

*ЛОМАКА Л.,
1 курс, 11 група, ФТБ ДТЕУ*

Науковий керівник
Расулова А., канд. екон. наук, доц.
(ДТЕУ, м. Київ)

ФРАНЧАЙЗИНГОВІ ВІДНОСИНИ НА РИНКУ РЕСТОРАННИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ

Франчайзинг – це форма співпраці між юридично та фінансово незалежними сторонами (компаніями та/або фізичними особами), в рамках якої одна сторона (франчайзер), що володіє успішним бізнесом, відомою торговою маркою, ноу-хау, комерційними таємницями, репутацією та іншими нематеріальними активами, дозволяє іншій стороні (франчайзі) користуватися цією системою на погоджених умовах. Одним з ключових понять в системі франчайзингових відносин є франшиза (франчайзинговий пакет), тобто повна бізнес-система, включаючи посібники по веденню робіт, програмне забезпечення, документацію та інші матеріали, які франчайзер передає франчайзі. Наявність франшизи дозволяє останньому працювати достатньо ефективно, навіть при відсутності попереднього досвіду та знань в певній сфері бізнесу [1].

Для країн пострадянського простору, в тому числі й для України, розвиток франчайзингу розпочався з 80-х років минулого століття, у той час як світова практика свідчить про активне використання такого способу здійснення підприємницької діяльності уже понад 150 років, спочатку у таких трьох галузях промисловості США, як автомобілебудування, виробництво напоїв та фармацевтичний бізнес. Пізніше лідерами франчайзингового ринку стали ресторани швидкої їжі [2].

Іноземний досвід свідчить, що покращенню економічної ситуації в країнах значно сприяє малий бізнес, який у розвинутих країнах виробляє більше 50 % ВВП, в той час як в Україні – лише близько 15–16 % [3].

Функціонування іноземних франчайзерів дозволяє вітчизняним підприємствам з часом перейняти успішний досвід ведення діяльності в умовах франчайзингових відносин, достатній для більш широкого розвитку договірної системи внутрішнього франчайзингу в Україні. Крім того, діяльність іноземних франчайзерів сприяє постачанню на вітчизняний ринок нових товарів і послуг [2].

Система франчайзингу у готельно-ресторанному бізнесі надає обом сторонам – франчайзеру і франчайзі – певні переваги і може викликати окремі недоліки.

Переваги франчайзингу для франчайзі [3]:

1. Пакет планів і специфікацій, допомога в початковий період діяльності.

2. Реклама по всій країні, світу.

3. Централізована система бронювання.

4. Можливість користування знижками при придбанні меблів, устаткування й інших товарів, які використовуються при обслуговуванні гостей.

Недоліки франчайзингу для франчайзі:

1. Необхідність здійснення виплат франчайзеру.

2. Необхідність дотримання стандартів, установлених франчайзером.

3. Можливість придбання негативного іміджу у випадку незадовільної роботи франчайзера.

Переваги франчайзингу для франчайзера:

Можливість глибше проникати на ринок, розширювати бізнес із мінімальними інвестиціями.

Додатковий дохід від одержання виплат від франчайзі.

Недоліки франчайзингу для франчайзера:

Доход обмежується тільки виплатами від франчайзі.

Небезпека придбання негативного іміджу у випадку недотримання франчайзі встановлених стандартів якості.

Кожного року український ринок франчайзигу поповнюється новими франчайзерами, як вітчизняними, так і зарубіжними. Проте, попри загальний розвиток українського ринку, необхідно відзначити і наявність низки проблем, що перешкоджають його розвитку та потребують вирішення юридичних, економічних, організаційних та соціально-психологічних питань, пов'язані із [4]:

необізнаністю вітчизняних підприємців з основними принципами та особливостями ведення бізнесу за умовами франчайзингу;

невідповідністю міжнародним стандартам;

відсутністю закону України про франчайзинг;

відсутністю практики апробації бізнесу;

відсутністю кваліфікованих кадрів;

недостатньою кількістю інформації про франчайзинг як метод ведення бізнесу;

високою вартістю франшизи порівняно з купівельною спроможністю покупців;

складними умовами та адміністративними бар'єрами для організації та ведення бізнесу.

Враховуючи всі недоліки українського ринку франчайзингу, його розвиток відбувається повільніше, ніж у країнах Європи та США. Проте за сучасних кризових умов даний вид бізнесу залишається одним із найперспективніших та найменш ризиковим для українських підприємців, а також дає можливість підвищити конкурентоспроможність вітчизняної економіки і сприяє виходу країни з кризи.

Франчайзинг створює певні вигоди не лише для власників бізнесу, але й для споживачів. Вони отримують доступ до вітчизняних та імпортованих товарів та послуг відомих торгових марок, якість яких перевірена досвідом і часом. Проте активне використання франчайзингу в Україні вимагає насамперед реформування законодавчої бази.

Список використаних джерел

1. Управління згідно договору франчайзингу [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://pidruchniki.ws/15060913/turizm/upravlinnya_zgidno_dogovoru_franchayzinga
2. Глушаченко Н.А. Міжнародний франчайзинговий бізнес / Н.А. Глушаченко. – http://dspace.uabs.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/8608/1/term%20paper_IE_Glushachenko.pdf
3. Костюк А.К. Перспективи розвитку сучасних підприємств на умовах франчайзингу / А.К. Костюк, В.В. Дергачова. – Режим доступу: <http://probl-economy.kpi.ua/pdf/2022-35.pdf>
4. Franchise Business Economic Outlook for 2022 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://emarket.franchise.org/FranchiseBizOutlook2015.pdf>
5. Український франчайзинг у 2024 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://franchising.ua/stattya/2506/ukrainskiyfranchayzing-u-2014-roci/>