

ФРАНЧАЙЗИНГ ЯК ОСОБЛИВА ФОРМА ОРГАНІЗАЦІЇ БІЗНЕСУ

ст. викладач **Бурлакова І.М.**, студент гр. МК-21 **Тесленко Л.А.**

Розвиток малого та середнього бізнесу дуже ускладнюється в умовах, що склалися на території України: проблеми з кредитуванням, фінансуванням і страхуванням підприємницької діяльності. Все більше підприємств застосовують франчайзинг, щоб не втратити своїх позицій на ринку. Це найдієвіший спосіб, сутність якого полягає в переданні однією фірмою (франчайзером) іншій (франчайзі) за визначену плату права на користування пакетом послуг.

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

Виділяють три типи франчайзингу:

1. Торговий (товарний франчайзинг) – це франчайзинг в сфері торгівлі на продаж готового товару.

2. Франчайзинг «бізнес-формату». Франшизер передає ліцензію фізичним або юридичним особам на право відкриття мережі закладів (або магазинів) для продажу товарів та послуг під іменем франшизера. Класичний приклад – готельно-ресторанний бізнес.

3. Виробничий франчайзинг – це франчайзинг на виробництво товарів. Класичний приклад – виробництво безалкогольних напоїв з використанням концентратів та технологій відомої компанії «Кока-Кола».

В Україні практикуються різні види франчайзингових відносин. Найбільш розвиненим є виробничий франчайзинг. За такою схемою працюють основні виробники прохолодних напоїв (Coca Cola, Pepsi), компанії з виробництва продуктів харчування (Mars, Nestle, Danone), компанії з виробництва косметики й побутової хімії (Ненсо, J&J, Procter & Gamble). Найпопулярнішим є ліцензійний франчайзинг. До сфери торговельного франчайзингу можна віднести будь-якого виробника, що має товар, захищений торговельною маркою. Усі франчайзингові компанії, що працюють в Україні, є представниками іноземного франчайзингу. Прикладів внутрішнього українського франчайзингу поки що немає. На цьому етапі вітчизняним підприємствам слід детально та поглиблено вивчати досвід інших фірм, в тому числі іноземних, із застосування франчайзингових відносин та враховувати особливості економіки України.

Франчайзингова система відносин між великими і малими підприємствами володіє рядом переваг: підвищується ступінь виживання малих підприємств, що працюють на основі франчайзингу, так як вони спираються на досвід і підтримку великого бізнесу і працюють на вже освоєних їм сегментах ринку, а великі компанії можуть досягти своїх поставлених цілей шляхом зниження ризику і своїх витрат; можливість швидкого створення широкої мережі малих підприємств, що діють в сфері торгівлі та послуг, що веде до таких позитивних ефектів, як зниження безробіття, максимальне задоволення потреб населення в товарах і послугах, поповнення держбюджету, франчайзинг процвітає й тому, що в ньому поєднується стимул особистого володіння з управлінською і технічною майстерністю великого бізнесу. Для підприємців франчайзинг пропонує короткий шлях до зростання, так як вони отримують готову справу. Для франчайзі франчайзинг дає можливість швидкого розширення. Франчайзі зростає, дозволяючи підприємцям

фінансувати його зростання через продаж франшиз. Таким чином, франчайзинг являє собою найбільш сприятливу форму для підприємців-початківців.

Як показує світовий досвід, франчайзинг найбільш інтенсивно розвивається в тих країнах і сферах бізнесу, де існує можливість домогтися максимального охоплення території і, отже, істотного зростання прибутку. Привабливість цього бізнесу для кандидатів у франчайзі підтверджується статистикою Міжнародної асоціації франчайзингу. У середньому, більше 85 % незалежних малих підприємств з різних причин закінчують своє існування протягом п'яти років, а в системі франчайзингу – лише 14 %. В США нова франчайзингова точка реєструється кожні 8 хвилин робочого дня, число великих франчайзингових мереж перевищило 1500 в більше 75 сферах бізнесу при середній щільності в 230 франчайзингових точок на одного франчайзера.

Франчайзинг є вигідним як для малого, так і для великого бізнесу. Однак слід враховувати, що франчайзинг не є універсальним методом вирішення всіх проблем для будь-якої компанії. Франчайзі можуть стати тільки найбільш успішні компанії, яких в Україні небагато. Даний фактор створює передумови для розвитку вітчизняних, національних мереж, що діють на основі франчайзингу.

Франчайзинг – це найкраща можливість організувати дуже надійну власну справу для дрібного підприємця, бізнесмена, навіть для людини, яка ніколи не займалася бізнесом. Стимулюючи розвиток франчайзингових мереж держава може значно прискорити формування загальноекономічної інфраструктури розвитку малого і великого підприємництва в Україні.

Економічні проблеми сталого розвитку : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої пам'яті проф. Балацького О.Ф., м. Суми, 6-8 травня 2014 р.: у 2-х т. / За заг. ред.: О.В. Прокопенко, О.В. Люльова. - Суми : СумДУ, 2014. - Т.2. - С. 24-26.