доходи, але вони ризикують менше. Тому на таких ринках бізнесмен цілком може вирішити втратити гроші, але отримати більш безпечний бізнес.

Для розрахунку візьмемо данні з (табл. 1)

Дані для розрахунку моделі

Показник	Позначення	Франшиза №1	Франшиза №2	Франшиза №3
Середній дохід франчайзі	Pfr	100000	170000	210000
Середній дохід незалежної компанії	Pind	75000	140000	180000
Додатковий дохід, що забезпечується брендом франчайзера, ефективними технологіями та підтримкою менеджера	Psup	35000	50000	90000
Ймовірність заробити дохід Pind незалежним підприємцем	Wind	0,4	0,7	0,5
Додаткова ймовірність заробити дохід завдяки інтелектуальним активам та управлінській підтримці, що надаються франчайзером	Wsup	0,5	0,3	0,6
Додатковий дохід, отриманий франчайзі завдяки інтелектуальним активам франчайзера (порівняно з доходом, який може заробити незалежний підприємець).	Ssup	70000	95000	60000
Ставка роялті, оголошена франчайзером	r	0,3	0,1	0,5

Розрахунки для франшизи №1:

$$V_{fr} = W_{ind}P_{ind} + W_{sup}P_{ind} + W_{sup}P_{sup} \\ = 0,4 * 75000 + 0,5 * 75000 + 0,5 * 35000 = 85000$$

З формули (5) маємо, що:

$$44800 > 30000$$

З формули (7) маємо, що:

$$35000 > 27381$$

Розрахунки для франшизи №2:

$$V_{fr} = W_{ind}P_{ind} + W_{sup}P_{ind} + W_{sup}P_{sup} = \\ = 0,7 * 140000 + 0,3 * 140000 + 0,3 * 50000 = 155000$$

З формули (5) маємо, що:

$$144000 > 98000$$

З формули (7) маємо, що:

$$50000 > 31111$$

Розрахунки для франшизи №3:

$$\begin{aligned} V_{fr} &= W_{ind}P_{ind} + W_{sup}P_{ind} + W_{sup}P_{sup} = \\ &= 0,5 * 180000 + 0,6 * 180000 + 0,6 * 90000 = 252000 \end{aligned}$$

З формули (5) маємо, що:

$$94500 > 90000$$

З формули (7) маємо, що:

$$90000 > 16363$$

Можна зробити подібні розрахунки для W_{sup} (вивчити ситуацію, коли $W_{sup} < 0$), але це не має сенсу з точки зору ідеології франчайзингу: франчайзі прагне зменшити свої ризики і готовий зменшити свій дохід, а не навпаки. Отже, повний алгоритм прийняття рішення про придбання франшизи на основі інформації про значення W_{sup} та P_{sup} такий:

якщо $W_{sup} > 0$, $P_{sup} > 0$, то рекомендується придбання цієї франшизи;

якщо $W_{sup} > 0$, $P_{sup} = 0$, то цю франшизу можна придбати (тоді як франчайзі не збільшує свій дохід, він зменшує ризики свого бізнесу);

якщо $W_{sup} = 0$, $P_{sup} > 0$, то цю франшизу можна придбати (але цей випадок менш цікавий для франчайзі);

якщо $W_{sup} = 0$, $P_{sup} = 0$, то цю франшизу купувати не слід;

якщо $P_{sup} < 0$, то цю франшизу слід придбати, якщо виконуються вимоги (6-7);

якщо $W_{sup} < 0$, то цю франшизу купувати не слід

Висновки. У статті розглянуто підходи до вирішення питання придбання франшизи. Розроблена економіко – математична модель для визначення оптимальності придбання франшизи при різних умовах її придбання.

Аналіз моделі проведено в умовах невизначеності даних на попит та ціни. Виведено формули для розрахунку оптимальності придбання франшизи при постійному та нелінійному попиті, з метою дослідження питання отримання додаткового прибутку франчайзі. Розглянуто доцільність придбання франшизи.

Література

1. Душкова М. М. Франчайзинг как современная бизнес-модель торговой деятельности в Болгарии // Вісник соціально-економічних досліджень. 2011. №2(42). С.198–204.
2. Mathewson F., Winter R. The Economics of franchise contracts. *Journal of Law and Economics*. 1985. № 28. P. 503-52.
3. Michael Steven M. Entrepreneurial Signaling to Attract Resources: The Case of Franchising. *Managerial and Decision Economics*. 2009. № 30. P. 405-422.
4. Бедринець М. Д. Франчайзинг: світовий досвід і перспективи розвитку в Україні. *Фінанси України*. 2001. №2. С. 96-104.
5. Бойчук І.В. Доцільність розвитку франчайзингової системи співробітництва в Україні. *Регіональна економіка*. 2001. № 3. С. 251-255.