

ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ ФРАНЧАЙЗИНГУ

Петлін І.В., кандидат економічних наук, доцент,
Львівська філія Європейського університету, м. Львів, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-0198-588X>

Іванов В.В., здобувач другого (магістерського) рівня ВО,
ПВНЗ «Європейський університет», Україна

Однією з основних ознак сучасних економічних відносин є наявність конкурентного середовища, яке вимагає розвитку організаційних форм бізнесу, здатних забезпечити динамічну рівновагу підприємства за рахунок конкурентоспроможності. Такою альтернативною формою ведення бізнесу є франчайзинг [9, с. 102].

Франчайзинг – найбільш прогресивна форма ведення бізнесу, оскільки він є одним із способів розширення меж підприємницької діяльності, виходу на світові ринки, не потребує значного обсягу стартових інвестицій та зменшує ризик втрати коштів [10, с. 109].

Вперше визначення франчайзингу було наведено в Оксфордському словнику, де вказано, що в 1559 р. «franchising – це права і свободи єпископатів, надані королівською короною», «Franchise – ярмарки, ринки та інші місця, призначені для торгівлі» [4]. Проте, таке припущення не має наукового підґрунтя.

Пропонуємо розглянути інтерпритацію визначення «франчайзинг» науковцями.

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» [6, с. 305].

Тобто, франчайзинг являє собою форму організації бізнесу за якої один із підприємців (франчайзер) передає права на ведення бізнесу у відповідності до розробленої моделі іншому підприємцю (франчайзі) безстроково, або протягом визначеного проміжку часу.

Франчайзинг – свого роду симбіоз «великого» і «малого» бізнесу. Таке з'єднання являє собою союз, де з однієї сторони є енергія і зобов'язання окремого підприємця, а з іншої сторони є ресурси, комерційна міць і величезний досвід великої компанії [5, с. 143].

Так Семененко І.М. трактує франчайзинг як «підприємницьку діяльність, за якою на договірній основі одна сторона (франчайзер) зобов'язується передати іншій стороні (франчайзі) за винагороду на визначений строк комплекс виняткових прав на використання знака для товарів і послуг, фірмового найменування, послуг, технологічного процесу і (або) спеціалізованого обладнання, ноу-хау, комерційної інформації, що охороняється законом, а також інших передбачених договором об'єктів виняткових прав (франшизу) [11, с. 102].

Пропонуємо огляд визначення «франчайзинг» асоціаціями франчайзингу (табл. 1).

Таблиця 1

Визначення поняття «франчайзинг»

Джерело	Визначення
Європейська асоціація франчайзингу European Franchise Federation	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 [1].
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 [8].
Італійська асоціація франчайзингу	Франчайзинг – це форма тривалого співробітництва між підприємцями, юридично і фінансово незалежними один від одного для розподілу товарів і послуг, які укладають між собою договір, згідно із яким франчайзер надає користувачу франшизи виключне право на створення і збут під його торгову марку на конкретному ринку визначених видів товарів та послуг [2].
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 [12].

Джерело	Визначення
Міжнародна асоціація франчайзингу International Franchise Association, IFA	Контрактні взаємовідносини між франчайзером і підприємством – оператором, в рамках яких франчайзер пропонує або зобов’язується підтримувати такі галузі функціонування підприємства, як ноу – хау і навчання; при цьому оператор веде справу, використовуючи загальну торговельну марку і технологію, власником яких є франчайзер, він же і контролює їх; і при цьому оператор інвестує істотну частку капіталу свого підприємства за рахунок власних коштів [7].
Керівництво по франчайзингу Всесвітньої організації інтелектуальної власності World Intellectual Property Organization, WIPO	Форма відносин між незалежними компаніями і/або фізичними особами, в рамках якої одна сторона (франчайзер), що володіє розробленою системою ведення бізнесу, відомою торговою маркою, фірмовим стилем, ноу – хау, торговими і/або комерційна тасмнниця, знаннями, досвідом, репутацією і іншими нематеріальними активами дозволяє іншій стороні (франчайзі) використовувати цю систему на обумовлених умовах [3].

