

Д.С. Бутенко, к.е.н., доцент
Харківський національний економічний університет імені
Семена Кузнеця

ФРАНЧАЙЗИНГ – ФОРМА ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Забезпечення розвитку вітчизняного підприємництва залежить від пошуку нових видів підприємницької діяльності. Зарубіжний досвід розвинених країн підказує, що таким видом може виступати франчайзинг. Так, наприклад, в США – 80% компаній використовують таку форму підприємництва у понад 75 видів економічної діяльності, та є безумовним лідером в світі. Також франчайзинг активно використовують в таких країнах, як Канада, Корея, Японія, Австралія. 67% підприємців розвинутих європейських держав – Німеччини, Франції, Великобританії використовують франчайзинг, як форму підприємницької діяльності. А за даними [2] у 2019 р. найпоширенішими сферами економічної діяльності є: заклади харчування (фаст-фуди) (20%), роздрібна торгівля (15%), сфера послуг (12%), автомобільні перевезення та обслуговування (8%), будівництво (7%).

Історія розвитку франчайзингу, як форми ведення підприємницької діяльності починається в середньорічній Англії, де бізнесменам видавали франшизу у виді дозволу на продаж товарів на певній території. Сьогодні франчайзинг являє собою новий вид підприємницької діяльності, що передбачає довгострокове співробітництво між франчайзером (продавцем) та франчайзі (покупцем), що діють за законами франчайзингової угоди (франшизи).

Під франчайзером (від англ. franchiser) – розуміють велику компанію, яка зареєстрована як суб'єкт підприємницької діяльності, які є власником виключних прав на об'єкти інтелектуальної власності (технології, ноу-хау), мають торгову марку та певний імідж на споживчому ринку та надає на певний строк і на визначених умовах ліцензію (франшизу) юридичним особам, індивідуальним підприємцям або їх групам на використання її торгової марки в комерційній діяльності.

Франчайзі (від англ. franchisee) – це суб’єкт підприємницької діяльності, що купує у франчайзера на певний строк і на визначених умовах комплекс виключних прав (франшизу) на ведення комерційної діяльності з використанням торгової марки і технології франчайзера.

Франчайзингова угода – договір про плату за право використання покупцем торгівельної (торгової) марки (фірмового товарного знаку) продавця, у т.ч. право використання в комплексі фірмових технологій, ланцюжка необхідного технологічного устаткування, оформлення готової продукції та системи передпродажної підготовки і післяпродажного обслуговування. [1]

Зміст франчайзингу представлено на рис. 1.

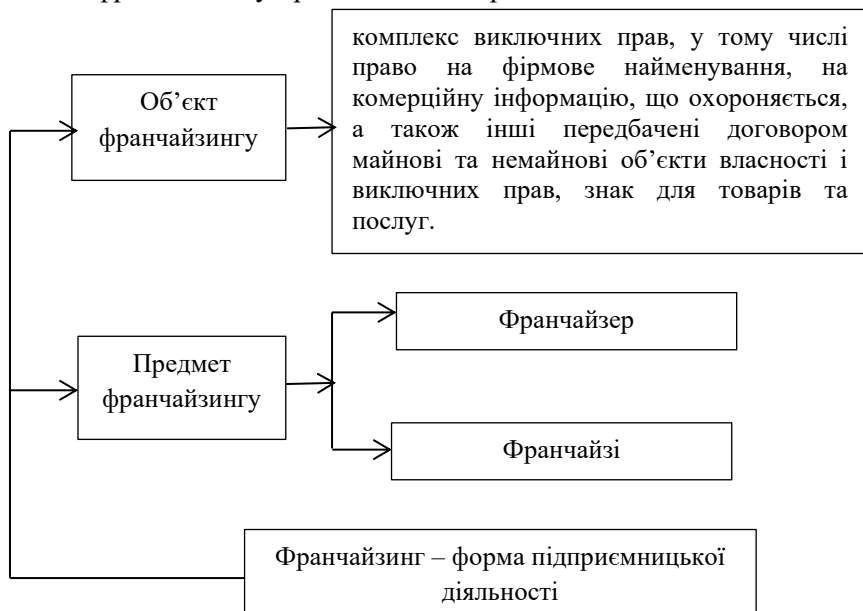


Рис. 1. Об’єкт і предмет франчайзингу (складено за даними [3])

Ситуація в Україні з розвитком франчайзингу лише набирає обертів, рис. 2. Так, згідно статистичних даних лише 23% використовують франчайзинг в підприємництві. Основними напрями діяльності є ритейл, громадське харчування та споживчі послуги.

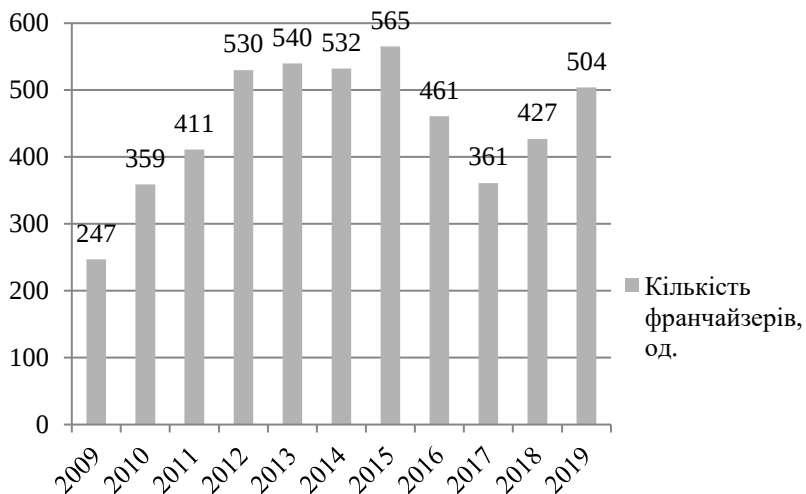


Рис. 2. Динаміка кількості франчазерів в Україні (складено за даними [2])

Отже, динаміка кількості франчайзерів свідчить, що зазначена форма бізнесу поступово набирає обертів. Така тенденція буде прискорена, якщо обізнаність підприємців буде зростати, як і вітчизняна економіка. Ефективність підприємницької ідеї залежить від супутніх ризиків, тому їх нівелювання стає першочерговою задачею. Саме тому доцільно обирати франчайзинг, як форму підприємництва, бо зобов'язує франчайзера надавати франчайзі допомогу при веденні бізнесу (в організації підприємницької діяльності, навчанні персоналу, забезпечення певного рівня обсягів реалізації тощо).

Список літератури

1. Менеджмент: понятійно-термінологічний словник / Г.В. Щокін, М.Ф. Головатий, О.В. Антонюк, В.П. Сладкевич. – К. : МАУП, 2007. – 744 с.
2. Офіційний сайт Франчайзинг груп Україна. – Режим доступу : <https://franchisegroup.com.ua/contacts/>
3. Підприємництво, торгівля та біржова діяльність: підручник / за заг. ред. І. М. Сотник, Л. М. Таранюка. – Суми : ВТД «Університетська книга», 2018. – 572 с.