

ФРАНЧАЙЗИНГ: ЭФЕКТЫЎНАЯ ФОРМА АРГАНІЗАЦЫІ БІЗНЕСУ

Матыліцкая П. А.

Гродзенскі дзяржаўны медыцынскі ўніверсітэт, Беларусь

Кафедра сацыяльна-гуманітарных навук

Навуковы кіраўнік – старэйшы выкладчык Рындава В. М.

Актуальнасць. У сучасным свеце такая эканамічная з’ява, як франчайзінг, праяўляе сябе досыць часта. Ён стаў улюбёным спосабам вядзення бізнесу для многіх кампаній. Аднак рэчаіснасць паказвае, што далёка не ўсім зразумелае дадзенае паняцце.

Мэта. Даць агульнае ўяўленне аб франчайзінгу, яго асноўных паняццях, гісторыі і сучасным стане ў Беларусі.

Метады. Аналіз навуковых літаратурных крыніц, сістэматызацыя і абагульненне звестак.

Вынікі. Роданачальнікам франчайзінгу стаў І. М. Зінгер, які ў 1851 г. заснаваў у ЗША кампанію «I. M. Singer & Co», што займалася вырабам швейных машын. Відазмяненне франчайзінгу пачалося толькі ў 1950-х гг. Яно было звязана з заснаваннем у 1954 г. Р. А. Крокам сеткі рэстаранаў хуткага харчавання «McDonald’s» – першай кампаніі з франчайзінгам бізнес-фармату. У франчайзінгу ёсць заўсёды дзве асобы – франчайзер і франчайзі, паміж якімі заключаецца дамова франчайзінгу. Паводле яе франчайзі набывае франшызу, ці франчайзінгавы пакет – поўную бізнес-сістэму франчайзера, а франчайзер атрымлівае ад франчайзі плату – роялці. Франчайзер з’яўляецца, як правіла, буйной і вядомай кампаніяй з ярка выражаным іміджам і высокай дзелавой рэпутацыяй. Ён валодае распрацаванай сістэмай вядзення пэўнай дзейнасці, і пры заключэнні дамовы дае іншаму эканамічнаму агенту дазвол карыстацца ёй. Франчайзер пастаянна садзейнічае арганізацыі бізнесу франчайзі. Напрыклад, у выглядзе матэрыяльнай дапамогі, паставак, навучання і павышэння кваліфікацыі персоналу, кансультацыйнага садзейнічання, кантроля якасці, сумеснай рэкламнай і маркетынгавай кампаніі і г.д. Паводле дамовы праваўладальнік «прадастаўляе ў арэнду» пакупніку свой гандлёвы знак, ці марку, або брэнд, сродкі індывідуалізацыі, ноў-хау. Франчайзі – гэта звычайна малая фірма або індывідуальны прадпрыемец, што толькі-толькі пачынае свой бізнес. Сваю дзейнасць ён ажыццяўляе ў адпаведнасці са стандартамі і практыкай франчайзера, выконвае яго тэхналогіі вытворчасці і абслугоўвання. За «арэнду» фірменнага наймення франчайзера франчайзі выплачвае перыядычную кампенсацыю – роялці. Адносіны паміж франчайзерам і франчайзі рэгламентуюцца дамовай франчайзінгу. Адрозніваюць чатыры тыпы франчайзінгу: таварны (толькі рэалізацыя тавару); прамысловы, ці вытворчы (вытворчасць і продаж прадукцыі); сервісны (рэалізацыя паслуг); дзелавы, ці франчайзінг бізнес-фармату (поўная арганізацыя бізнесу). Зараз у Беларусі налічваецца каля 120 замежных франшыз. З другога боку, па дадзеным «Белфранчайзінгу», на сённяшні дзень больш за 30 беларускіх кампаній прапаноўваюць набыць іх франшызу [1].

Выводы. Франчайзінг, такім чынам, – гэта від эканамічных адносін, пры якіх адзін бок атрымлівае на аснове дамовы ад другога боку адплатнае права дзейнічаць ад яго імені. На сённяшні дзень беларускія фірмы і індывідуальныя прадпрыемцы актыўна набываюць замежныя франшызы, аднак сярод буйных беларускіх кампаній (у якасці праваўладальнікаў) шырокага распаўсюджвання франчайзінг не знайшоў.

Літаратура:

1. Ассоциация Франчайзеров и Франчайзи "Белфранчайзинг" [Электронны рэсурс] / Понятие франчайзинга – Ассоциация Франчайзеров и Франчайзи "Белфранчайзинг". – Рэжым доступу: <http://belfranchising.by/about-belfranchising/concept/>. Дата доступу: 05.01.2016.
2. Франчайзинг в России: предложения франчайзинга, купить франшизу [Электронны рэсурс] / Франчайзинг: подробное руководство. Что такое франчайзинг, виды и формы. – Рэжым доступу: <http://rarf.ru/chto-takoe-franchajzing/>. Дата доступу: 05.01.2016.