Аналіз інформації поданої в таблиці дає підстави окреслити такі підходи до визначення поняття «франчайзинг»:

- 1) особливий спосіб організації бізнесу, підприємницької діяльності;
- 2) вид ділового співробітництва (форма співпраці великого і малого підприємництва);
- 3) особливий вид ліцензування;
- 4) спосіб просування та збуту товарів і послуг;
- 5) процес створення, підтримки і розвитку франшизної системи.

Література:

1. Європейська асоціація франчайзингу (European Franchise Federation). URL: <http://www.eff.franchise.com/> (дата звернення: 24.02.2024).
2. Італійська асоціація франчайзингу. URL: www.assofranchising.it (дата звернення: 24.02.2024).
3. Керівництво по франчайзингу Всесвітньої організації інтелектуальної власності World Intellectual Property Organization, WIPO. URL: www.wipo.int (дата звернення: 24.02.2024).
4. Кузьмін О.Є. Франчайзинг. навчальний посібник. К. : Знання. 2018. 546 с.
5. Литвин О.Є., Запорожець М.О. Франчайзинг як ефективна форма патнерства із закордонними фірмами. *Фінансовий простір*. 2019. № 4(36). С. 141-150.
6. Мавріду В.Ю. Теоретичні та практичні аспекти франчайзингу. *Науково-технічний збірник*. 2006. № 73. С. 303-313.
7. Міжнародна асоціація франчайзингу (International Franchise Association, IFA). URL: www.franchise.org (дата звернення: 24.02.2024).

8. Німецька асоціація франчайзингу (German Franchise Association). URL: <http://www.franchise.net.de/> (дата звернення: 24.02.2024).

9. Петлін І., Мотузюк Ю. Механізм стратегічного розвитку франчайзингового бренду закладами ресторанного бізнесу в сучасних умовах. *Формування ринкової економіки в Україні*. 2022. Вип. 48. С. 101-113.

10. Петлін І., Мотузюк Ю. Особливості франчайзингової діяльності закладів громадського харчування в Україні: Матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції «Сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності», (Львів, 6 жовтня 2022 р.). С. 109-114.

11. Семененко І.М. Використання франчайзингу в діяльності промислових підприємств. *Бізнес Інформ*. 2012. № 7. С. 102-104.

12. Французька федерація франчайзингу. URL: www.franchise-fff.com (дата звернення: 24.02.2024).

ГРОМАДСЬКИЙ КОНТРОЛЬ В ПУБЛІЧНОМУ УПРАВЛІННІ ТА АДМІНІСТРУВАННІ ПІД ЧАС ВОЄННОГО СТАНУ

Ткачова С.С., кандидат економічних наук, доцент,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-7103-9269>

Громадський контроль – це системна діяльність інститутів громадянського суспільства або окремих громадян із метою вирішення суспільно значущих завдань, захисту й забезпечення прав і свобод людини, задоволення потреб та інтересів суспільства в цілому, встановлення відповідності функціонування органів публічної влади вимогам законодавства у процесі їхньої соціальної взаємодії з громадськістю, що спрямована на забезпечення ефективності державно-громадських відносин [1]. Громадський контроль є найважливішим чинником участі інститутів громадянського суспільства або окремих громадян в управлінні державними та суспільними справами; дієвою формою реалізації демократії і способом залучення вищевказаних учасників до управління державними та суспільними справами з метою підвищення ефективності діяльності органів публічної влади.

Громадський контроль в Україні має достатньо тривалий позитивний досвід роботи. Сьогодні під час воєнного стану він здійснюється у принципово нових для себе умовах, які передбачають обмеження конституційних прав і свобод громадян. За результатами