

УДК 338.488.2:640.43

Аліна Лисенко

студентка III курсу спеціальності «Готельно-ресторанна справа»

Науковий керівник:

Тетяна Кукліна

канд. екон. наук, доцент,

доцент кафедри туристичного, готельного та ресторанного бізнесу
Національний університет «Запорізька політехніка»

ВИКОРИСТАННЯ ФРАНЧАЙЗИНГУ В РЕСТОРАННІЙ ГАЛУЗІ

Франчайзинг – це право використання відомого бренду за для комерційної вигоди, тобто договір між двома сторонами, одна з яких (франчайзер) – надає своє ім'я та стратегію існування за певну плату бізнес партнеру за даною угодою. Започаткування франчайзингу відбулося у США, завдяки відомому засновнику швейних машин Ісаку Зінгеру. Саме він почав економічно вигідно застосовувати ланцюг для продажу свого бренду [3].

Франчайзинг – це оренда торгового знаку, яка закріплюється договором між двома сторонами. У більшості випадках запрошують юридичного представника для допомоги у заключенні певної угоди. Обговорюються правила використання бренду, певна кількість постачання матеріалів, час оренди та оплата. У більшості випадків все проходить за звичайним планом: 1. Франчайзер отримує плату за надання товарного знаку, піклується про достатню кількість постачання сировини. 2. Франчайзи відповідає за правильність налаштування праці, так, щоб надана схема спрацювала. В його обов'язки входять витрати на підготовку до запуску проекту. 3. Сплатування роялті – це оплата щомісячної оренди, яка надається франчайзеру. 4. Рекламний внесок – це щомісячний платіж франчайзеру, за для якісної реклами та просування бренду [1].

У сучасній економіці франчайзинг має декілька форм: прямий франчайзинг, майстер-франшиза, зворотній, м'який франчайзинг,

субфранчайзинг. Ця форма ведення бізнесу є досить непоганою для починаючих підприємців, а саме м'який франчайзинг зможе допомогти у втіленні проекту. Для більшого орієнтування в цій галузі існує певний різновид: товарний франчайзинг (використання у торговій галузі), промисловий франчайзинг (право носити фірмовий знак бренду, виготовлення продукції, за певними зразками та з використанням сировини), сервісний франчайзинг (право займатися певною працею під маркою фірми), бізнес-формат (повність ліцензії на право користування) [2].

В Україні також багато виробництв, які працюють завдяки франчайзингу. Надається більше 550 видів в галузі, важко зробити вибір, куди ж зробити перший внесок. Є топ 5 лідируючих компаній України в 2021 році, цій галузі бізнесу, це:

1. Джигіт – мережа ресторанів грузинської кухні у форматі Fast-Casual. Обсяг інвестицій – від 30000\$. Вступний внесок – від \$8000\$ до \$15000 в залежності від формату ресторану. Роялті – 3%. Період окупності становить від 9 до 12 місяців.
2. Good Beer – міжнародна мережа спеціалізованих магазинів розливного пива і пабів. Обсяг інвестицій залежить від розміру франчайзингової точки і уточнюється з кожним франчайзі окремо. Роялті – 2%. Вступний внесок відсутній. Термін окупності – від 3 місяців.
3. MUCHO GUSTO – мережа магазинів іспанської гастрономії – хамони, сири, вина, делікатеси, ексклюзивна продукція прямо з Іспанії. Середній показник чистого доходу: 6000–8000 євро на місяць, пропорційний закупівлі товару. Спеціальна промо вартість франшизи для магазинів MUCHO GUSTO Україна всього 9999 Євро. Окупність від 6 місяців.
4. Pizza Celentano Ristorante – перша і найбільша мережа піцерій в Україні. Паушальний внесок – від \$10000 до \$20000. Обсяг інвестицій становить від \$60000 до \$180000 залежно від площі ресторану. Термін окупності – від 12 місяців.
5. Salateira – міжнародна мережа ресторанів здорового харчування. Необхідний обсяг інвестицій для запуску фудкорту становить \$200000, а для відкриття ресторану – \$300000. Розмір роялті в Україні становить 3% (в інших країнах – 4%). Вступний внесок – \$20000. Період окупності – від 36 місяців.

Тобто, за останні роки перевага надається ресторанному господарству. Вагому роль у франчайзингу, як і у будь-якому іншому бізнесі грає період окупності. Середній рівень окупності ресторанів складає період з 12 до 24 місяців, але може бути й більше. Бізнес вважається доречним для франчайзинга, якщо самостійно проіснував 5 років [4].

Отже, можна зробити висновок, що форма ведення бізнесу – франчайзинг, є досить безпечною. Ця галузь підходить як для початкових підприємців так і для досвідчених бізнесменів. Великий вибір форм та видів франчайзингу допоможуть у започаткуванні та просуненні нового бізнесу. Працювати по схемі, яку вибудовували роками та яка пережила кризи – це буде цілком безпечно та якісно. Допомога франчайзера буде присутня у період всього існування компанії.

Ключові слова: франчайзинг, бізнес, ресторанне господарство.

Список використаних джерел

1. Широбокова Н. М. Договір франчайзингу / Широбокова Н. М. // Держава та регіони. – 2006. – № 6. – С. 448–451.
2. Данніков О. В. Проблеми побудови та функціонування франчайзингових систем в Україні / Данніков О. В. // Маркетинг в Україні. – 2008. – № 5(51). – С. 62–69.
3. Суковатий О. В. Особливості реалізації франчайзингу в Україні / Суковатий О. В. Проблеми науки. – 2007. – № 2. – С. 14–18.
4. Сайт асоціації франчайзингу [Електронний ресурс]. – URL: <http://www.franchising.org.ua/index.php?pageid=63> (дата звернення: 5.05.2022).