

## ФРАНЧАЙЗИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ

Студ. Меркулова Д.Д.

Наук. керівник доцент Геселева Н.В.

Київський національний університет технологій та дизайну

На даний момент все більше економістів сходяться на думці, що франчайзинг є дуже ефективним засобом ведення бізнесу.

Франчайзинг є видом документально оформленої домовленості між юридичними та фізичними особами, при якій одна сторона, що володіє певним брендом, бізнесом, ноу-хау, технологією, і т.д., надає іншій стороні право на користування ними за певних умов. При цьому окрім прав на користування компанія отримує право на навчання персоналу необхідній технології та допомогу в діяльності в цілому.

Компанію, що є безпосередньо власником бізнесу, називають франчайзером. Особа чи організація, яка купляє права – франчайзі. Серед умов, які майже завжди висувають франчайзери, є дотримання певних технологій виробництва чи обслуговування. Цю умову легко пояснити необхідністю компанії залишати якість товарів та послуг на звичному рівні, підтримувати власну репутацію та підстрахуватися від ризику втрати авторитету через недоброякісних користувачів франшизи. Орім цього, франчайзі має використовувати у своїй діяльності визначений товарний знак.

Серед видів франчайзингу виділяють наступні:

- Діловий. При такому договорі франчайзер, наприклад, надає право відкрити супермаркет чи магазин в якості частини великої мережі. Під його торговою маркою франчайзі можуть продавати товари чи послуги покупцям.
- Товарний. Полягає у договорі, наприклад, між виробником певного товару чи напів-фабрикату та франчайзі про дозвіл останньому продавати виріб кінцевому споживачу та організувати післяпродажне обслуговування. При цьому покупець франшизи як правило зобов'язується відмовитися від продажу товарів конкурентів.
- Виробничий. Під час здійснення даного договору, наприклад, компанія виробник певного товару зобов'язується забезпечувати покупця напів-фабрикатами для виробництва певного товару. Найкращим прикладом можуть слугувати CocaCola та Pepsi, представники яких постачають для франчайзі сиропи, які вони використовуватимуть у виробництві продукції.

Компанії, які частіше за все стають франшизами в Україні – це фаст-фуд, готелі, туристичні агенції, заправки, мережі супермаркетів та виробників солодких напоїв.

Серед основних принципів, які необхідні для успішного розвитку франчайзингу є приділення уваги взаємовідносинам франчайзі з франчайзером. З боку власника франчайзингу є важливою підтримка франчайзі у веденні бізнесу. Отримувачу ж франчайзингу найважливіше прийняти основні принципи роботи з отриманою системою.

Отже, можемо зробити висновок, що франчайзинг є дійсно вигідним видом співпраці як для франчайзі, так і для франчайзера. У випадку першого – це можливість отримати прибуток завдяки вже перевіреному роками бізнесу чи технології. А останній зможе розширити цільовий ринок, збільшити кількість постійних клієнтів і отримати прибуток, при цьому не ризикуючи власним капіталом.