

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ВІННИЦЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**«РОЛЬ ФРАНЧАЙЗИНГУ У РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ
УКРАЇНИ»**

(за матеріалами кафе-бару «Білий Налив»)

Здобувача вищої освіти
2 курсу, групи ГРС-21д(м)
спеціальності 241 «Готельно-
ресторанна справа»
спеціалізації «Готельно-
ресторанна справа»

Науковий керівник
кандидат економічних наук,
доцент

Гарант
освітньо-професійної програми
кандидат економічних наук,
доцент

Гулька
Богдана
Олександровича

Мазуркевич
Ірина
Олександрівна

Рябенка
Марина
Олександрівна

Вінниця 2022

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ РОЛІ ФРАНЧАЙЗИНГУ В РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ	6
1.1 Сутність та значення франчайзингу як форми ведення підприємницької діяльності	6
1.2 Особливості системи франчайзингових відносин в сфері ресторанного бізнесу та фактори, що на неї впливають	12
1.3 Методика оцінки ефективності франчайзингу в ресторанному бізнесі	21
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ РОЛІ ФРАНЧАЙЗИНГУ В РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ НА ПРИКЛАДІ КАФЕ-БАРУ «БІЛИЙ НАЛИВ»	28
2.1 Стан та тенденції розвитку франчайзингу в ресторанному бізнесі України	28
2.2 Оцінка розвитку франчайзингової мережі кафе-бару «Білий Налив»	33
2.3 Оцінка ефективності господарської діяльності закладу та факторів, що на неї впливають	40
РОЗДІЛ 3 РОЗРОБКА ПРОПОЗИЦІЙ ЩОДО РОЗВИТКУ ФРАНЧАЙЗИНГУ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ НА ПРИКЛАДІ КАФЕ- БАРУ «БІЛИЙ НАЛИВ»	46
3.1 Вдосконалення системи управління лояльністю споживачів сидерії	46
3.2 Пропозиції щодо підвищення якості ресторанних послуг в закладі	49
ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ	53
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	57
ДОДАТКИ	63

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

На основі проведених теоретико-методичних та практичних досліджень можна зробити наступні висновки:

1. Досліджено основні етапи становлення та розвитку франчайзингу. В результаті виділено такі основні чотири етапи: I етап, що характеризує передумови щодо зародження франчайзингу; II етап, що характеризує і пов'язаний із розвитком класичного франчайзингу; III етап – характеризує поширення та стрімкий розвиток франчайзингових відносин та IV етап, що характеризує інноваційний розвиток франчайзингу.

На основі узагальнення існуючих підходів встановлено, що франчайзинг – форма взаємодії двох або кількох незалежних суб'єктів господарювання діяльності, заснована на співробітництві та регульована договором, при якій одна організація (франчайзер) надає на платній основі (отримуючи франчайзингові платежі) на певний термін і на обумовленій території іншій організації (підприємцю) або групі організацій (підприємців) – франчайзі – право на використання комплексу виключних прав на об'єкти інтелектуальної власності, а також здійснює технічну, маркетингову і консультаційну підтримку протягом терміну дії договору франчайзингу.

Також розглянуто основні види франчайзингу, що застосовуються в різних сферах економічної діяльності.

2. В роботі досліджено особливості франчайзингових відносин з позицій своєрідного каналу передачі технологічних, маркетингових та організаційних інновацій, у своїй структурі взаємозв'язку поєднують елементи різних видів економічних відносин, таких як інвестування, оренда, трансфер технологій, ліцензування, надання послуг тощо. Визначено, що правове регулювання франчайзингових відносин здійснюється на основі укладення договору між франчайзером та франчайзі, що надає франчайзі право здійснювати підприємницьку діяльність під брендом/торговою маркою

франчайзера і дозволяє використовувати напрацьовані франчайзером бізнес-процеси, які вказані в так званому «пакеті франшизи». Також досліджено взаємозв'язки між основними суб'єктами ведення франчайзингового бізнесу.

