

УДК 640.432

ФРАНЧАЙЗИНГ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ МЕТОД ІНВЕСТУВАННЯ У РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕС

Коваль Ольга Володимирівна, к.т.н.,

Шабанова Ілона Ігорівна, студент

Національний університет харчових технологій, (НУХТ), м. Київ

Анотація. Дослідженні теоретичні проблеми франчайзингу як ефективного методу інвестування у ресторанному бізнесі.

Ключові слова. Франчайзинг, інвестування, ресторанний бізнес.

Постановка проблеми. Сучасні тенденції в економіці України та туризмі свідчать про те, що ринок ресторанних послуг є достатньо перспективним для інвестування. Одним з методів інвестування є франчайзинг. Особливого значення в науково-прикладному аспекті набуває аналіз високоефективної і відомої в усьому світі бізнес-технології на засадах франчайзингу як інноваційної моделі економічного розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження франчайзингу є одне з ключових у розвинутих країнах, тому що малий і середній бізнес являється основою успішної економіки країн Заходу. Успішний розвиток МСБ без франчайзингу неможливий. Одна з найстаріших організацій світу – Міжнародна Асоціація франчайзингу (International Franchising Association - IFA), яка розвиває модель розвитку ділової активності через модель франчайзингу вже 56 років, проводить щорічні глобальні прогнози розвитку франчайзингу, малого та середнього бізнесу. Політикою успішних держав є розвиток та експорт власних бізнесів на міжнародні ринки через модель франчайзингу і цю політику успішно просувають через торгові ради власних посольств та торгівельні договори. Науковці досліджують причини, чому компанії у своєму розвитку та експансії як на внутрішніх та зовнішніх ринках дають перевагу моделі франчайзингу, серед них так як А.М. Дохерті (A. M. Doherty), Д. Уельш, І. Аллон, С. Фальбе, Ж. Мелінже, А. К. Пасван, Д. Шарма.

Успіх у сфері ресторанного бізнесу залежить від наявності концепції закладу ресторану, раціонального менеджменту, цінової політики, бездоганного сервісу, сучасної кухні та ін. Створити в умовах високої конкуренції прибуткове підприємство ресторанного господарства дуже важко. Тому великою популярністю користуються франчайзингові мережі.

Формулювання цілей статті. Враховуючи багатогранність поглядів стосовно сутності франчайзингу необхідно акцентувати увагу на аналізі його конкретних форм, видів та привабливості популярної бізнес-моделі для українських підприємців.

Виклад основного матеріалу. Найбільш прибутковими та активними залишаються компанії, що розвивають іноземні франшизи. Серед українських компаній безумовним лідером – є компанія «Система швидкого харчування» (FFS). Деякі українські оператори ресторанного бізнесу активно розглядають можливість покупки іноземних франшиз для посилення власного портфелю бізнесу та збільшення капіталізації.

Проаналізувавши зарубіжний ринок, можна зробити висновок, що найбільшу експансію за кордоном франчайзинг проявив у сфері ресторанного бізнесу та у сфері послуг: ресторани швидкого обслуговування – 56,3 %; ресторани повного циклу – 13,1%; продукти харчування – 14,2%; готельні комплекси – 18,2%; автопослуги – 4,9%; бізнес-послуги – 3,3%; послуги на ринку нерухомості – 1,5%. Хоча франчайзі сам сплачує витрати на заснування бізнесу, франчайзер зазвичай надає дуже вигідні знижки при постачанні матеріалів і витратних засобів. Ці знижки надають можливість франчайзі купувати продукти у франчайзера за нижчими цінами, що робить його бізнес більш ефективним, ніж без франчайзера. За даними компанії Franchise Group в структурі власності на бізнес в Україні переважають франчайзингові об'єкти: ресторанний бізнес – 75 %; ритейл – 77 %; послуги населенню – 79 %.

Ринок ресторанного бізнесу займає найбільшу частку – біля 75% від усіх видів діяльності, які розвивають франчайзинг в Україні.

Результати попередніх досліджень вчених дозволили виявити наступні тенденції франчайзингу у сфері ресторанного бізнесу:

- сегмент ринку «хлібобулочні втробы»: інвестиції – 15-1980 тис. грн, вартість франшизи – 0,1-100 тис. грн; термін окупності – 3-36 міс.;
- сегмент «кофе-бар, кав'ярня»: інвестиції – 45-900 тис. грн, вартість франшизи – 24-250 тис. грн; термін окупності – 3-36 міс.;
- сегмент ринку «солодощі, морозиво»: інвестиції – 12-2000 тис. грн, вартість франшизи – 8-600 тис. грн; термін окупності – 2-36 міс.

Роялті в усіх зазначених сегментах ринку, є відсутнім.

Висновки. Тенденції на ринку франчайзингу є як достатньо позитивними так і такими, що стримують розвиток, але їх наявність свідчить про те, що 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. Нейтралізація чинників, що стримують активне впровадження франчайзингу, посилить переваги цієї прогресивної системи розвитку бізнесу. Саме тому ринок франчайзингу можна розглядати як перспективний напрямок для ведення комерційної діяльності на території України та варто очікувати збільшення кількості франчайзерів та, особливо, франчайзі. За умов розвитку ресторанного бізнесу в Україні шляхом активного формування ресторанних мереж франчайзинг визначається однією з найефективніших систем.

Список літератури.

1. Арутюнян С.В., Слободян Н.Г. Стратегія впровадження франчайзингу - прогресивний підхід до розвитку підприємств харчової промисловості // Наукові праці НУХТ. - 2011. - №40.
2. Григоренко, Т.І. Класифікація франчайзингових мереж // Товари і ринки 2011.– №1. С.36–43.
3. Мазуренко, В. П. Розвиток франчайзингових відносин у міжнародному бізнесі // Науковий вісник ЧДІЕУ № 3 (19), 2013. С. 78–84.
4. Сайт асоціації франчайзингу//[Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.franchising.org.ua> .