

## ФРАНЧАЙЗИНГ ЯК ФОРМА МІЖНАРОДНОГО ТРАНСФЕРУ ТЕХНОЛОГІЙ

**М. О. Дерманська**

здобувачка вищої освіти другого (магістерського) рівня, група МОіА-51м,  
навчально-науковий інститут економіки та менеджменту  
Науковий керівник – к.е.н., доцент О. В. Зінкевич  
*Національний університет водного господарства та природокористування,  
м. Рівне, Україна*

**У статті проаналізовано ефективність франчайзингу як форми міжнародного трансферу технологій. Наведено визначення поняття «франчайзинг» та розглянуто його види. Крім того, вивчено переваги такого виду підприємницької діяльності. Ключові слова:** підприємництво, франчайзинг, бізнес, торгова марка, товар, технології.

**This article analyzes the effectiveness of franchising as a form of international technology transfer. The concept of "franchising" is defined and its types are considered. In addition, the advantages of this type of entrepreneurial activity were studied.**

**Keywords:** entrepreneurship, franchising, business, trademark, goods, technologies.

У світовому економічному ландшафті, який стрімко змінюється, де глобалізація та інновації стають ключовими поняттями, вивчення впливу франчайзингу на міжнародний трансфер технологій є актуальним завданням для науковців та практиків.

Вивченню питання франчайзингу присвячено велику кількість праць та досліджень. Зокрема, таких науковців, як Л. О. Бившева, М. Л. Гончаренко, А. Р. Волкова, В. О. Кізілова, Л. О. Корж, В. О. Захарченко та багато інших. Проте навіть чимала кількість праць на цю тематику залишає місце для її детальнішого вивчення.

Метою даної статті є проведення аналізу ролі франчайзингу у технологічному трансфері та вивчення ключових аспектів цього явища.

Останнім часом надзвичайно популярною формою економічної взаємодії великих і малих підприємств, особливо у сфері послуг і торгівлі, стала «франчайзингова» система договірних відносин, назва якої походить від французького слова «franchiseur», що означає «вигода, привілей». Пільга, яку надає ця система, є особливо корисною для малих підприємств, оскільки вона дозволяє використовувати ефективні технології, визнані та популярні торгові марки, забезпечує навчання персоналу та доступ до необхідних консультацій.

Франчайзинг – це підприємницька діяльність, у якій одна сторона (франчайзер) обіцяє передати виключні права на використання товарів і логотипів іншій стороні (франчайзі) на певний період часу [1].

Зазвичай франчайзер ліцензує або передає права на використання своїх торгових марок, ноу-хау та операційних систем згідно з угодою про франчайзинг. У цій угоді франчайзер обіцяє продавати продукти або послуги відповідно до заздалегідь визначених правових і ділових правил, встановлених франчайзером. В обмін на дотримання цих правил франчайзі отримують отримують право використовувати ім'я франчайзера, його репутацію, продукти та послуги, маркетингові технології, експертні знання та підтримку. Щоб отримати такі права, франчайзі повинен:

- 1) сплатити початковий внесок для отримання права на навчання, використання імені, девізу, торгового знаку та інших елементів;
- 2) регулярно сплачувати постійні внески, які часто визначаються як певний відсоток від обороту, за надання поточного керівництва та навчання;
- 3) робити внески на маркетингові цілі та збут (для покриття витрат на рекламу, просування товарів, дослідження ринку тощо), також часто в формі частки від обороту;
- 4) точно виконувати запропоновані форми і методи роботи, включаючи управлінський порядок і процедури, стандарти якості, одяг співробітників та інше.

Зі свого боку, франчайзер надає франчайзі наступне:

- початкове навчання менеджменту та управління бізнесом;
- постійну підтримку у підготовці та перепідготовці персоналу;
- консультації з усіх аспектів менеджменту та маркетингу.

Франчайзинг подібний оренді, оскільки франчайзі не є повним власником товарного знаку, а лише має право використовувати його протягом визначеного періоду за умови сплати відповідних внесків. Розмір цих внесків визначається у франчайзинговому договорі та є предметом переговорів.

Франчайзинговий пакет, що включає повну систему управління бізнесом, передану франчайзі, дозволяє підприємцю ефективно вести свій бізнес, навіть якщо у нього відсутній попередній досвід чи знання у конкретній галузі.

Незважаючи на те що франчайзі несе витрати на запуск бізнесу, франчайзер зазвичай пропонує вигідні знижки на постачання матеріалів і витратних засобів. Ці знижки дозволяють франчайзі купувати продукцію від франчайзера за зниженими цінами, що робить його бізнес більш ефективним, ніж у випадку відсутності франчайзера.

Світовий досвід свідчить про те, що будь-який бізнес можна перетворити на франшизу. Існує 70 галузей економіки, визначених Міжнародною асоціацією франчайзингу, в яких можна використовувати цю форму трансферу технологій [2].

