

Жмай О. В., старший викладач

Кузнецова М. Д.

Одеський національний університет імені І. І. Мечникова,

м. Одеса

КЛАСИФІКАЦІЯ СУЧАСНИХ ФОРМ ФРАНШИЗИ

Франчайзинг є ефективною моделлю організації бізнесу, яка існує більш ніж 100 років та використовується у всьому світі. Купівля франшизи, з одного боку, дозволяє масштабуватися успішним компаніям, а з іншого – отримати досвід та знання в введенні бізнесу підприємцям-початківцям.

В сучасному світі науковці виділяють приблизно 40 видів франшиз, але досі не існує їх чіткої класифікації. Це створює певні перепони при пошуку та купівлі франшизи, тому ми пропонуємо класифікувати франшизи залежно від основних критеріїв (рис. 1).



Рис. 1 Класифікація франшиз

Відповідно до повноти дотримання стандартів та контролю з боку франчайзера, франшизи поділяють на жорсткі та м'які (вільні).

Жорстка франшиза (Hard Franchise) передбачає дотримання франчайзі всіх правил та обов'язків, які прописані в франчайзинговому договорі й за недотримання яких доведеться сплатити штраф або розірвати угоду. Попри те, що франчайзі мають менше свободи, вони також менше ризикують і отримують підтримку від франчайзера у вигляді навчання, консультацій, використання різних інструментів тощо.

М'яка франшиза (Soft Franchise) надає більше можливостей для реалізації творчого потенціалу франчайзі та впровадження нових ідей. Франчайзі отримує тільки концепцію підприємства, його назву та логотип. Однак будь-яка м'яка

франшиза з часом перетвориться на жорстку, бо від дій франчайзі залежить репутація самого франчайзера та всієї франчайзингової мережі [6].

Відповідно до об'єкта, з приводу якого між франчайзером та франчайзі виникають взаємовідносини, виділяють товарну, виробничу та ділову (бізнес-франшизу).

За товарною франшизою (Product Franchise) франчайзі отримує комплекс прав, який дозволяє поширювати продукцію, вироблену франчайзером, використовуючи його торгову марку, комерційне найменування та логотип продавця. Роялті (періодичний платіж, що перераховується франчайзеру) часто в товарній франшизі складає 0%, бо дохід франчайзера закладений в ціну продукції.

Виробнича франшиза (Manufacturing Franchise) дає франчайзі право на використання технологій виробництва та збуту продукції, яка зроблена із сировини та матеріалів франчайзера. Виробничу франшизу підприємства використовують, коли методологія виробництва є конфіденційною інформацією або права на виробництво та продаж продукції треба передати регіональним франчайзі.

За діловою франшизою (Business Format Franchises) передаються права франчайзі на використання всієї бізнес-моделі франчайзера в певній географічній області протягом певного періоду. Ділова франшиза є жорсткою франшизою та нині охоплює більшість усіх укладених франчайзингових договорів [1, 2, 3].

Залежно від характеру взаємовідносин між франчайзером та франчайзі виділяють індивідуальну та розширену франшизи.

Індивідуальна франшиза (Single-unit Franchise) – це комплекс прав на відкриття однієї франчайзингової точки в певній географічній області протягом певного періоду. В свою чергу, вона поділяється на виключну та невиключну. За виключною франшизою франчайзі тієї самої франчайзингової мережі не можуть відкривати свої точки у географічному регіоні окремого франчайзі, невиключна франшиза цього не передбачає.

Відповідно до розширеної франшизи (Multi-unit Franchise), франчайзі отримує право на відкриття будь-якого числа франчайзингових точок в міру свого зростання. Крім бренду франчайзингової мережі, франчайзі можуть купувати також франшизи інших брендів.

Розширена франшиза поділяється на територіальну, майстер-франшизу та франшизу регіонального представництва.

Територіальна франшиза (Area Development Franchise), крім ознак розширеної франшизи, передбачає фінансове покарання або розірвання угоди за невиконання плану відкриття певної кількості франчайзингових точок в межах певної території та протягом визначеного терміну.

В межах майстер-франшизи (Master Franchise) франчайзі отримує право на продаж франшизи іншим франчайзі. Він має право надавати повний спектр продуктів та послуг франчайзера: набір та навчання персоналу, постійна підтримка, а також укладання договору та ін. Франчайзер отримує відсоток від роялті та поточних зборів за франшизу, але всю роботу виконує майстер-франчайзі.

Франшиза регіонального представництва (Area Representative Franchise) подібна до майстер-франшизи, але регіональний представник (покупець цієї франшизи), на відміну від майстер-франчайзі, не має право укладати франчайзингові угоди з франчайзі, яких він наймає. Цим займається власник франчайзингової мережі [1, 3, 4].

Залежно від участі в управлінні франшизою та розміру інвестицій, крім класичної франшизи, де франчайзі наймає персонал та займається операційним керуванням, франшизи ще поділяються на франшизу самозайнятості та інвестиційну франшизу.

Франшиза самозайнятості (Job Franchise) передбачає, що франчайзі хоче вести невеликий франчайзинговий бізнес та самостійно працювати. Ця франшиза не вимагає великих інвестицій та серйозних ресурсів для адміністрування бізнесу і зазвичай має ознаки торгової франшизи.

Купуючи інвестиційну франшизу (Investment Franchise), франчайзі вкладає значні кошти у франчайзингову точку, але не займається операційним управлінням. Він зазвичай наймає власну команду менеджерів або франчайзера для ведення бізнесу, повернення вкладених коштів та приросту капіталу [5].

Таким чином, обрані критерії класифікації показують різні типи організації взаємодії франчайзера та франчайзі. Обираючи франшизу, франчайзі, по-перше, повинен визначитися зі сферою, в якій він хоче працювати. Популярними є торгівля та послуги, а виробництво вимагає найбільших капіталовкладень, які довго окупаються, а також досвіду в виробничій сфері, тобто початківцям ця сфера не підходить. По-друге, франчайзі повинен оцінити свої фінансові можливості та чи хоче він брати участь в управлінні франчайзинговою точкою. Можливо, франчайзі вже має досвід та керує своєю компанією, але хоче отримувати додатковий дохід.

Якщо франчайзі тільки починає свій шлях в підприємстві, то йому спочатку треба навчитися керувати однією франчайзинговою точкою. Отримавши базу знань та довівши, що вони є здібними, франчайзі можуть попросити франчайзера затвердити їх для наступних точок.

Список використаних джерел

1. Коротко про франчайзинг. *Franchise Capital*. URL: <http://surl.li/awgea> (режим доступу 15.11.21).
2. Рязанов А. А. Современные виды франчайзинга. Вестник Московского университета имени С. Ю. Витте. Серия 1. Экономика и управление. №2 (29). 2019. С. 87-93.
3. Bulakh T., Plakhotnikova L., Hromadskyi R. Classification of Franchising and Specifics of Its Types in Business Operation. Науковий вісник Національної академії статистики, обліку та аудиту. №3. 2020. С. 77-83.
4. What is area development in franchising? *Point franchise*. URL: <http://surl.li/awgdx> (режим доступу 15.11.21).
5. Types of franchises. *Francity*. URL: <http://surl.li/awged> (режим доступу 15.11.21).
6. Starting as a franchise entrepreneur. *Business.gov.nl*. URL: <http://surl.li/awgee> (режим доступу 15.11.21).