

## **ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ТОРГОВОЇ МЕРЕЖІ НА ОСНОВІ ФРАНЧАЙЗИНГУ**

**М.М. МИКІЛЬЧЕНКО<sup>1\*</sup>, Н.С. КРАСНОКУТСЬКА<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>*магістрант кафедри «Менеджмент та оподаткування», НТУ «ХПИ», Харків, УКРАЇНА*

<sup>2</sup>*завідуюча кафедрою «Менеджмент та оподаткування», професор, НТУ «ХПИ», Харків, УКРАЇНА*

*\*email: ma\_ryslia140@ukr.net*

Сьогодні франчайзинг виходить на нові позиції як на світовому, так і на українському ринку. Масштабізація бізнесу, підвищення прибутку, ефективне використання усієї ресурсної бази – ключові елементи для розвитку малого, середнього та великого бізнесів. Тому тема франчайзингу є надзвичайно актуальною, бо передбачає взаємодію двох юридичних суб'єктів, які на договірній основі разом розширюють торгівельну мережу. Власник ліцензії (франчайзер) надає франчайзі всі плюси від вже зарекомендованої на ринку торгової марки. Саме коректне розуміння усіх особливостей такої співпраці надає власникам бізнесу гарні перспективи для розширення та розвитку торгової мережі уже протестованої та працюючої торгової марки.

Метою проведеного дослідження стало виявлення основних особливостей франчайзингу у сфері торгівлі.

У цілому франчайзинг можна віднести до однієї з простих форм організації бізнесу, яка вигідна і для власника торгової марки, і для франчайзі. Особливостями торгового франчайзингу є розробка франчайзером єдиного стилю оформлення точок; формування єдиної асортиментної політики; правил викладки та презентації товарів; розробка стандартів обслуговування та цінової політики, що дозволить успішно запустити новий бізнес. Також франчайзинг є одним з найбільш привабливих форм для розвитку торгівлі на глобальному рівні та виходу національних торговельних компаній на зарубіжні ринки.

Таким чином, франчайзинг належить до перспективних напрямів стабільного розвитку торгової мережі та розвитку економіки в цілому. А для нового бізнесу це стане значною перевагою в ключових питаннях: наявність уже відомого бренду, можливість закупки за привабливими цінами, повна підтримка з боку спеціалістів франчайзера та вже сформований асортимент, який користується попитом на ринку.

### **Список літератури:**

1. *Месячная Н. В.* Что такое франчайзинг? / *Н. В. Месячная* // Основы государства и права. – 1999. – № 2. – С.46 – 48.
2. *Рошкован М.* Франчайзинг: бізнес, практика і можливості / *М. Рошкован, В. Головка.* – Кишинев, Бізпро, 2004. – С. 210-225.