

ФРАНЧАЙЗИНГ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ МЕТОД ІНВЕСТУВАННЯ У РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

©Чорій М.В.,2015

Сучасні тенденції в економіці України та туризмі дозволяють сказати про те, що ринок ресторанних послуг є достатньо перспективним для інвестування. Одним з методів інвестування є франчайзинг. Ресторанні мережі на основі франчайзингу є новою формою бізнесу в індустрії туризму України.

Теоретичні та практичні аспекти франчайзингу достатньо широко представлено у науковій та навчальній літературі, у галузевих періодичних виданнях та в мережі Інтернет.

Франчайзинг – це система мережевого (сітьового) бізнесу, до складу якої входить компанія франчайзер, що розробила, успішно використовує та продає елементи власного бізнесу, та компанії або підприємці – франчайзі, які придбали у франчайзера право користування брендом (торговельною маркою) та методами ведення бізнесу [1].

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.

Франчайзинговий пакет для закладу ресторанного господарства – це бізнес-структура з визначеною концепцією, асортиментом продукції, послуг, які дозволяють організувати підприємницьку діяльність з мінімальним ризиком.

У Києві функціонує близько 100 ресторанів швидкого обслуговування, які складають ресторанні мережі. На українській кухні спеціалізуються фірми „Швидко”, „Три товстуні”, „Українське бістро”, „Два гуся”, „Матусина хата”, „Жили-були”.

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 можливості покупки іноземних франшиз для посилення власного портфелю бізнесу та збільшення капіталізації. Ринок ресторанного бізнесу займає найбільшу частку – біля 55% від усіх брендів, які розвивають франчайзинг в Україні.

Ресторанний бізнес України є привабливим для міжнародних компаній, які за умов стабілізації політичного та економічного стану держави, мають наміри реалізувати стратегічні програми щодо організації та розвитку франчайзингових ресторанних мереж в Україні. Підтвердженням вищезазначеного є наявність достатньо широких переліків пропозицій (каталогів) з продажу франшиз на організацію ресторанного бізнесу. Так, наприклад, з 51 пропозиції тільки 5 належить вітчизняним компаніям та відносяться до фаст-фудів [2]. Інші франшизи з організації кафе, кав'ярень, піцерій, ресторанів, фаст-фудів належать міжнародним компаніям, бренди яких мають як національне, так і світове визнання.

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.