

ФРАНЧАЙЗИНГ ЯК ФАКТОР РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН

Новий економічний механізм, такий як франчайзинг є одним з не багатьох відомих інструментів, що дозволяє підвищити ефективність малого бізнесу, а також дає можливість об'єднати переваги малого та великого бізнесу.

Франчайзинг – це спосіб доставки продукції та послуг споживачеві, форма організації і здійснення підприємницької діяльності на основі кооперації матеріальних та фінансових ресурсів і зусиль різних підприємств. Франчайзинг може також розглядатися як угода, при якій виробник або одноосібний розповсюджувач продукції чи послуги, яка захищена товарним знаком, дає ексклюзивні права на розповсюдження на певній території своєї продукції або послуг незалежним підприємцям в обмін на отримання від них платежів (роялті) за умови дотримання технологій виробничих та обслуговуючих операцій.

Франчайзингові відносини забезпечують мінімальні ризики для учасників. Франчайзер не несе безпосередніх витрат, отже, не ризикує грошима. Ця обставина приваблює великі фірми виходити на ринки інших країн через ділових партнерів. Крім того, частина маркетингових проблем, пов'язаних з залученням споживача, стає турботою франчайзі, який уклав у справу свої гроші. При цьому ризик франчайзі, який одержав продуману і перевірену схему бізнесу, також є мінімальним.

Франчайзинг може поширюватися на будь-яку господарську діяльність, для котрої розроблено процеси виробництва, переробки та продажу товарів і послуг.

Виділяють 3 види франчайзингу:

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

2. Виробничий франчайзинг – це франчайзинг на виробництво товарів з використанням технологій компанії франчайзера.

3. Франчайзинг «бізнес-формату». Франчайзер передає ліцензію фізичним або юридичним особам на право відкриття мережі закладів для продажу товарів та послуг під іменем франчайзера.

Існують, як переваги франчайзингу над другими способами ведення бізнесу так і його недоліки. До особливостей

франчайзингових угод можна віднести тривалий термін дії, стандартні умови для всіх франчайзі та узгодженість дій з усією мережею.

Переваги для франчайзера: просування власного товарного знаку в нові регіони; популяризація бренду за рахунок франчайзі; отримання гарантованого доходу за мінімальних витрат.

Переваги для франчайзі: використання на законній основі відомого бренду; економія засобів і часу на рекламі, навчання персоналу, пошуку партнерів, технології ведення бізнесу, розробці та реєстрації власного товарного знаку.

До недоліків франчайзера можна віднести ризик негативного впливу на всю мережу при недотриманні окремим підприємством належних стандартів якості; можливість розголошення комерційної таємниці.

Недоліки франчайзі: обмеження в свободі прийняття рішень, ризик переоцінки іміджу франчайзера.

Недостатні темпи росту франчайзингових відносин в Україні викликано наступними проблемами, що мають бути розв'язані на нормативно-правовому рівні:

- непередбачуваність динаміки законодавчих змін, що фактично становить юридичний механізм стримування розвитку франчайзингу;
- зменшення податкового та адміністративного тиску на малий бізнес;
- скорочення переліку та обсягів платежів на експортно-імпортні операції;
- необхідність створення правових механізмів для дотримання законодавства про охорону прав інтелектуальної власності в Україні;
- слабка захищеність інтелектуальної власності та нерегульованість франчайзингових відносин, що відлякує світові бренди від українського ринку.

Незважаючи на переваги франчайзингу для малого бізнесу, його можливості створювати нові робочі місця, це питання на сьогодні неодноразово критикується. Як правило, це зводиться до порівняння франчайзингу до монополії. Тобто малі підприємства на основі укладання договорів франчайзингу повністю підпорядковуються франчайзеру, втрачаючи при цьому свою індивідуальність.