

Тези доповідей Міжнародної науково-технічної конференції, - Київ:

УДУХТ, 1997, с. 56

Ковальчук І.В.

Проблеми та перспективи розвитку франчайзингу в Україні

Франчайзинг — це форма організації бізнесу, за якої одне підприємство зобов'язується продавати продукт або послуги за заздалегідь встановленими для нього законами й правилами ведення бізнесу іншим підприємством.

Для відомих на ринку підприємств франчайзинг — це спосіб поширення бізнесу. Для починаючих підприємців франчайзинг — це один зі способів стати власником бізнесу. На зростаючих ринках франчайзинг є самим швидким способом навчання підприємців практичним стандартам, які необхідні, щоб вести прибутковий бізнес.

Договір франчайзингу містить елементи ліцензійної угоди (дозвіл на використання об'єктів виключних прав), договору про надання послуг (консультативне й технічне сприяння), договору про спільну діяльність (співпраця для досягнення загальних підприємницьких цілей), договору купівлі-продажу (придбання необхідної технічної і ділової документації), трудового договору тощо.

Традиційно франчайзинг охоплює такі галузі, як громадське харчування (fast food, кафе на колесах, піцерія, морозиво), торгівля (супермаркети, бутики, спеціалізовані магазини) й сфера послуг (послуги зв'язку, авторемонт, фотодрук, консалтингові й консультаційні служби, салони здоров'я і краси, хімчистка). Поступово франчайзинг завойовує й інші сфери української економіки: виробництво й складання комп'ютерів, продаж комплектуючих до комп'ютерів, комплексів автоматизації бухгалтерії, документообігу й діловодства, нафтовий бізнес, поліграфію, відеопрокат, програмне забезпечення бізнесу, школи іноземних мов, готельне господарство, розробку й будівництво функціональних споруд тощо.