

ЕФЕКТИВНІСТЬ КООПЕРАЦІЙНИХ ЗВ'ЯЗКІВ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

І. Я. МАКСИМЕНКО

(Запорізький національний технічний університет)

Анотація. Досліджено операції в рамках промислового співробітництва, які пов'язані з виробничою сферою та передбачають особливий вид зустрічних поставок через реалізацію коопераційних видів зв'язків. Визначено мету та завдання коопераційних зв'язків між різними операціями. Встановлено, що ефективними можуть бути операції на давальницькій сировині для постачальника лише в тому випадку, якщо вартість одержаної після переробки продукції на світовому ринку вища за вартість давальницької сировини. Така форма зустрічної торгівлі розвивається і в Україні, переважно її використовують на підприємствах машинобудування. Запропоновано з метою забезпечення ефективних коопераційних зв'язків використовувати особливі форми й види кооперації, які наведено в статті.

Ключові слова: коопераційні зв'язки, промислові підприємства, інвестиції, давальницька сировина.

Кооперація припускає спільні дії в розподілі виробництва продукції, комерційній співпраці, взаємній гарантії ризиків, загального захисту інвестицій і промислових секретів із метою забезпечення ефективної діяльності.

Для підприємств, що проводять комерційні операції як у ролі продавця, так і в ролі покупця, важливими завданнями є забезпечення надійності угоди та зниження комерційного ризику. Дрібні торгові підприємства (і оптові, і роздрібні) не мають довготривалої стабільності. Це пов'язано з нестачею грошових коштів, відсутністю інвестицій, інфляцією і іншими причинами.

Операції в рамках промислового співробітництва пов'язані з виробничою сферою та передбачають особливий вид зустрічних поставок через реалізацію таких видів операцій:

- співробітництво на комерційні основи;
- виробнича кооперація;
- операції з давальницькою сировиною (толінг);
- франчайзинг.

Розглянемо кожний вид операцій окремо.

Угоди про співробітництво на компенсаційній основі включають прості та складні компенсаційні операції.

Прості коопераційні операції передбачають поставку іноземним партнерам на умовах кредиту комплектного обладнання та інжинірингових послуг із подальшим його погашенням виручкою від зустрічної поставки виробленої на цьому обладнанні продукції. Їх виконують із метою:

- створення нових виробництв, нової продукції;
- реконструкції та модернізації потужностей;
- упровадження нових технологій.

Коротко сутність цих операцій можна сформулювати так. Одна країна, використовуючи обладнання, технологію та знання іншої країни, модернізує або будує на своїй території промисловий об'єкт, продукцією якого і буде розраховуватись за наданій компенсаційній операції.

Ціни на продукцію встановлюються твердими та фіксуються щорічно.

Складні компенсаційні операції (глобальні або генеральні) – це довгострокові та великомасштабні компенсаційні операції. Виробниче кооперування – це найтриваліші виробничі та торгові зв'язки між іноземними партнерами та виражається в таким трьох основних формах:

підрядне кооперування; договірна спеціалізація; спільне виробництво.

При підрядному кооперуванні одна зі сторін (замовник) доручає іншій (виконавцю) виконання певної роботи (технологічних операцій, компонентів тощо) відповідно до зумовлених вимог (обсяг, термін, ціна та ін.). В окремих випадках замовник передає замовнику (підряднику) технологію, креслення, специфікації, обладнання та матеріали.

Договірна спеціалізація передбачає розмежування виконання окремих частин і етапів виробничих програм. Вона може бути подетальна та технологічна. Спільне виробництво організовується для здійснення партнерами конкретного економічного проекту щодо вироблення складних видів продукції. Співпраця може починатися з науково-дослідних розробок і закінчуватися збутом, сервісним обслуговуванням спільно виробленої нової продукції. Таке співробітництво може оформлюватися як тимчасове договірне об'єднання юридично самостійних фірм. Коопераційні зв'язки оформляються контрактом або протоколом про здійснення спільного виробництва.

Операції з давальницькою сировиною – це операції з перероблення (оброблення, збагачення чи використання) давальницької сировини (незалежно від кількості замовників і виконавців, а також етапів операцій з перероблення цієї сировини), ввезеної на митну територію України (чи закупленої іноземним замовником за іноземну валюту в Україні), або вивезеної за її межі з метою отримання готової продукції за відповідну плату [1, с. 88].

Операції на давальницьку сировину не є суто коопераційними. Але вони мають ознаки зустрічної торгівлі, бо збалансовані, безвалютні та наперед оцінені. Зобов'язання сторін про поставку сировини й імпорту продукції оформляються одним контрактом із вказівкою вартості сировини й готової продукції. Поставками давальницької сировини покриваються не тільки всі узгоджені витрати переробника, враховуючи витрати на транспортування, виплату мита та інші, але й забезпечується одержання ним запланованого прибутку. З цієї метою в контракті вказуються світові ціни на

сировину, на продукт переробки, фіксується вартість транспортування і переробки.