Окрім визначення головних переваг та недоліків для всіх суб'єктів ведення франчайзингового бізнесу, в роботі визначено комплекс факторів, що впливають на розвиток франчайзингових відносин. Серед головних факторів визначено: Таким чином, на основі дослідження та узагальнення більшості праць виокремимо загальні фактори, що впливають на розвиток франчайзингового бізнесу в галузі ресторанного господарства: сукупність організаційно-правових факторів, сукупність економічних факторів та соціально-психологічні фактори, що першочергово проявляється через недостатність вітчизняного досвіду ведення франчайзингового бізнесу.

3. Встановлено, що на формування методики оцінки ефективності інвестиційних проектів суттєво впливають умови та середовище реалізації франчайзингу. В цілому всю сукупність методів оцінки ефективності франчайзингових інвестиційних проектів поділяють на статичні та динамічні. В результаті проведеного теоретико-методологічного дослідження, встановлено про доцільність застосування саме динамічних методів оцінки, що враховують інфляційні коливання та інші ризики реалізації франчайзингового проекту. Таким чином, рішення щодо доцільності участі у відносинах франчайзингу повинно прийматися потенційним франчайзі на основі ретельного аналізу всіх переваг і недоліків франчайзингової форми співробітництва, власних сильних і слабких сторін, а розглянуті методичні рекомендації з оцінювання економічної ефективності створення та діяльності франчайзингового підприємства можуть бути використані в процесі прийняття рішення щодо доцільності налагодження співпраці з тим чи іншим франчайзером.

4. Дослідження франчайзингового бізнесу в Україні показав, що даний вид бізнесу є добре адаптованим під умови ринку та сама модель ведення бізнесу враховує місцеві реалії. Близько 30% українських франшиз є конкурентоспроможними та здатні конкурувати з відомими американськими

франшизами. Слід зазначити, що не зважаючи на обмеження спричинені пандемією COVID-19, ринок франчайзингових послуг в 2021 році характеризувався зростанням. Щодо тенденцій розвитку франчайзингового бізнесу в ресторанному господарстві, то користуються попитом проекти, які позиціонують себе як мережі з сильною складовою доставки і відносно невеликим чеком. Практично не скоротилася кількість заявок на франшизи кав'ярень, фастфуду, розливного пива, а також набирає оберти сегмент кондитерської випічки.

5. Аналіз ефективності ведення франчайзингового бізнесу проведено на прикладі кафе-бару «Білий Налив», що належить до мережі закладів сім'ї Борисова. Мережа його закладів «GastroFamily» – це потужний бренд на ресторанному ринку України. У 2018 компанія відкрила новий формат ресторанів – fast casual. Так називають заклади, де за дешево можна скуштувати який-небудь делікатес, як-от устрицю за євро або бурбон на в'яленій вишні – за два. Зокрема, до мережі входять бренди «Білий Налив», «БПШ» (БеляшПончикШаурма), «Мушля», «Dogz&Burgerz» та «Остання барикада». Велика частка закладів працюють у форматі QSRD (ресторани зі швидким сервісом + доставлення), де страви зазвичай коштують 1 євро, а подача страв займає хвилини.

6. Встановлено, що заклад «Білий Налив» відноситься до першої української сідерії. У Вінниці заклад відкрився влітку 2019 року. До 24 лютого налічувалося 24 заклади «Білий Налив» у дванадцяти містах України. Слід зазначити, що у Вінниці заклад розміщений за адресою: м. Вінниця, вул. Пирогова, 96. Дана локація знаходить поряд із невеличким сквером пам'ятнику відомого хірурга лікаря М.І. Пирогова та чудово поєднується із міським ансамблем вулиці Пирогова та сучасної неоновію вивіскою закладу. Кафе-бар «Білий Налив» має літній майданчик. В цілому кількість посадкових місць в залі – 45. Основою концепції закладу є яблука, адже на них в моноформаті готують сидр, наливки та пунш. Концепція закладу розроблялася більше двох років, надихаючись сидровою культурою Європи. «Білий Налив» об'єднав в

собі як унікальний моноформат, так і прийнятні ціни. Кафе-бар «Білий Налив» впродовж 2019 – 2022 років пережив чимало стресових ситуацій та довів свою затребуваність на ринку та конкурентоспроможність. В 2020 році – період ковідних впливів та 2022 рік – військова агресія росії проти України. Це вплинуло і на формування основних фінансово-економічних результатів, і на політику управління персоналом, і на діяльність закладу в цілому. 24 лютого 2022 року власником закладу було прийнято рішення про припинення діяльності, проте вже з 21 березня заклад почав працювати у форматі «to go». В цілому ефективність господарської діяльності та політики збуту характеризується позитивно, що свідчить про суттєвий потенціал виходу франчайзингового підприємства з кризових ситуацій.

