

СИСТЕМА ФРАНЧАЙЗИНГОВИХ ВІДНОСИН ЯК ЗАСІБ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ РЕЗУЛЬТАТІВ ВИРОБНИЧОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

© Л.І. Чернобай, А.Б. Жуковська, 2014

В умовах глобалізації ринків збуту товарів, робіт, послуг для підприємства постає проблема ефективного збуту своєї продукції на зовнішніх ринках, яка зумовлена зростанням конкуренції та обмеженістю фінансових ресурсів. Одним із інструментів подолання цієї проблеми за умови мінімізації ризиків комерціалізації результатів виробничої діяльності є включення підприємства в систему франчайзингових відносин.

Франчайзинг – це один із способів міжнародної кооперації по збуту товарів та послуг достатньо відомої фірми (франчайзера) через спеціально створену за її участю збутову організацію (франчайзі) завдяки праву використання франчайзі товарного знаку і ноу-хау франчайзера [1]. Під франшизою слід розуміти сформульовану та чітко окреслену бізнес-пропозицію від компанії-франчайзера, що власне і містить ноу-хау, торговельну марку, мережеві стандарти та норми, які франчайзі використовує у своїй підприємницькій діяльності [2].

Однак, на сьогодні особливого значення набирає конкурентна боротьба за кінцевого споживача товарів і послуг, що зумовлює необхідність врахування його інтересів при здійсненні франчайзингу.

Нами запропоновано під системою франчайзингових відносин розуміти сукупність взаємовідносин між франчайзером і франчайзі на умовах договору франшизи та кінцевим споживачем результатів франчайзингової діяльності, які характеризуються врахуванням інтересів кожної сторони за принципами економічної, організаційної та соціальної ефективності.

У табл. 1, на основі опрацьованих літературних джерел [3-5], систематизовано переваги та недоліки франчайзера від надання франшизи, франчайзі від використання франшизи та кінцевого споживача товарів і послуг франчайзингової діяльності.

Таблиця 1

Переваги та недоліки у системі франчайзингових відносин: франчайзер, франчайзі та кінцевий споживач результатів франчайзингової діяльності

Переваги	Недоліки
Для франчайзера від надання франшизи	
1. Можливість отримання додаткового прибутку на основі надання права на використання франшизи при мінімальних витратах на виробництво та реалізацію продукції.	1. Ефективність роботи компанії залежить не лише від неї самої, але й в цілому від суб'єктів господарювання, які використовують франшизу материнської компанії.
2. Забезпечення отримання стабільного доходу у вигляді періодичних платежів.	2. Існує загроза несвочасної оплати або ж не оплати платежів, які надходять від франчайзі.
3. Здійснення просування продукції чи товарного знаку на ринку за допомогою франчайзі.	3. Складність припинення відносин франчайзингового договору, оскільки франчайзер не має права в односторонньому порядку розривати контракт з франчайзі. Останнього необхідно попередити за шість місяців.
4. Цілодобовий контроль за діяльністю франчайзі.	4. Можливий негативний вплив на імідж материнської компанії неефективних франчайзі.
5. Існує можливість збуту продукції на віддалених ринках.	5. Не можливо до кінця простежити за якісною працею франчайзі.
6. Нарощення досвіду ведення бізнесу і вивчення	6. Ймовірність розголошення франчайзі

особливостей ринку за допомогою франчайзі.	комерційної таємниці франчайзера.
7. Територіальний поділ ринку для того, щоб відокремити конкуренцію між франчайзі без порушення норм антимонопольного законодавства.	7. Вихід із системи доволі ефективних франчайзі, які у майбутньому відкривають власний бізнес і стають прямими конкурентами франчайзера.
Для франчайзі від використання франшизи:	
1. Використання товарного знаку чи торгової марки відомої компанії на основі законних процедур, відкритий доступ до розробленої технології ведення бізнесу.	1. Обмеженість дій у прийнятті управлінських рішень стосовно процесу ведення бізнесу на засадах франчайзингу.
2. Отримання цілодобової допомоги у процесі ведення франчайзингового бізнесу.	2. Неможливість швидкого розірвання франчайзингової угоди.
3. Збереження економічної та юридичної самостійності.	3. Існує можлива конкуренція з боку інших франчайзі і франчайзера.
4. Конкуренція є відносно невеликою (франшиза знижує гостроту конкуренції на визначеному сегменті ринку).	4. Залежність від фінансового становища франчайзера.
5. Економія на витратах, які прямо пов'язані з рекламою, навчанням персоналу, маркетинговими дослідженнями тощо.	5. Ймовірність того, що франчайзі переоцінить імідж та можливу перспективу торгової марки чи знаку франчайзера.
6. Спрощений доступ до фінансових і кредитних ресурсів, оскільки банки лояльно відносяться до кредитування франчайзі, пропонуючи їм кредит на пільгових умовах.	6. Обсяги продажу встановлюються власнику франшизи відповідно до політики маркетингу компанії-франчайзера.
Для кінцевого споживача результатів франчайзингової діяльності:	
1. На основі використання однієї торгової марки клієнт може робити висновки про якість товарів або послуг усієї мережі.	1. Ймовірність отримання неякісного товару чи послуги через використання франчайзі підроблених товарів тощо.
2. Додаткові надходження іноземних інвестицій, які забезпечують ефективну передачу нових технологій та створення нових робочих місць.	2. Зародження високого рівня конкуренції, що впливає на те, що вітчизняні фірми згортають свою діяльність.
3. Наповнення державного бюджету за рахунок коштів, які надходять від сплати податків франчайзингових суб'єктів діяльності.	3. Не врахування франчайзі територіальних особливостей клієнтів, що веде до спотворення іміджу не лише франчайзі, але й цілої компанії.

Загалом, впровадження системи франчайзингових відносин дозволить вітчизняним підприємствам не лише одержати ринкові переваги, набути міжнародний досвід ведення бізнесу, отримати новітні технології, прогресивні знання у сфері маркетингу та управління персоналом, покращити свої конкурентні позиції та забезпечити ефективність комерціалізації результатів виробничої діяльності, але й узгодити інтереси ключових учасників .

1. Сидоров Я. Франчайзинг - нова договірна форма здійснення бізнесової діяльності в Україні. - Підприємництво, господарство і право. - 2003. 2. Портал ідей для бізнесу: Франшиза - що це? [Електронний ресурс]. - franchising.ua/franchayzing/569/franshiza-shcho-ce. 3. Гуткарич К. Особливості франчайзингу по-українськи: на що слід звернути увагу / К. Гуткарич // Журнал «Постправо», 2013. 4. Плюсы и минусы франчайзинга [Електронний ресурс]. - Режим доступу: franchise-kooperation.com/plus_fr.php. 5. Переваги та недоліки у франчайзинговому бізнесі: порівняльна характеристика [Електронний ресурс]. - ru.osvita.ua/vnz/reports/international-relations/19374/.