

**Давиденко А.Д.**  
курсантка Дніпропетровського  
державного університету  
внутрішніх справ

## **ФРАНЧАЙЗИНГ ЯК ФОРМА ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

Франчайзинг, як унікальний спосіб ведення бізнесу, набуває популярності, завойовуючи всесвітнє визнання. Популярність франчайзингу в основному зумовлена властивою їм ефективністю та високою життєздатністю стартапів. Франчайзинг вигідний як тим, хто хоче відкрити власний бізнес, так і тим, хто вже досяг успіху у своєму бізнесі, і прагне швидко його розширити без значних додаткових вкладень [1]. Загалом, франчайзинг можна визначити як спосіб просування та продажу товарів, як спосіб розвитку бізнесу. Франчайзинг - це система маркетингу та розподілу, при якій франчайзі за певну плату набуває право розповсюджувати товари або надавати послуги іншій стороні (франчайзеру) відповідно до встановлених стандартів та практики франчайзера, а також за його допомогою. Суть франчайзингу полягає в тому, щоб забезпечити велику та відому компанію для малого бізнесу, часто лише відкриваючи власну справу на ринку, право протягом певного часу та в певній галузі вести бізнес, подібний до франчайзера, використовуючи перевірені технології, відомий бренд, можливість навчити персонал та отримати необхідну консультацію [4].

Франчайзер може зобов'язатись постачати обладнання, сировину та матеріали, надавати допомогу в управлінні бізнесом та надавати фінансову допомогу своєму франчайзі. Винагорода за договором франчайзингу, як правило, виплачується користувачем у вигляді фіксованого платежу, ліцензійних зборів та подальших відрахувань від доходу або в іншій формі, наприклад, шляхом придбання обладнання та матеріалів у франчайзера [3]. Найхарактернішими рисами франчайзингу є особливий тип постійних ділових відносин між двома зацікавленими сторонами - суб'єктами господарювання, при яких власник права на плату надає користувачеві на певний час можливість використовувати їх персоналізацію в певній галузі, передає захищену комерційну інформацію, надає постійну допомогу організації бізнесу користувача [2]. Франчайзинг зазвичай сприймається як потенційна вигода для франчайзі, як сторона, яка використовує цілий ряд об'єктів прав інтелектуальної власності: торговельну марку, технологію, ноу-хау та інші права франчайзера. Водночас він просуває франчайзерський бізнес на ринках інших міст чи країн. Ось чому такі відомі світові компанії, як «McDonald's», «Баскін-Роббінс», «Columbia sportswear company», «Singer Sewing Machine Company» та інші,

завоювали репутацію серед мас споживачів. Франчайзер позбавляється проблем з управління персоналом, управлінням підприємствами та їх фінансуванням. Більше того, франчайзі має високу мотивацію, оскільки як менеджер та керівник бізнесу він безпосередньо зацікавлений у отриманні прибутку. Законодавство повинно спрямовувати діяльність франчайзі на безумовне дотримання умов контракту не лише з метою отримання прибутку, а й з метою дотримання законодавства про захист інтелектуальної власності [3].

За договором франчайзингу користувач зобов'язаний забезпечити відповідність якості товарів та послуг вироблених франчайзером. Він зобов'язаний надати покупцям (клієнтам) всі додаткові послуги, на які вони можуть покластися при придбанні товарів (послуг) безпосередньо у правовласника. Франчайзі не має права розголошувати виробничу таємницю франчайзера та іншу конфіденційну торгову інформацію, отриману за договором франчайзингу. Використання переданих франчайзером прав не позбавляє користувачів юридичної незалежності, однак для підтримки репутації мережі в цілому франчайзер оснащений функціями контролю. Франчайзер контролює майже всі аспекти ділової діяльності франчайзі. Це право контролю може бути підставою для франчайзера встановлення відповідальності за діяльність користувачів. Це відповідальність за шкоду, заподіяну товарами або послугами, що надаються франчайзі. За аналогією із законом агентства, франчайзі вважається агентом франчайзера, тоді як франчайзер в цьому випадку несе відповідальність головним чином за діяльність та бездіяльність своїх агентів. Визначальним при вирішенні питання про те, чи є франчайзі агентом свого франчайзера, стає наявність права контролю франчайзером діяльності франчайзі чи наявний фактичний контроль. І навпаки, в тих областях, де франчайзі проводить незалежну політику (наприклад, виплата заробітної плати персоналу, сплата податків), франчайзер не нестиме відповідальність за діяльність своїх користувачів. Франчайзинг - це форма підприємницької діяльності, що передбачає ділове співробітництво двох фірм, при якому компанія з відомим на ринку ім'ям перепродує права на неї. Іншими словами, це «оренда» товарного знака, що сприяє розвитку економіки і взаємодії різних міжнародних компаній, яка є вигідною для обох сторін.

---

1. Панкратов Ф. Г., Серегина Т. К. Коммерческая деятельность: учебник. 2000 год. С. 521-522.

2. Цират А. В. Франчайзинг и франчайзинговый договор. Киев, 2002. с. 13-15.

3. Стальнов С. А. Франчайзинг в Україні. URL: <http://www.top-franchising.com.ua/docs/articles/interview/detail.php?ID=1155>.

4. Юніна М. П., Яшан Ю. Б. Порівняльна характеристика договору франчайзингу за законодавством України та Німеччини. 15.03.2019. URL: <https://er.dduvs.in.ua/bitstream/123456789/3435/1/113.pdf>.