

ФРАНЧАЙЗИНГ ЯК ПРОГРЕСИВНА ФОРМА РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

На сучасному етапі малий та середній бізнес в Україні розвивається у вкрай складних фінансових умовах. Також відсутня дієва система фінансування, страхування та кредитування підприємницької діяльності. Тому ефективною є модель взаємодії малого та середнього бізнесу з великими та розкрученими підприємствами-брендами. Формою такої фінансової співпраці є франчайзингова система, що може запроваджуватись у різних сферах [1]. Проте, в Україні франчайзинг найбільш популярний у роздрібній торгівлі, сфері послуг та громадському харчуванні. Завдяки франчайзингу малі підприємства можуть уникнути деяких ризиків, що виникають під час заснування власного бізнесу. Франчайзери допомагають подолати конкуренцію на певному сегменті ринку, дають можливість користуватись прийомами, що доступні тільки великим фірмам. Експерти стверджують, що фінансові ризики при застосуванні франчайзингової системи скорочуються у 4-5 разів.

Виправданість франчайзингу в Україні пояснюється браком фінансових можливостей для запровадження нових ідей, неконкурентоспроможністю наших підприємств проти іноземних та втратою ринку багатьма українськими фірмами [2]. Втілення прогресивних та перспективних бізнес-ідей передбачає наявність у підприємця актуальних знань щодо управління персоналом, реклами, маркетингу та діловодства, що у свою чергу вимагає значних часових та фінансових затрат. Натомість ведення бізнесу за системою франчайзингу певною мірою скорочує такі вимоги, адже підприємець використовує надбання уже випробуваної моделі бізнесу.

За інформацією Української асоціації франчайзингу, у нашій країні нараховується близько 200 франчайзингових фірм, що ведуть співпрацю з двома тисячами франчайзі:

- 25% франчайзингових компаній - це підприємства громадського харчування (ресторани та фаст-фуди),
- 20% - роздрібна торгівля,
- 12% - сфера послуг (хімчистки, мобільний зв'язок, перукарні, туристичні фірми),
- 8% - автозаправні станції,
- 35% - підприємства з іншою сферою діяльності [3].

Найефективнішою в Україні є модель франчайзингу, коли франчайзі надаються права не лише на реалізацію, але й на виробництво продукції великої компанії з використанням її бренду. Такий тип франчайзингу називається діловим. Він передбачає також надання багатьох пільг франчайзі, що має позитивний вплив як на його діяльність, так і на діяльність усієї системи. Проте, ця система не досконала й поклала початок виробничому франчайзингу, за умовами якого франчайзі може лише виробляти продукцію без використання торгової марки.

Для України франчайзинг є досить новим явищем, адже у економічно розвинутих країнах його практикують протягом декількох століть. Це пояснюється тим, що ринок промислово розвинутих країн дуже відрізняється від українського ринку: сталі ринкові відносини, досконалість законодавства, інформаційна незаангажованість, ринкова інфраструктура, відсутність тіньової економіки. Попри це, франчайзинг є перспективною та пріоритетною формою ведення бізнесу малими підприємствами, яка може стимулювати розвиток малого та середнього бізнесу в Україні.

Список використаної літератури:

1. Франчайзинг у готельно -ресторанному бізнесі / за заг. ред. Л. С. Трофименко. – К.: Кондор, 2014. – 370 с.
2. Суховатий О. В. Особливості реалізації франчайзингу в Україні / О. В. Суховатий // Проблеми науки. – 2016. – № 2. – С. 14–18.
3. Укр Стандарт Франшиза [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://isfcompany.com>.