

## ФРАНЧАЙЗИНГ ЯК ФОРМА ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

**Васюта Вікторія Борисівна**

к.т.н., доцент

**Хорішко Максим Іванович**

студент

Національний університет Полтавська політехніка

імені Юрія Кондратюка

м. Полтава, Україна

**Анотація:** Розглянуто сутність франчайзингу, його роль у розвитку підприємництва. Виокремлено зовнішні та внутрішні бар'єри розвитку сектору малого та середнього підприємництва. Зазначено основні характеристики такої системи співпраці малих та великих підприємницьких структур із великими компаніями. Особливу увагу приділено основним перевагам та недолікам франшизи для франчайзі та франчайзера.

**Ключові слова:** франчайзинг, франчайзі, франчайзер, підприємництво, розвиток

Франчайзинг – це метод здійснення підприємницької діяльності, за яким потужна, відома фірма надає іншому підприємству або окремому підприємцю право використовувати своє ім'я та товарний знак, виготовляти або продавати її продукцію (надавати послуги) в обмін на зобов'язання виплачувати частку доходу та за умови дотримання технологій виробничих та обслуговуючих операцій.

Розвиток підприємництва в секторі малого та середнього бізнесу тісно пов'язаний із вивільненням приватної ініціативи та інтелектуальної діяльності, яка зосереджується на створенні багатства через синергію правильно поєднаних факторів виробництва.

Воно безпосередньо пов'язане з максимальним використанням

можливостей та уникненням ринкових загроз, реалізацією нових ідей та інновацій, а також готовністю прийняти прорахований ризик.

В результаті цих заходів можна спостерігати не тільки збільшення кількості діючих підприємств, але й більші перспективи розвитку для багатьох мікро, малих і середніх підприємств. Це також призводить до великої кількості позитивних економічних і соціальних ефектів. Однак діяльність компаній сектору та середнього підприємництва обмежена безліччю зовнішніх та внутрішніх бар'єрів розвитку.

Що ще може виникнути в процесі ведення бізнесу? Це дефіцит креативності, відсутність компетенцій або обмеження щодо мотивації ресурсів. У разі виникнення такої ситуації підприємцям слід зосередитися на виявленні та максимальному використанні можливостей, що виникають у результаті застосування різноманітних форм підтримки приватної ініціативи, винахідливості та отримання прибутку.

Однією з таких концепцій є франчайзинг, який є системою продажу товарів, послуг та/або технологій, що діє на основі письмового договору, підписаного між двома юридично, фінансово та фінансово відокремленими та незалежними підприємствами - франчайзером та кожним із його окремих франчайзі, системою за допомогою якого дарувальник надає одержувачу право, водночас накладаючи на нього зобов'язання, вести бізнес відповідно до концепції та бізнес-моделі франчайзера.

**Основними характеристиками системи, визначеної таким чином, є:**

- оригінальність та унікальність перевіреної та стандартизованої бізнес-ідеї, на якій базується концепція;
- бренд, який працює як чинник стимулювання попиту;
- ліцензування пакета прав на виробництво чи права інтелектуальної власності та операційної системи, тобто складається з: ноу-хау, патентів, авторських прав, торгових марок, керівництва з експлуатації, набору розроблених операційних схем і бізнес-процедур;

- підтримка одержувачів, наданої постачальником системи, у безперервний і комплексний спосіб;
- характер мережі співробітництва, що розвивається як частина вертикальної інтеграції між партнерами [1].

Основним недоліком для франчайзерів є те, що франшиза не має прямого контролю над продажем своєї продукції. У результаті його власна добра воля може постраждати, якщо франчайзер не підтримує стандарти якості. Крім того, франчайзі може навіть розповісти секрети франчайзера конкурентам. Франчайзинг також передбачає постійні витрати на обслуговування, допомогу та навчання франчайзера.

Недоліки для франчайзі – це те, що жодна франшиза не має повного контролю над його бізнесом. Він завжди повинен дотримуватися політики та умов франчайзера.

Іншим недоліком є те, що він завжди повинен платити певні роялті франчайзеру на регулярній основі. У деяких випадках йому навіть доведеться ділитися своїм прибутком із франчайзером.

Перевагами для франчайзі є те, що можна використовувати франчайзинг для початку бізнесу під попередньо встановленою маркою франчайзера. В результаті франшиза може передбачити свій успіх і знизити ризики невдачі. Крім того, не потрібно витратити гроші на навчання та допомогу, оскільки це забезпечує франчайзер.

Ще одна перевага полягає в тому, що іноді франчайзі може отримати ексклюзивні права на продаж продукції франчайзера в межах певної території. Франчайзі познайомляться з технікою ведення бізнесу та комерційними секретами брендів. Перевагами для франчайзерів є те, що франчайзинг - це чудовий спосіб розширити бізнес без додаткових витрат. Це пояснюється тим, що всі витрати з продажу несе франшиза.

Крім того, це також сприяє створенню бренду, збільшенню доброї волі та охопленню більшої кількості клієнтів.[2]

## СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Grzelak, K., & Matejun, M. (2013). Franchising as a Concept of Entrepreneurship Development in the SME Sector, In M. Matejun & A. Walecka (Eds.), Modern Entrepreneurship in Business Practice: Selected Issues (pp. 47-61). Lodz: Lodz University of Technology Press. URL: <https://www.researchgate.net/publication/283153053> Franchising as a Concept of Entrepreneurship Development in the SME Sector
2. Бондаренко Н. М. Франчайзинговий бізнес: переваги та недоліки. URL: [http://www.rusnauka.com/12\\_KPSN\\_2010/Economics/63675.doc.htm](http://www.rusnauka.com/12_KPSN_2010/Economics/63675.doc.htm)