

## ВІДНОСИНИ У ФРАНЧАЙЗИНГОВОМУ БІЗНЕСІ: КАТЕГОРІЙНО-ПОНЯТІЙНИЙ АПАРАТ ДЛЯ ПОТРЕБ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ

На сьогодні франчайзинг є однією з найбільш ефективних і прогресивних бізнес-моделей у світі, яка надає можливість успішно розвивати малий і середній бізнес.

Взаємодія сторін франчайзингової форми співпраці носить назву франчайзингових відносин (або відносин франчайзингу), основні елементи яких наведено в таблиці 1.

*Таблиця 1. Основні елементи франчайзингових відносин*

| Елемент                                                                                                                         | Характеристика                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Об'єкт франчайзингу</b>                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| Франшиза                                                                                                                        | Право здійснення певного виду діяльності з використанням торгової марки, технологій, ноу-хау, інших об'єктів інтелектуальної власності іншого суб'єкта (франчайзера) на умовах передбачених договором франчайзингу                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <b>Суб'єкти франчайзингу (суб'єкт, який надає франшизу, називається «франчайзер», а суб'єкт, який її отримує – «франчайзі»)</b> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| Франчайзер                                                                                                                      | Суб'єкт підприємницької діяльності, який володіє успішним бізнесом, відомою на ринку торговою маркою, особливими технологіями виробництва продукції (виконання робіт, надання послуг), апробованими на практиці способами ведення підприємницької діяльності, іншими об'єктами інтелектуальної власності, і за певну винагорода надає іншій стороні (франчайзі), право діяти на певній території на попередньо узгоджених умовах і на протязі обумовленого терміну від імені франчайзера і під його торговою маркою [1, с. 14] |
| Франчайзі                                                                                                                       | Суб'єкт підприємницької діяльності, який, як правило, є малим підприємством або підприємцем (юридичною або фізичною особою), і набуває у франчайзера виняткове право на ведення комерційної діяльності від його імені і під його торговою маркою з використанням його об'єктів інтелектуальної власності [3, с. 306]                                                                                                                                                                                                           |
| <b>Платіж за користування франшизою – франчайзингова винагорода</b>                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| Паушальний платіж                                                                                                               | Разова винагорода франчайзеру у вигляді певної і зафіксованої в договорі суми, яка встановлюється, виходячи з оцінки можливого економічного ефекту                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| Роялті                                                                                                                          | Періодичні платежі франчайзі на користь франчайзера за використання його об'єктів права інтелектуальної власності                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |

Всі нюанси франчайзингових відносин регулюються шляхом укладення франчайзингового договору – договору комерційної концесії, за яким одна сторона (правовласник) передає другій стороні (користувачеві) за відповідну плату і на певний

або невизначений термін права на використання фірмового найменування, на комерційну інформацію, на товарний знак, знак обслуговування тощо.

Варто відзначити, що в одній франчайзинговій системі можуть діяти декілька франчайзі, проте франчайзер в системі завжди один.

Наслідком взаємин між франчайзером і численними франчайзі є поява на ринку мережі однотипних підприємств, подібних між собою як з точки зору їх зовнішнього оформлення, так і способами ведення підприємницької діяльності. Подібні підприємства формують мережу франчайзингу або мережу франчайзингових підприємств, в якій успішне функціонування кожного окремо, і всіх підприємств разом, позитивно впливає на створення і подальший розвиток ділової репутації всієї франчайзингової системи [5].

Франчайзингова система – це організаційна структура в сфері франчайзингового бізнесу, що складається з компанії-франчайзера на чолі структури і мережі франчайзингових підприємств (франчайзі), які знаходяться під її контролем [2, с. 27].

Більш широким в порівнянні з поняттям франшизи, є поняття франчайзингового пакета, що передбачає сукупність документів щодо всіх послуг, які надаються франчайзером франчайзі для успішного ведення бізнесу відповідно до франчайзингового договору.

Франчайзинговий пакет, зазвичай, складається з повної концепції бізнесу, розписаної і роз'ясненої до останньої найдрібнішої деталі; торгової марки, ноу-хау та інших об'єктів інтелектуальної власності; системи підготовки і навчання кадрів і консультаційних послуг для відкриття бізнесу (консалтингу); системи організації виробництва, маркетингу, управління якістю продукції і послуг, кадрами, фінансами; зразків дизайну для оформлення приміщень, транспорту, а також зразків одягу персоналу; системи обліку і звітності; докладного контракту [4].

Узагальнюючи вищезазначене, можна стверджувати, що франчайзинговий пакет – це повна система ведення бізнесу, яка передається франчайзером франчайзі, і дозволяє підприємцю вести свій бізнес успішно, навіть не маючи досвіду, знань або навичок у даній сфері.

Таким чином, правильне розуміння сутності основних понять категорійного апарату франчайзингових відносин є передумовою більш глибокого усвідомлення особливостей франчайзингового бізнесу. Разом з тим, ефективна реалізація зазначених відносин неможлива без наявності достатнього обсягу інформації, основним джерелом якої є система бухгалтерського обліку.

## **Список використаної літератури:**

1. Житная И.П. Учетно-правовые проблемы франчайзинга в Украине / И.П. Житная, М.Ю. Манухина // Научные труды Кировоградского национального технического университета: Экономические науки, вып. 7, часть II. – Кировоград: КНТУ, 2005. – 528 с.
2. Колесников В. Построение франчайзингового бизнеса: курс для правообладателей и пользователей франшиз / В. Колесников. – Спб.: Питер, 2008. – 288 с.

3. Мавриду В.Ю. Теоретические и практические аспекты франчайзинга / В.Ю. Мавриду // Научно-технический сборник. – № 37. – 2006. – с. 303-313
4. Осецький В.Л. Франчайзингові відносини як форма організації та ведення бізнесу / В.Л. Осецький // Наук. вісник Академії муніципального управління: Зб. наук. праць. – Серія «Економіка». – Вип.7. – 2009. – С.13-18
5. Цират А. Франчайзинг и франчайзинговый договор: Учеб.-практ. пособ. / А. Цират. – К.: Истина, 2002. – 240 с.