

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/statya/144461>

Тип работы: Статья

Предмет: Экономика

-

Франчайзинг в системе отношений современной рыночной экономики

Франчайзинг в качестве формы организации и ведения бизнеса зародился в США.

Его возникновение связано многими учеными с предприятием Зингера. И. Зингер, являясь основателем компании по проведению продажи и обслуживания швейных машин «Singer Sewing machine company», в 1851 г. образовал первую во всем мире франчайзинговую систему, которая предоставляла право сторонним, являющимся финансово независимыми компаниям, производить продаж швейных машин на некоторой территории .

Однако бум в развитии франчайзинга был в конце 70-х гг. XX века, в данный временной период указанная форма организации и ведения бизнеса охватывала порядка 45-ти экономических отраслей США и на постепенной основе стремилась к выходу на международный рынок.

Способствовали развитию франчайзинга образованная в 1972 г. Европейская ассоциация франчайзинга (Europe Franchise Federation – EFF), Всемирный Совет по франчайзингу (World Franchise Council – WFC), который является объединением 44 национальных франчайзинговых ассоциаций. В качестве членов WFC выступают Российская ассоциация франчайзинга (РАФ) и ассоциация франчайзеров и франчайзи «Белфранчайзинг».

Согласно Европейскому кодексу этики франчайзинга, который был принят EFF, франчайзинг рассматривают в качестве системы маркетинга товаров и (или) услуг и (или) технологий, которая базируется на сотрудничестве на тесной и постоянной основе между компаниями, которые являются с юридической, финансовой стороны обособленными и независимыми, франчайзером и его отдельно взятыми франчайзи, при помощи чего франчайзером предоставляется отдельно взятому франчайзи право и налагается обязанность ведения бизнес согласно концепции франчайзера. «Ноу-хау» рассматривает Европейский кодекс этики франчайзинга в качестве совокупности непатентованной информации практического характера, которая получена в итоге опыта и тестирования франчайзером, она секретная, существенная и идентифицированная. .

Можно сделать вывод, что франчайзинг, который зародился еще в середине 19 в., является специфического характера формой организации и ведения бизнеса, в которую включается образование крупной сети однородных компаний, которые связаны общей торговой маркой и соблюдают единого характера технологию продажи товаров (оказания услуг), контролируемую централизованным образом . Франшиза первоначально - это контракт, который выражает условия ведения бизнеса с правом возмездного применения личных технологий франчайзера и его торгового имени. Представленная форма ведения бизнеса аналогично иным видам деятельности имеет и преимущества, и недостатки. В качестве преимуществ для франчайзи (пользователя) можно назвать:

1. Пользователю предоставлена технология, которая проверена временем, завоевала потребительское доверие и имеет собственное место на рынке. Иначе говоря, у франчайзи имеется возможность минимизации предпринимательских рисков.
2. Образование компании на базе франчайзинга требует вложения меньшего объема средств.
3. У франчайзи имеется возможность совершенствования навыков работы и получения новых знаний, предоставляющих возможность организации производства согласно высоким стандартам.

В качестве преимуществ для франчайзера (владельца) могут быть названы :

1. Укрепление его собственных рыночных позиций при минимуме капиталовложений.
2. Расширение потребительской базы и рост уровня доверия со стороны клиентов.
3. Концентрирование внимания на качественном уровне товара, появление возможностей по улучшению его характеристик.

Список литературы

1. Велиева Ф.Н. Современные тенденции и модели развития франчайзинга в России // Экономика и управление. – 2019. - №8. – С.89-94.
2. Старовойтова А.О., Ермолина Л.В. Франчайзинг как форма эффективного бизнеса // Студенческий. – 2019. - №31-2. – С.18-20.
3. Федотова М.Г., Ахтырский К.И., Столярова Е.В. Регуляторы франчайзинга: опыт США и российская практика // РИСК: Ресурсы, Информация, Снабжение, Конкуренция. – 2019. - №3. – С.45-50.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/statya/144461>