

ГУРТОВА МАРІЯ ОЛЕКСАНДРІВНА
СТУДЕНТКА ГР.БЕМ-920А
НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ХАРКІВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ»

ВЕРЮТІНА ВІКТОРІЯ ЮРІЇВНА
СТАРШИЙ ВИКЛАДАЧ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ХАРКІВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ»

ПЕРЕРВА ПЕТРО ГРИГОРОВИЧ
ДОКТОР ЕКОНОМІЧНИХ НАУК, ПРОФЕСОР
НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ХАРКІВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ»

ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ ФРАНЧАЙЗИНГУ

Стратегії започаткування та розширення бізнесу бувають різні, одна з них – це франчайзинг. Ця інтелектуальна бізнес-модель, яка започаткована на використанні інтелектуальної власності, підходить як для тих, хто хоче розширити свою мережу з якісно новим форматом, так і для тих, хто, створюючи власну справу, мріє про "плавний старт".

Франчайзинг – відносно молода бізнес-модель, і хоча у 2000-х роках спостерігався певний песимізм щодо франчайзингу, нині в Україні спостерігаємо певне пожвавлення у цій сфері. Ідея франчайзингу полягає у масштабуванні (копіюванні) бізнес-моделі успішного суб'єкта господарювання, який отримав хорошу репутацію, як запоруку залучення клієнтів та прогнозованого виходу на прибутковий фінансовий результат. Тому франчайзинг є привабливою формою співробітництва між правовласником та користувачем (франчайзі). Франчайзі цікавить вже "перевірений" формат бізнесу, відомий бренд, підтримка та навчання, що триває, що значно збільшує шанси на успіх, тоді як правовласнику цікаво збільшення обсягів продажів. Хороші відносини між франчайзером та франчайзі мають вирішальне значення для успіху обох сторін. Оскільки франчайзинг встановлює ділові відносини протягом багатьох років, правовий фундамент має бути ретельно збудований, маючи чітке розуміння ризиків обох сторін.

Накопичений досвід міжнародного та національного франчайзингу показує, що цей вид інтелектуального бізнесу є одним із найефективніших способів розвитку бізнесу для фірм, які вже досягли успіху і бажають розвивати свій бізнес далі. Часто франчайзинг є найкращою нагодою організувати власний бізнес для бізнесмена-початківця, індивідуального підприємця або навіть для людини, яка ніколи раніше не займалася

комерційною діяльністю.

На нашу думку, франчайзинг в першу чергу дуже корисний суспільству, так як надає для нього низку важливим переваг. Серед них наступні:

а) *культура ведення бізнесу*. Суворе регламентованість франчайзингових підприємств - франчайзі у рамках франчайзингової мережі франчайзера, оперативний контроль з боку франчайзера, передбачені угодою франчайзингу, безсумнівно, підвищують загальну культуру ведення бізнесу та забезпечують більш високий рівень обслуговування споживачів;

б) *вирішення проблеми зайнятості населення*. Франчайзинг дає можливість швидкого вирішення проблеми зайнятості населення різних регіонах країни шляхом залучення у франчайзинговий бізнес великого кола осіб, які не наважуються займатися малим бізнесом без підтримки та навчання;

в) *нові технології на службі бізнесу*. Освоєння нового досвіду, набуття нових ідей, методів, технологій завжди є корисним для будь-якого виду бізнесу. Українське підприємництво також потребує освоєння нових технологій у бізнесі. Тому міжнародний франчайзинг дає можливість запозичити в іноземних партнерів позитивні моменти успішного ведення франчайзингового бізнесу та адаптувати їх до умов українського ринку;

г) *велика впізнаваність продукту та послуги*. Споживачі різних регіонів країни більше дізнаються про продукти та послуги з відкриттям нових франшизних підприємств. Це важливо, оскільки нова франчайзингова точка стає відомою на сегменті ринку з наданням своїх франшизних послуг.

Як і будь-яка інша форма організації бізнесу, франчайзингова система має ряд переваг та недоліків, що будуть наведені нижче. Усі переваги та недоліки варто розділити на дві категорії: для франчайзера та франчайзі, адже для кожного вони свої. Причому, деякі плюси для одних (наприклад, франчайзера) будуть мінусами для франчайзі і навпаки (табл. 1).

Таблиця 1.

