

Романюк О.В., студентка,

Сідуняк О.В., асистент,

Чернівецький торговельно-економічний інститут, КНТЕУ

ФРАНЧАЙЗИНГОВІ УГОДИ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННІЙ СПРАВІ ЯК ЕФЕКТИВНА ФОРМА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМТСТВОМ

Готельно-ресторанна сфера сьогодні є однією з галузей, де за останні роки відбулося значне зростання рівня конкуренції. Не зважаючи на кризові явища в економіці багатьох держав, ресторани та готелі продовжують користуватись попитом у населення, яке організовує відпочинок, поїздки з різною метою і т. п. Але деяка частка готельно-ресторанної сфери не витримує конкуренції та виходить з ринку. Саме це вимагає пошуку кращого варіанту для підприємця, що дозволить підтримувати конкурентоспроможність і створити стабільну клієнтську базу, що користуватиметься наданими послугами незалежно від зовнішніх умов, зможе забезпечити постійний дохід фірмі. Тому така форма управління як франчайзинг може стати ефективним варіантом організації та ведення бізнесу.

Франчайзинг - це система передачі чи продажу ліцензій на технологію і товарний знак. Суть франчайзингу полягає в тому, що організація чи фірма (франчайзер), що має досить високий імідж на ринку, передає на певних умовах невідомій споживачам новій організації чи фірмі (франчайзіату) право, тобто ліцензію (франчайз) на діяльність за своєю технологією і під своїм товарним знаком, в результаті одержавши за це певну компенсацію (дохід [1])

Вдалим прикладом подібних ліцензійних угод у готельно-ресторанній сфері є низка ресторанів швидкого обслуговування «Макдональдс» і готелі, під єдиною маркою «Hilton Hotels Group». Щодо готельного розвитку, то вдалим прикладом можна вважати готельну мережу «Hilton», що станом на 2015 рік включає в себе більш ніж 550 готелів і курортів в 78 країнах світу.

Як будь-яка організація бізнесу-франчайзинг має як свої переваги (табл.1), так і недоліки. [3]

Переваги та недоліки франчайзингової угоди*

Переваги	Недоліки
ціленаправленість угоди на досягнення успіху та прибутковості для усіх франчайзіатів (важливою ознакою франшизи є якість всієї системи, її імідж, а не одиниці самої по собі)	франчайзер іноді не може проконтролювати роботу своїх франчайзіатів, так як ті не вважають його найманими працівниками, то він і не має можливості перевірити їх безпосереднім чином
вживання не власного досвіду, а чужого(уникнення вже відомих помилок у становленні бізнесу)	можливість втрати репутації франчайзера, через небездоганне виконання наданої роботи франчайзіата;
досить швидко і безкредитне розширення власної справи, що не потребує значних фінансових вливань	франчайзер не має ніяких гарантій, що всі франчайзіати надаватимуть йому реальну звітність про виконану діяльність на місцях
високий контроль з боку виробника за реалізацією своєї продукції чи наданням послуг, порівняно з іншими способами;	при виникненні суперечок між двома сторонами угоди, франчайзер не має можливості звільнення чи заміни керуючої особи на більш кваліфіковану чи дисципліновану
мінімізація можливих ризиків,що можуть виникнути при створенні нової справи ;	контроль з боку франчайзера не залишає можливості внесення вагомих змін чи прийняття рішення окремо від системи
запозичення досвіду вірного управління у податковій сфері	існує небезпека для франчайзіата втратити клієнтів при погіршенні репутації та іміджу фірми франчайзера;
не витрачання коштів на рекламні цілі та інші маркетингові послуги;	загроза небезпеки, що фірма франчайзера може збанкрутувати чи ліквідуватися в цілому

*Складено автором на основі [2].

З таблиці 1 можна визначити, що франчайзингові угоди є ефективною формою управління готельно-ресторанним бізнесом, особливо для підприємств, які лише розпочали свою діяльність. Для них значною перевагою стане безкредитне розширення власної справи, досвід та реклама, на яку не потрібно здійснювати затрат.

Але в Україні існує багато проблем, що гальмують поширення такої форми управління, до них можна віднести наступні: відсутність єдиної прийнятої нормативної і законодавчої бази франчайзингу, порівняно завищена вартість франшизи в порівнянні з невисокою купівельною спроможністю покупців, складні умови для організації та ведення бізнесу в кризовій ситуації, що склалася на ринку та недостатня кількість висококваліфікованих працівників, які можуть займатися та є компетентними у системі франчайзингу.

Отже, франчайзинг залишається однією із перспективних форм здійснення бізнесової діяльності як в Україні так і в усіх інших державах з розвиненою ринковою економікою. Тому вирішивши представлені вище проблеми, ця форма ведення бізнесу може вивести готельно-ресторанну сферу України на новий, конкурентоспроможний рівень.

Список літератури:

1. Франчайзинг у готельно-ресторанному бізнесі [Текст] : навч. посіб. для вищ. навч. закл. / Нац. акад. наук України, Рада по вивч. продукт. сил України, Київ. нац. ун-т культури і мистецтв ; авт. кол.: Г. Б. Мунін [та ін.] ; за ред. Л. С. Трофименко, О. О. Гаца. - Київ : Кондор, 2008. - 368 с. : ілюстр., табл. - Бібліогр.: с. 345-350., КНУКіМ. – К. : Кондор, 2008. – 370-372 с.
2. Дроздова Г. М. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності підприємства : навч. посібник / Г. М. Дроздова. - К. : ЦУЛ, 2002.- 172 с.
3. Терехов В. І. Франчайзинг як форма міжнародного трансферу технологій / В. І. Терехов, Л. В. Максимчук, О. О. Бадзим; / Актуальні проблеми економіки, 2007. - № 7. - С. 90-97.