Давальницька сировина, що ввозиться на митну територію України іноземним замовником, обкладається ввізним митом за ставками Єдиного митного тарифу України, податками та зборами, що справляються у разі ввезення товарів.

Ефективність операції на давальницькій сировині для постачальника може бути лише в тому випадку, якщо вартість одержаної після переробки продукції на світовому ринку вища за вартість давальницької сировини. Така форма зустрічної торгівлі розвивається і в Україні та використовується, у більшості випадків на підприємствах машинобудівної та автомобілебудівної промисловості. Використання цих операцій на вітчизняних підприємствах дозволяє завантажувати робочі місця, дозволяють вижити в умовах кризи та дають можливість одержати відповідний досвід в організації та управлінні виробництвом.

Однак орієнтація у виробництві й торгівлі та на давальницьку схему та довготривале її використання негативно впливає на розвиток національної економіки та національного ринку і самих підприємств-суб'єктів ЗЕД, що беруть участь у цих операціях.

Франчайзинг – термін походить від французького (пільга, привілеї) і означає, що одна компанія (франчайзер) дозволяє іншій організації (франчайзі) використовувати своє широко відоме фірмове ім'я за умови, що франчайзі буде під цим іменем збувати продукцію цієї компанії, одержуючи за це від неї технічну, комерційну й іншу допомогу [2, с. 127].

Також франчайзинг можна трактувати так. Це підприємницька діяльність, за якою на договірній основі одна сторона (франчайзер) зобов'язується передати іншій стороні (франчайзі) за винагороду на визначений термін комплекс виключних прав на використання знака для товарів і послуг, відомого фірмового найменування, послуг, технологічного процесу та (або) спеціалізованого обладнання, ноу-хау, комерційної інформації, що охороняється законом, а також інших передбачених договором об'єктів виключних прав (франшизу).

Франчайзинг є однією із комерційних форм технологічного обміну, ріст популярності якої зумовлений перебудовою структур управління, яка проходить у всьому світі та значним збільшенням кількості малих підприємств.

Великі фірми зацікавлені в передачі ліцензій на використання своїх товарних знаків, оскільки шляхом включення в ліцензійні договори допоміжних умов (про передачу ліцензіатам устаткування і технології виробництва тощо) перетворюють інші підприємства у своєрідні філії, які користуються товарним знаком основного володаря і реалізують його продукцію. Отже, самим франчайзер одержує великі можливості збільшувати збут своїх виробів, не вкладаючи власних коштів в організацію роздрібною торгівлі, тому може швидко проникати на нові ринки.

Франчайзі після укладання угоди із франчайзером одержує дозвіл використовувати ім'я франчайзера, його репутацію, маркетингові технології, експертизу та механізм підтримки. Щоб отримати такі права, франчайзі зобов'язаний:

- сплатити початковий внесок для одержання права на навчання, використання імені, торгового знака тощо;
- сплачувати постійні внески (найчастіше у вигляді частки від обороту) за поточне керівництво та навчання;
- сплачувати внески на цілі маркетингу та збуту (на покриття витрат на рекламу, просування товару, дослідження ринку тощо);
- суворо дотримуватися запропонованих форм і методів роботи, включаючи порядок управління і процедури управління, стандарти якості, уніформу співробітників тощо.

Виокремлюють три типи франчайзингу: виробничий, товарний (торговий), діловий (ліцензійний).

Виробничий франчайзинг – це франчайзинг у виробництві товарів. УВ цьому випадку франчайзер поставляє своїм франчайзі основні елементи або комплектуючі, необхідну технологію, навчає співробітників необхідним навичкам, виконує контроль за додержанням технологічної дисципліни, що зберігає відповідний рівень якості. Ця форма передбачає тісний контакт франчайзера і франчайзі, де-

тальну регламентацію діяльності та високий ступінь відповідальності франчайзі. Найбільш поширена в електронній техніці, харчовій промисловості. Наприклад, «Coca Cola», «Pepsi» продають концентрати місцевим компаніям.

Товарний (торговий) франчайзинг являє собою такий засіб організації справи, при якому франчайзі купують у відомої компанії право на продаж її товарів з її товарним знаком. У товарному франчайзингу також франчайзером може бути виробник товару, що продає готовий продукт або напівфабрикат дилеру-франчайзі. Останній здійснює перепродажне і післяпродажне обслуговування продукції франчайзера і відмовляється від продажу товарів конкурентів. Зазвичай, для товарного франчайзингу характерна вузька спеціалізація франчайзі для реалізації одного виду товару і послуг. Типовою сферою застосування цієї форми контрактних відносин є продаж і обслуговування вантажних і легкових автомобілів, роздрібний продаж нафтопродуктів, безалкогольних напоїв. В наш час франчайзинг у форматі «продукт і торгова марка» становить близько 30 % усіх франчайзингових угод.