Переваги та недоліки франчайзингу

Переваги франчайзингу	
Для франчайзера	Для франчайзі
Збільшення валового прибутку при мінімальних комерційних ризиках	Отримує надійний та випробуваний на практиці бізнес
Економія власних ресурсів різних видів: трудових, технологічних, фінансових...	Швидкий та ефективний початок бізнесу, вже є зацікавлені споживачі.
Розширення ринку товарів та послуг, освоєння додаткових сегментів ринку.	Франчайзі зберігає економічну та правову незалежність.

Отримання додаткового прибутку при невисоких витратах.	Використання бренду, який досяг лояльності клієнтів та гарної репутації.
Можливість впровадження розробок та маркетингу видалення.	Вступ до перевіреної системи та її використання.
Підвищення контролю над своїм цільовим ринком. Покращення конкурентних позицій своєї продукції	Економія ресурсів на навчанні, перепідготовці персоналу, формуванні бізнесу, маркетингу, реклами тощо.
Швидке масштабування бізнесу без прямих інвестицій.	Підтримка досвідченого партнера.
Швидкий запуск нових та модифікованих товарів і послуг.	Збільшення конкурентних переваг свого підприємства та його продукції.
Додатковий прибуток за рахунок роялті або паушального платежу.	Фінансування інвестицій та отримання прибутку від них.
Можливість не витратити час на поточні проблеми управління на рівні фірми-франчайзі.	Франчайзинговий бізнес вважається більш надійним у порівнянні з підприємствами-початківцями і менше схильний до ризику банкрутства.
Недоліки франчайзингу	
Для франчайзера	Для франчайзі
Передача своїх секретів, якими можуть скористатися з метою недобросовісних користувачів.	Оплата нав'язаних франчайзером додаткових послуг, які франчайзі не може виконувати з великою ефективністю.
Зникнення наданого у найм для франчайзі устаткування чи його поломка.	Ненадання обіцяних франчайзером бонусів та допомоги.
Дрібні компанії що неспроможні давати необхідний прибуток через наявність помилок у бізнес-справі.	Відмова продовжувати угоду чи розірвання договору викликає необхідність розпочинати бізнес наново.
Ризик втрати репутації, пов'язаний з недотриманням франчайзі інструкцій, стандартів та інших необхідних умов.	Контроль виробничо-комерційної діяльності з боку франчайзера.
Приховування франчайзі важливих відомостей та надання їм хибної інформації.	Високі витрати на послуги франчайзера: купівля обладнання, сировини, аренда чи побудова приміщень тощо.
Відмова від роялті. Ця опція може вийти на тривалі та витратні судові процеси	Ризик зміни політики франчайзера у найгірший (з точки зору франчайзі) бік.
Незаконне використання бренду франчайзі після розірвання договору	Недостатня та хибна інформація про франшизу.
Проблеми у збереженні конфіденційної та комерційної інформації.	Обмеження діяльності та виробничої ініціативи франчайзі.
Складність контролю виробничо-комерційної діяльності франчайзі.	Угода про франшизу є довгостроковим, ви не можете вийти з бізнесу швидко.

Аналізуючи таблицю, можна назвати те що, що основними перевагами франчайзингу є ефективні поглинання та зростання конкурентоспроможності всієї мережі по відношенню до інших аналогічних системам. Основою для досягнення цих переваг є спільні цілі учасників:

- прагнення до однаковості комерційних та правових засад діяльності франчайзера та франчайзі;
- просування предмета франчайзингової угоди на ринку, завоювання додаткових сегментів збуту;
- поліпшення репутації усієї франчайзингової мережі, враховуючи спільні зусилля франчайзера та франчайзі.

На основі викладеного, можемо зробити наступний висновок. Як купівля франшизи, так і її продаж є відповідальними кроками та вимагають прорахунку всіх варіантів. Варто подумати про мінуси та плюси, ретельно зважуючи перші та приміряючи значущість других для свого бізнесу. Тільки в цьому випадку можна уникнути можливих проблем та отримати довгоочікуваний прибуток. Така форма ведення бізнесу – це палиця з двома кінцями. Варто про це пам'ятати як підприємцю-початківцю, так і досвідченому учаснику бізнес-процесів на відповідному ринку.

