

РЕСТОРАННИЙ ФРАНЧАЙЗИНГ В УКРАЇНІ

В.О. Савченко, студент

О.В. Кузьмін, к.т.н.

*Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського, м. Донецьк*

Сьогодні понад чотирьохсот компаній займається просуванням своїх франшизних продуктів на території України і мають як мінімум одну франчайзингову точку. Кількість не така вже й велика, але порівняно з кількістю компаній, які працюють на ринку Росії - близько п'ятисот франчайзерів, це дуже непоганий показник. Стосовно ринку європейських країн у середньому припадає близько тисячі франшиз на ринок, а лідируючу позицію займає Китай з більш ніж трьома тисячами пропозицій. І всі ці компанії зацікавлені в першу чергу в успішному продажу своїх франшиз.

Але кількість франшиз не основний фактор, головне - тенденції розвитку ринку. В останні кілька років на українському ринку франчайзингу відзначена тенденція зростання на рівні 20-25% щорічно, згідно з прогнозами фахівців дана тенденція зростання буде витримана і в майбутньому.

Український бізнес в сфері франчайзингу має ряд національних особливостей. У нашому законодавстві існує поняття договору комерційної концесії. З юридичної точки зору цього начебто недостатньо, але цього цілком достатньо підприємцям для організації бізнесу найбільш прийнятним для себе чином. Відсутність жорсткого регулювання на законодавчому рівні дозволяє організовувати будь-які схеми взаємовідносин між підприємцями.

Наступним позитивним моментом є відсутність обов'язкової і певної моделі точок, для того, щоб продати франшизу бізнесу не обов'язково працювати якийсь час, це можна робити відразу ж після реєстрації підприємства, що дозволяє підприємцям досить швидко та активно виходити на український ринок з новим пропозиціями. У більш ніж сорока країнах світу існують такого роду обмеження, а в решті країн, зазвичай, не використовують обмеження, а просто чекають, коли у підприємців почнуться проблеми, тоді і займаються їх вирішенням.

Такий підхід може бути досить цікавим, зважаючи на те що наступним можливим рівнем розвитку законодавства може бути закон про розголошення комерційної інформації перед підписанням договору франчайзингу. Прийняття закону про розголошення інформації дозволить як франчайзеру так і франчайзі максимально точно зрозуміти один одного, що особливо важливо в умовах постійного зростання кількості пропозицій франчайзингу на українському ринку.

Франшизи кав'ярень, піцерій, ресторанів та інших закладів ресторанного господарства - одні з найпопулярніших в світі. Франчайзинг отримав своє швидке поширення в багатьох сферах бізнесу як раз завдяки успіху ресторанних франшиз.

Сьогодні в Україні, в рамках франчайзингу, існує більше ста різних

ресторанних концепцій: серед них як популярні вітчизняні проекти, так і великі міжнародні бренди.

В залежності від формату і концепції розмір інвестицій у відкриття закладу варіюється від \$ 7 000 (для стріт-фуду) до \$ 500 000 (для класичного ресторану). Плюс вартість франшизи, яка в більшості випадків складає 10-20 % від суми інвестицій.

У покупки ресторанної франшизи є свої недоліки:

- вартість франшизи, особливо у випадку з класичним рестораном, може бути дуже високою (до 50% суми інвестицій), це без урахування щомісячних виплат франчайзеру;

- торгова марка може мати низьку упізнаваність у регіоні, а значить витрати на покупку франшизи просто не привернуть до додаткових клієнтів;

- стандарти роботи ресторанної мережі, як правило, дуже жорстко прописані: не можна вносити зміни в дизайн інтер'єру, меню, цінову політику та інші важливі складові бізнесу;

- не всі власники (продавці) франшиз насправді розуміють, як розвивати свою мережу.

На сьогоднішній день в Україні спостерігається багато відомих підприємств ресторанного господарства, наприклад McDonald's. На наш ринок в 2012 році прагнуть вийти всесвітньо відома кав'ярня Starbucks, а також одна з найбільших мереж ресторанів швидкого харчування Kentucky Fried Chicken і найбільша в світі мережа фастфудів Subway.

З вище сказаного можна зробити висновок, що ринок ресторанного франчайзингу в Україні починає виходити на якісно новий рівень. І зацікавленість іноземних компаній українським ринком підвищується. Ринок ресторанного бізнесу займає найбільшу частку - близько 55% всіх брендів розвиваючих франчайзинг в Україні. Франчайзинг має перелік переваг, які дозволяють знизити операційні витрати і підвищити ефективність виробничої діяльності, що особливо важливо для України в сучасних умовах. Однак, незважаючи на таку значну кількість переваг, ринок франчайзингу має ряд проблем, що потребують вирішення. Франчайзинг буде ще не один рік стрімко розвиватися в Україні, адже даний напрямок зосереджує в собі не тільки вітчизняні бренди, але й відомі світові бренди, що, безсумнівно, є кращим стимулом для споживачів продукції або послуг.