На основі проведеного теоретичного та практичного досліджень нами встановлено на необхідності вдосконалення системи управління лояльністю споживачів франчайзингового підприємства ресторанного бізнесу «Білий Налив». З цією метою запропоновано для франчайзингового закладу ресторанного господарства «Білий Налив» створити мобільний додаток для формування бонусного накопичення балів серед всіх закладів-сидерій у всіх містах України. Використання мобільного додатку забезпечує зручний інтерфейс, сучасний функціонал та можливість налагодити постійну комунікацію з клієнтами.

Також нами запропоновано розробити заходи щодо підвищення якості ресторанних послуг, одним з яких є якісна ресторанна продукція та в повному асортименті відповідно до меню закладу. Пропонуємо для власників франчайзингової мережі створити єдину базу даних всієї продукції із залишками по кожному закладу франчайзингової мережі «Білий Налив». Це спростить та пришвидшить пошук ресторанної продукції по закладах міста та дозволить оперативно поповнювати необхідні запаси.

Отже, вищевказані пропозиції щодо покращення діяльності франчайзингового закладу ресторанного господарства сприятимуть підвищенню конкурентоспроможності досліджуваного підприємства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Амеліна І.В., Семенець В.В. Перспективи виходу підприємств на світові ринки через франчайзингові мережі. *Економіка і регіони*. 2017. №1(62). С. 76 – 82.
2. Анін В.І. Оцінка перспективності видів діяльності для використання франчайзингу на основі комплексної оцінки франшизних ризиків. *Економіка та держава* : міжнар. наук.-практ. журн. 2007. № 7. С. 42 – 46.
3. Архіпов В. В. Організація ресторанного господарства. URL: http://tourlib.net/books_ukr/arhipov2.htm (дата звернення: 20.07.2022)
4. Бузько І. Р., Вартанова Е. В., Голубенко А. А. Стратегічне управління інвестиціями та інноваційна діяльність підприємства. Луганськ : ВНУ ім. В. Даля, 2002. 176 с.
5. Винограська А.М. Комерційне підприємництво: сучасний стан, стратегії розвитку: Монографія. Київ : Центр навч. літератури, 2004. 807 с.
6. Всеукраїнська громадська організація Федерація розвитку франчайзингу, гостинності та інфраструктури. URL : <http://fdf.org.ua/about-franchise/kodeks-etiki-franchajzingu> (дата звернення 15.05.2022).
7. Гессен А.Є., Журавель М.О., Стаханова В.В. Розвиток франчайзингу як вагомий фактор розширення ринку в Україні. *Глобальні та національні проблеми економіки*. URL: <http://global-national.in.ua/issue-14-2016/22-vipusk-14-gruden-2016-r/2560-gessen-a-e-zhuravel-m-o-stakhanova-v-v-rozvitok-franchajzingu-yak-vagomij-faktor-rozshirennya-rinku-v-ukrajini> (дата звернення 21.07.2022).
8. Григоренко Т. М. Класифікація франчайзингових мереж у роздрібній торгівлі. *Проблеми економіки*. 2016. № 4. С. 114-119.
9. Григоренко Т. Оцінка ефективності франчайзингової мережі. *Вісник КНТЕУ*. 2011. № 5 С. 14 - 27