Діловий (ліцензійний) франчайзинг є найбільш популярним. Його називають «франчайзинг бізнес формату». Діловий франчайзинг передбачає, що франчайзер, який зацікавлений у поширенні свого товарного знаку, видає франчайзі ліцензії на право відкриття магазинів, кіосків або інших груп магазинів для продажу покупцям наборів товарів і послуг під іменем франчайзера. Такий франчайзинг часто використовується під час експлуатації ресторанів, підприємств громадського харчування швидкого обслуговування тощо. Наприклад, «Макдональдс», сітка магазинів косметичних товарів «Боді шоп».

До основних переваг франчайзингу можна зарахувати:

- збереження у франчайзі статусу юридичної особи та права власності на її майно;
- можливість одержання франчайзі комплексної допомоги від франшизного центру в виборі конкурентоспроможного товару, в поставці технології, техніки, навчання кадрів, у розробці та вдосконаленні ефективних систем управління підприємством;

- можливість одержання невеликим підприємствам підтримки від більш сильних партнерів у разі прохання про надання кредиту в банк або тимчасових труднощів щодо розрахунків із кредиторами. Франчайзер може бути поручителем за свою дочірню фірму;

- наявність у франчайзера та франчайзі безкоштовної взаємної підтримки рекламою і допомоги один одному у разі виконання поставок сировини, компонентів і ін.

У США франчайзингова система забезпечує дуже високу ефективність птахівництва, в Нідерландах і Фінляндії – кооперативи франшизного типу об'єднують частину сільських господарств, у Японії – майже у всіх галузях промисловості.

Існують так звані національні моделі франчайзингу.

В американській моделі основний увага акцентується на тому, що франчайзинг – це система договірних відносин, яка застосовується переважно у сфері розподілу продукції і послуг.

Французька модель франчайзингу майже збігається з американською, проте відмінність полягає у тому, що постійні внески за поточне управління та навчання, а також внески на цілі маркетингу та збуту є фіксованою сумою, а право користування торговою маркою не обмежується терміном дії контракту, закріплюється за одержувачем франшизи назавжди.

Італійська модель франчайзингу передбачає, що франчайзер надає франчайзі виключне

право на виробництво і збут під його торговою маркою певних товарів і послуг на конкретному ринку.

Відповідно до Закону України «Про кооперацію», кооперація базується на основних принципах: добровільності вступу та безперешкодного виходу з кооперативної організації; соціальної справедливості, взаємодопомоги та співробітництва; рівного права голосу під час прийняття рішень (один член кооперативу – один голос); вільного вибору напрямів і видів діяльності; демократичного контролю за діяльністю кооперативних організацій і їх посадових осіб із боку членів кооперативних організацій; безпосередньої участі членів кооперативної організації у її діяльності. Отже, саме дотримання цих принципів забезпечить підприємствам сталі взаємозв'язки з метою підвищення ефективності своєї діяльності.

ЛІТЕРАТУРА

1. Садеков А. А. Инвестиционная привлекательность предприятия (методология и методика оценки) : монографія / А. А. Садеков, Н. А. Лисова ; Донец. гос. ун-т экономики и торговли. – Донецк : ДонГУЭТ, 2001. – 270 с.
2. Сіменко І. В. Якість систем управління підприємствами: методологія, організація, практика : монографія / І. В. Сіменко. – Донецьк : ДонНУЕТ, 2009. – 394 с.

І. Я. Максименко (Запорожский национальный технический университет). **Эффективность кооперационных связей промышленных предприятий.**

Аннотация. Исследованы операции в рамках промышленного сотрудничества, которые связаны с производственной сферой и предусматривают особенный вид встречных поставок через реализацию кооперационных видов связей. Определена цель и задание кооперационных связей между разными операциями. Установлено, что эффективными могут быть операции на давальческом сырье для поставщика лишь в том случае, если стоимость полученной после переработки продукции на мировом рынке выше стоимости давальческого сырья. Такая форма встречной торговли развивается и в Украине и используется, в большинстве случаев, на предприятиях машиностроения. Предложено с целью обеспечения эффективных кооперационных связей использовать особенные формы и виды кооперации, которые приведены в статье.

Ключевые слова: кооперационные связи, промышленные предприятия, инвестиции, давальческое сырье.

I. Y. Maksimenko (Zaporizhzhya National Technical University). **Efficiency of co-operation connections industrial enterprises.**

Summary. Operations within the framework of industrial collaboration, which are related to the productive sphere and foresee the special type of counter deliveries through realization of co-operation types of connections, are investigational. An aim and task of co-operation connections are certain between different operations. It is set that effective there can be operations on goods made on commission for a supplier only in case that cost of the products got after processing in the world market higher costs of goods made on commission. Such form of countertrade develops and in Ukraine and used, in most cases, on the enterprises of engineer. It is suggested, with the aim of providing of effective co-operation connections, to use the special forms and types of co-operation, which over are brought in the article.

Keywords: cooperative relations, industry, investment, raw materials.