

ОСОБЛИВОСТІ ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ «ФРАНЧАЙЗИНГ» В УКРАЇНІ

Поняття франчайзингу з кожним роком набирає все більше популярності в Україні, адже не тільки бізнесмени чи підприємці стикаються з франшизами, але й звичайні люди, відвідуючи кожного дня кав'ярні, магазини одягу, супермаркети та багато інших. Більшість з цих закладів відкриваються саме за такою бізнес-моделлю, адже це один з найпопулярніших та рентабельних напрямків у бізнесі.

Проаналізувавши нормативно – правову базу щодо поняття «франчайзингу» ми не виявили єдиного підходу до трактування даного визначення, також у науковій літературі однозначного тлумачення немає, відповідно до табл. 1, яка була описана та складена Кіречук З.В.[2].

Таблиця 1. Тлумачення поняття «франчайзинг»

Автор	Трактування
Андрошук Г., Денисюк В.	Франчайзинг – угода, при якій виробник або одноосібний розповсюджувач продукції чи послуг, які захищені товарним знаком, дає ексклюзивні права на розповсюдження на певній території своєї продукції або послуг незалежним підприємцям роздрібним торговцям) в обмін на отримання від них платежів (роялті) за умови дотримання технологій виробничих та обслуговуючих операцій.
Винogradська А.	Франчайзинг — спосіб доставки продукції та послуг споживачеві...форма організації і здійснення підприємницької діяльності на основі кооперації матеріальних і фінансових ресурсів і зусиль різних підприємств.
Довгань В., Сосна С., Васильєва Е.	Франчайзинг – особливий метод або спосіб комерційної діяльності, коли індивідуальний підприємець або невелике комерційне підприємство домовляється із великим підприємством, яке є добре відомим і має хорошу репутацію на національному та міжнародному ринках, про те, що цей підприємець (чи підприємство) буде вести комерційні операції під іменем цієї фірми чи під торговою маркою, або надавати свої послуги підфірмовим знаком обслуговування.
Корольчук О.	Франчайзинг як економічна категорія характеризує систему економічних відносин розподілу товарів, що захищені торговельною маркою і полягають у переданні ексклюзивного права на розподіл на певній території своєї продукції або послуг незалежним підприємцям (роздрібним торговцям) в обмін на отримання від них платежів за умови дотримання технологій виробничих і обслуговуючих операцій.
Мавриду В.	Франчайзинг – форма господарської інтеграції малого та крупного бізнесу, що заснована на довгостроковому співробітництві двох або декількох незалежних господарюючих суб'єктів, при якій крупна компанія (франчайзер) надає на платних умовах індивідуальному підприємцеві або групі підприємців (франчайзі) право використовувати у підприємницькій діяльності комплекс виключних прав, а також здійснює технічну, маркетингову та консультативну підтримку протягом терміну дії договору франчайзингу.
Рикова І.	Франчайзинг – форма господарської інтеграції бізнесу, при якому одна компанія (франчайзер) продає іншій компанії, яка є юридично самостійною (франчайзі), право виступати під своєю торговою маркою, використовувати ноу-хау, виробничу систему і бізнес-технології.
Сілінг С.	Франчайзинг — це підприємницька діяльність у формі довгострокового ділового співробітництва, в процесі якого велика компанія-франчайзер (правоволоділець) надає юридичній або фізичній особі — франчайзі (користувачам) ліцензію (франшизу) на виробництво продукції, торгівлю товарами або надання послуг під своєю торговою маркою чи комерційним позначенням на обмеженій території на термін і на умовах, визначених договором франчайзингу.
Німецька асоціація франчайзингу	Франчайзинг – це система збуту, яка базується на партнерстві, в якому франчайзер передає за винагороду право франчайзі продавати продукцію або надавати послуги від його імені і характеризується загальною програмою системи виконань партнерами для забезпечення єдиної поведінки.
Французька федерація франчайзингу	Франчайзинг(франшиза) – це співпраця між підприємством – франчайзером і одним або декількома підприємствами - франчайзі, у результаті якої підприємство-франчайзер розпоряджається товарним знаком, знаком обслуговування, вивіскою, ноу-хау, які франчайзі повинен використовувати шляхом однакової експлуатації під контролем франчайзера.
Європейська федерація франчайзингу (Кодекс етичної поведінки)	Франчайзинг – це система збуту товарів і/чи послуг і/чи технології, яка заснована на тісних та довготривалих відносинах між юридично і фінансово незалежними підприємцями, франчайзером та індивідуальним франчайзі, в якій франчайзер надає франчайзі право та накладає обов'язки вести підприємницьку діяльність у відповідності із концепцією франчайзера. Право зобов'язує та дає можливість франчайзі в обмін на пряме чи опосередковану винагороду, використовувати торгову назву і/чи торгову марку і/чи марку для послуг, ноу-хау, ділові і технічні методи та інші права промислової і/чи інтелектуальної власності, які супроводжуються довготривалою комерційною та технічною допомогою в рамках структури і термінів письмового франчайзингового договору.