10. Давидюк Л.П. Розвиток франчайзингового бізнесу в Україні та світі. *Причорноморські економічні студії*. 2019. С. 13–19. URL: http://bses.in.ua/journals/2019/46_1_2019/4.pdf (дата звернення: 28.06.2022)
11. Данніков О.В. Проблеми побудови та функціонування франчайзингових систем в Україні. *Маркетинг в Україні*. 2008. С. 62 – 69.
12. Дашко І. М., Ємельянов О.Ю., Крет І. З. Сутність інвестиційного ризику та його врахування при обґрунтуванні інвестиційної діяльності підприємства. *Економіка*. 2011. № 5. URL: http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/Vnulp/Ekonomika/2011_698/05.pdf. (дата звернення: 21.06.2022).
13. Дослідження ринку франчайзингових послуг в Україні. 2020 рік. Pro-Consulting. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/issledovanie-rynka/issledovanie-rynka-franchajzingovyh-uslug-v-ukraine-2020-god> (дата звернення: 12.06.2022).
14. Європейська асоціація франчайзингу (European Franchise Federation). URL: <http://www.efffranchise.com/> (дата звернення 10.07.2022).
15. Зайцев О.В., Кордас А.Р. Поточний стан франчайзингу в Україні та світі. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2020. С. 53–62.
16. Італійська асоціація франчайзингу. URL: www.assofranchising.it. (дата звернення 02.07.2022).
17. Керівництво по франчайзингу Всесвітньої організації інтелектуальної власності World Intellectual Property Organization, WIPO. URL: www.wipo.int (дата звернення 28.07.2022).
18. Корольчук О.П. Стратегія формування та розвитку вертикальних маркетингових систем на основі франчайзингових відносин: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня доктора ек. наук.: спец. 08.00.04. «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)». Донецьк, 2008. 41с.
19. Кравчук Н., Співак С. Зміст та облікове відображення франчайзингу. *Галицький економічний вісник Тернопільського національного технічного університету*. №2. 2018. С. 103 – 110.

20. Кузьмін О.Є., Мирончук Т.В. Методика оцінювання економічної ефективності створення і діяльності франчайзингових підприємств. *Актуальні проблеми економіки: наук. екон. журн.* 2005. № 11. С. 56–66.
21. Маврідю В.Ю. Теоретичні та практичні аспекти франчайзингу. *Науково-технічний збірник.* 2006. № 73. С.303-313.
22. Мазуркевич І.О. Тенденції розвитку кавового бізнесу в Україні. The 5th International scientific and practical conference - Modern research in world science (August 7-9, 2022) SPC —Sci-conf.com.ua, Lviv, Ukraine. 2022. С. 824 – 828.
23. Мазуркевич І. О. Дослідження методичних підходів щодо оцінки ефективності франчайзингових інвестиційних проектів в сфері ресторанного бізнесу. *Інновації та технології в сфері послуг і харчування.* № 1 (5), 2022. С. 21 – 26.
24. Майорова Т. В., Максимович В. І., Урванцева С. В. та ін. Інвестування : практикум / за наук. ред. Т. В. Майорової. Київ : КНЕУ, 2012. 577с.
25. Макаренко Т.Є. Проблеми розвитку франчайзингу в Україні. Людина і суспільство: Економічний та соціокультурний розвиток: матеріали V Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Рівне, 22 березня 2017 р.). Рівне: Рівненський інститут Університету «Україна», 2017. 376 с.
26. Макаренко Т. Є. Стратегія забезпечення інвестиційної безпеки малого та середнього бізнесу в Україні (на прикладі франчайзингу). *Стратегічні пріоритети.* 2016. № 1 (38). С. 78-85.
27. Микитюк О., Бенівська К. Особливості девелоперських послуг на ринку франчайзингу України. *Інфраструктура ринку.* 2019. Вип. 27. С. 108–113
28. Міжнародна асоціація франчайзингу (International Franchise Association, IFA). URL:www.franchise.org (дата звернення 02.07.2022).
29. Наталія В. Кулак, Любов В. Мурована Франшиза як ефективний інструмент ведення готельно-ресторанного бізнесу. *Вісник КНУТД Серія: Економічні науки.* № 5 (139). 2019. С. 93 – 104.

30. Німецька асоціація франчайзингу (German Franchise Association). URL:<http://www.franchisenet.de/>. (дата звернення 02.07.2022).

31. Онищук В. Значення лояльності споживачів ресторанних послуг в умовах карантинних обмежень 2020-2021 років. *Вісник студентського наукового товариства «ВАТРА» Вінницького торговельно-економічного інституту КНТЕУ*. Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2022. Вип.132. С. 18 – 28.

32. Павлова С., Зайчук А. Оцінка ефективності франчайзингу у готельному бізнесі. *Економіка. Управління. Інновації*. Випуск №2 (29), 2021. URL: <http://eui.zu.edu.ua/article/download/246297/243837> (дата звернення: 21.07.2022).