Основними видами франчайзингу є: товарний франчайзинг, виробничий франчайзинг та діловий франчайзинг.

Товарний франчайзинг (франчайзинг продукту) – це форма франчайзингу в галузі торгівлі та продажу готових товарів. Франчайзер, як правило, є виробником, що передає дилерові-франчайзі права на продаж продукції. Дилер-франчайзі провадить передпродажне і післяпродажне обслуговування продукції франчайзера та утримується від продажу товарів конкурентів. Угода передбачає придбання права від провідної компанії на продаж товарів під її торговою маркою. Товарний франчайзинг часто характеризується вузькою спеціалізацією франчайзі на реалізації конкретного виду товарів і послуг. Такий франчайзинг складає приблизно 30% від усіх франчайзингових угод.

Виробничий франчайзинг – це франчайзинг у виробництві товарів. Фірма, яка володіє технологією виготовлення продукту, продає сировину для його виробництва місцевим або регіональним заводам. Фірма-франчайзі не лише реалізує продукцію та послуги під торговою маркою франчайзера, але й включається в повний цикл господарської діяльності великої корпорації. Такий вид франчайзингу передбачає тісний контакт франчайзера і франчайзі, детальну регламентацію діяльності та високий рівень відповідальності для малого підприємства.

Діловий франчайзинг або «франчайзинг бізнес-формату». За цим підходом франчайзер надає ліцензію приватним особам чи іншим компаніям для відкриття магазинів із продажу продуктів і послуг під брендом франчайзера. Франчайзі регулярно сплачує внески та вносить внески у рекламний фонд, який контролюється франчайзером. Франчайзер може надавати франчайзі доступ до основних активів, пропонувати фінансування, а також виступати як постачальник товарів і послуг для франчайзі. Цей тип франчайзингу широко

використовується в галузях швидкого харчування, готельного бізнесу, роздрібною торгівлі промисловими товарами, обслуговуванні бізнесу та торгівлі нерухомістю.

Франчайзинг як форма економічної взаємодії між великим та малим бізнесом має свої переваги:

- спрямованість франчайзингу на успіх його учасників відрізняє його від інших концепцій бізнесу. Відзначається не конкретним продуктом або послугою, а якістю системи;
- надання значних можливостей для бізнесменів, дозволяючи здійснювати успішну діяльність навіть у випадку невеликого бізнесу, і надає широкі перспективи для розвитку, не втрачаючи при цьому права власності;
- забезпечення швидкого розширення бізнесу без потреби в кредитах та значних фінансових зобов'язань;
- забезпечення більш ефективного контролю виробника над реалізацією своєї продукції порівняно з іншими методами;
- мінімізація ризиків, пов'язаних із запуском нового підприємства;
- використання чужого досвіду, набутого через випробування та помилки;
- забезпечення економії на рекламі та інших витратах на маркетинг;
- використання управлінського досвіду для мінімізації податкових обов'язків тощо.

Франчайзинг продемонстрував свою високу ефективність і життєздатність. Дослідження, проведені американськими вченими в галузі підприємництва, вказують на те, що впродовж перших 5 років існування нових компаній рівень банкрутств досягає 70%. Очевидно, що франчайзингова діяльність підприємств абсолютно протилежна цій статистиці. Згідно з даними Міжнародної франчайзингової асоціації, кількість банкрутств серед її членів становить лише 1–2% [3].

**Отже, франчайзинг** як ефективний механізм міжнародного трансферу технологій відкриває нові можливості для підприємців та компаній у глобальному бізнес-середовищі. Розуміння динаміки цього процесу та вивчення його впливу є ключовим завданням для науковців та практиків, спрямованим на сприяння інноваціям та стабільному розвитку світового бізнесу.

1. Бондаренко А. Ф., Гордієнко В. П., Москаленко А. О. Франчайзинг як ефективний інструмент розвитку компанії. *Вісник Сумського державного університету. Сер. Економіка*. 2021. № 3. С. 87–93. URL: [https://visnyk.fem.sumdu.edu.ua/issues/3\\_2021/10.pdf](https://visnyk.fem.sumdu.edu.ua/issues/3_2021/10.pdf). (дата звернення: 20.08.2023).
2. Зайцев О., Кордас А. Поточний стан франчайзингу в Україні та у світі. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2020. № 1 (21). С. 53–62. URL: <http://ppeu.stu.cn.ua/article/view/211369/211410>. (дата звернення: 20.08.2023).
3. Федунь Ю. Б., Голубка Д. С. Особливості врегулювання національного розвитку франчайзингу. *Економічний вісник*. 2021. № 4. С. 26–31. URL: [https://ev.nmu.org.ua/docs/2021/4/EV20214\\_026-031.pdf](https://ev.nmu.org.ua/docs/2021/4/EV20214_026-031.pdf) (дата звернення: 20.10.2023).