Як видно з табл. 1, кожен автор розуміє та тлумачить поняття «франчайзингу» за власними переконаннями, підсумувавши, ми вважаємо, що дефініція поняття «франчайзинг» – це тип партнерства, коли одна сторона (франчайзер) передає певне право на бізнес іншій стороні (франчайзі) за плату (паушальний внесок), разом з готовою розробленою бізнес – моделлю, власним брендом або товарним знаком.

Франчайзингових підприємств стає все більше, ця модель використовується приблизно у 120 країнах, тому цей напрямок бізнесу стає популярним не тільки у світі, але й в Україні, відсоток франчайзингових підприємств складає ліву частку у галузевій структурі (див. рис.1).

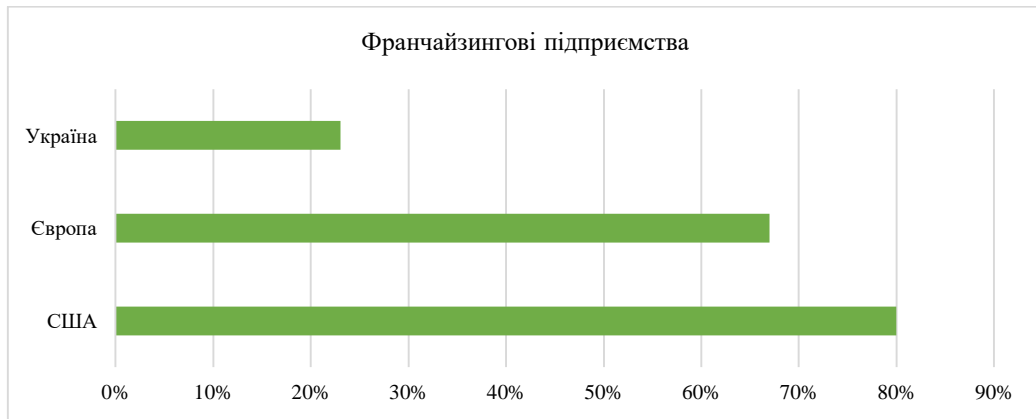


Рис.1 Структура франчайзингових підприємств

Франчайзинг в Україні представлений такими основними галузями як:

- Громадське харчування;
- Рітейл;
- Споживчі послуги.

За даними Franchise Group найбільшу кількість франчайзингових об'єктів в Україні в 2020 році склали споживчі послуги – 16 168 одиниць, а найменшу – послуги рітейлу – 5751 об'єктів та громадське харчування склали – 6660 одиниць [1].

З стрімким розвитком підприємницької діяльності зростає конкуренція, що спричиняє підвищення підприємницького ризику, це надає розвитку франчайзингу велику перевагу, адже таким чином франчайзі отримує готовий бізнес план, впізнаваний бренд та усі можливості для успішного ведення бізнесу.

Перевагами франчайзингу є:

1) Франчайзі отримує бізнес-модель, за якою не потрібно продумувати всі тонкощі та ідею бізнесу, що допомагає зменшити ризики пов'язані з відкриттям.

2) Добре впізнаваний бренд надає швидкий старт та впевненість споживачів у даній продукції або послугі.

3) Контроль з боку франчайзера дозволяє не збанкрутіти і не закрити свій бізнес, адже обидві сторони зацікавлені в отриманні прибутку та успішної діяльності, франчайзер має певний досвід та багаж знань, що допомагає уникнути помилок.

4) Підтримка франчайзі у вигляді надання різниці кредитів, позик, матеріалів і сировини в розстрочку, отримання основних засобів у лізинг або оплати частинами.

5) Розширення кількості закладів, що допомагає популяризувати даний бренд та його впізнаваність.

В свою чергу можна виділити такі недоліки:

1) Значні капіталовкладення у вигляді паушального внеску, роялті, витрат на рекламу та ін.

2) Залежність від умов договору та тотальний контроль.

3) Обмеженість асортименту товарів або послуг та обмеження з боку закупівель товарів.

4) Складність розриву відносин між франчайзі та франчайзером.

5) Загроза закриття бізнесу, через інших франчайзі, які неефективно працюють та підривають довіру клієнтів щодо якості реалізації продукції або послуги.

Виходячи, з наведених переваг та недоліків, можна зробити висновок, що у підприємства виникають як привілеї з боку ведення бізнесу за франчайзинговою моделлю, так і низка ризиків, яка може привести до провалу. Франчайзі може покладатися на повну підтримку материнської компанії при організації та розвитку виробничої та комерційної діяльності. Франчайзер розширює свій ринковий вплив та завойовує додаткові позиції в конкурентній боротьбі. Тому така модель бізнесу є досить успішною, перспективною та прибутковою.

Список використаних літературних джерел:

1. Основні показники [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://rau.ua/novyni/ukrayini-rynok-franchajzingu/>.

Теоретичні засади франчайзингу [Електронний ресурс] / Кіричук З.В – Режим доступу до ресурсу: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/36053/18-Kiruchyk.pdf?sequence=1>.