Загалом відповідальність за успішний розвиток франчайзингу лежить на обох партнерах. Однак провідна роль належить франчайзеру, і саме він повинен прагнути створити довірчий робочий клімат, який допоможе франчайзі відчувати себе причетним до єдиної структури франчайзингової системи. Від власника франшизи потрібно працювати з повною віддачею, дотримуючись усіх вимог франчайзингової системи. Ті партнери, у яких у рамках франчайзингу складаються гармонійні відносини, як правило, і стають найуспішнішими франчайзинговими підприємцями.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Інтелектуальна власність: магістерський курс : підручник / П.Г.Перерва [та ін.] ; ред.: П.Г.Перерва, В.І.Борзенко, Т.О.Кобєлева. Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". Харків : Планета-Прінт, 2019. 1002 с.
2. Kocziszky György, Somosi M. Veres, Kobieliava T. O. Reputational compliance. Дослідження та оптимізація економ. процесів «Оптимум–2017» : тр. 13-ї Міжнар. конф. Харків : НТУ «ХПІ», 2017. С. 140–143.
3. Pererva P., Kocziszky G., Veres M. Compliance program: tutorial. Kharkov: NTU «KhPI», 2019. 689 p.
4. Kocziszky G., Veres Somosi M., Kobieliava T.O. Compliance risk in the enterprise // Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність "Форвард–2017": тр. 8-ї Міжнар. наук.-практ. Internet-конф. Харків : НТУ "ХПІ", 2017. С. 54-57.
5. Научные основы маркетинга инноваций : монография в 3 т. Том 3. / под. ред. С.Н.Ильяшенко. Сумы: ООО "Печатный дом "Папирус", 2013. 334 с.

6. Кобєлєва Т.О. Комплаєнс-безпека промислового підприємства: теорія та методи : монографія. Харків : Планета-Принт, 2020. 354с. URL: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/54748>
7. Pererva, P., Kuchynskyi, V., Kobieliava, T., Kosenko, A., Maslak, O. (2021). Economic substantiation of outsourcing the information technologies and logistic services in the intellectual and innovative activities of an enterprise. *Eastern-European Journal of Enterprise Technologies*, 4 (13 (112)), 6–14. doi: <https://doi.org/10.15587/1729-4061.2021.239164>
8. Кобєлєва Т.О., Марчук Л.С. Методи оцінювання ефективності реклами та її впливу на споживачів // Вісник НТУ "ХПІ": Харків : НТУ "ХПІ". 2015. № 25. С.79-84.
9. Pererva P.G., Kobieliava T.O., Tkachova, N.P., Tkachov M.M., Diachenko T.A. Management of relations with enterprise stakeholders based on value approach // *Problems and Perspectives in Management*. 2021. Vol.19, Iss.1. P.24-38.
10. Kosenko O.P., Kobieliava T.O., Tkacheva N.P. Monitoring the commercial potential of intellectual property // *Scientific bulletin of Polissia*. 2017. №1, ч.2. С.140-145.
11. Kobeleva T., Pererva P., Tovazhnyanskiy V., Gladenko I. Antikrizisnyy monitoring of finansovo-ekonomicheskikh indexes of work of enterprise // *Business Studies*. Miskolc: Miskolc University Press. 2010. Volume 7. №2. S.71-183.
12. Kobieliava T.O., Pererva P.G., Kuchinskyi V.A., Garmash S.V., Danko, T.V. Ensuring the Sustainable Development of an Industrial Enterprise on the Principle of Compliance-Safety // *Studies of Applied Economics. Spec. Iss. : Innovation in the Economy and Society of the Digital Age*. 2021. Vol. 39, № 5. 11 p. <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/53819>
13. Товажнянський В.Л., Перерва П.Г., Кобєлєва Т.А. Попередження кризових явищ на підприємстві засобами санації та реструктуризації // Вісник НТУ "ХПІ": зб. наук. пр. Харків : НТУ "ХПІ", 2015. № 60 (1169). С. 78-81.
14. Перерва П.Г. Самомаркетинг менеджера и бизнесмена. Ростов н/Д: Феникс, 2003. 592 с.
15. Kocziszký György, Pererva P.G., Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. 668 p.
16. Гончарова Н.П., Перерва П.Г., Яковлев А.И. Маркетинг инновационного процесса. К.: ВИРА-Р, 1998. 267с.
17. Грабченко А.И., Смолвик Р.Ф., Перерва П.Г. Основы маркетинга высоких технологий: Учебное пособие, Харьков: ХГПУ, 1999.- 242с.
18. Перерва П.Г. Управління маркетингом на машинобудівному підприємстві // Навч.посібник для інж.-техн.вузів. Харків: «Основа», 1993. 288с.
19. Перерва, П.Г., Нагі С., Кобєлєва Т.О. Оцінка впливу інноваційної, інвестиційної та маркетингової політики підприємства на рівень конкурентоспроможності // Вісник НТУ «ХПІ(екон.науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. № 15 (1291). С. 89-94.