33. Про франчайзинг [Електронний ресурс] / Електронні публікації Franchise Group. URL: <http://franchisegroup.com.ua/about-company/franchising/>. (дата звернення: 21.07.2022).

34. Проект Закону України «Про франчайзинг» URL: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/ua/J824100A.htm (дата звернення: 21.07.2022).

35. Ситник Н.С., Попович Д.В. Розвиток франчайзингу в Україні як складник інвестиційної політики держави. *Бізнес-навігатор*. 2018. Вип. 1-2(44). С. 140 – 144.

36. Ставерська Т. О., Шталь Т. В., Козуб В. О. Франчайзинг у ресторанному бізнесі: проблеми міжнародної інтеграції України. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. Ужгород, 2020. Вип. 31. С. 119-126.

37. Ступницький О. І. Практика оцінки економічної ефективності створення та діяльності франчайзингового підприємства в Україні URL: http://www.nbuiv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vzuk/2009_19/zmist.htm (дата звернення: 29.06.2022).

38. Сучков А.В. Ефективність франчайзингу як інструменту інвестиційної діяльності підприємств харчової промисловості: автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04. Київ, 2010. 20 с.

39. Тонюк М.О. Франчайзинг як особлива форма організації та функціонування бізнесу в Україні. *Економіка і суспільство*. 2017. №9. С. 687 – 689.

40. Французька федерація франчайзингу. URL:www.franchise-fff.com (дата звернення 02.08.2022)

41. Чорій М.В. Ефективність франчайзингу як форми організації ресторанного бізнесу. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Серія «Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку». 2016. № 851. С. 118–127.

42. Чорна М. В. Методи формування лояльності споживачів як складової бренд-менеджменту мереж підприємств ресторанного господарства. *Ефективна економіка*. 2017. (№4). С. 5–14.

43. Що чекати від ринку франчайзингу в 2018 році? URL: <https://community.com.ua/ru/news-community/chego-stoit-ozhidat-ot-ryinkafranchayzinga-v-2018-godu/https://www.forbes.ru/rating/363769-reyting-franshiz-2018> (дата звернення: 28.07.2022).

44. Яковлєв А. І. Методика визначення ефективності інвестицій, інновацій, господарських рішень в сучасних умовах. Харків : Бізнес-інформ, 2001. 56 с

45. Ястремська О. М. Економічний аналіз ефективності інвестиційних рішень (з позицій суспільства та бізнес-партнерів). *Регіональні перспективи*. 2003. № 2, 3 (27, 28). С. 170–173.

46. 2019. Top 100. Franchises Report: Introduction and Overview. Franchise Group. URL: <https://www.franchisedirect.com/information/2019-top-100-franchises-report-introduction-and-overview> (accessed: 15.07.2022)

47. Commission Regulation (EEC) No 4087/88 of 30 November 1988 on the application of Article 85 (3) of the Treaty to categories of franchise

agreements. Official Journal, L. 359, 28/12/1988, P. 0046–0052. Retrieved from: [http://eur-lex.europa.eu/legalcontent/EN/TXT/?uri=CELEX: 31988R4087](http://eur-lex.europa.eu/legalcontent/EN/TXT/?uri=CELEX:31988R4087) (accessed: 21.08.2022)

48. Fylyuk H.M., Mahomedova A.M. (2015) Orhanizatsiyno – ekonomichnyy mekhanizm formuvannya franchayzinhovykh partners'kykh vidnosyn mizh pidpryyemstvamy v Ukrayini [Organizational and economic mechanism of formation of franchising partnerships between enterprises in Ukraine] Teoretychni ta prykladni pytannya ekonomiky. – Vol. 1. – pp. 7-14. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tppe_2015_1_3. (accessed: 21.08.2022).

49. GastroFamily. URL: <https://rau.ua/novyni/novini-kompanij/gastrofamily-borisova-franshizi/> (дата звернення: 21.08.2022).

50. Sytnyk N.S., Popovych D.V. (2018) Rozvytok franchajzynghu v Ukrayini jak skladnyk investycijnoji polityky derzhavy [Development of franchising in Ukraine as a component of state investment policy] Biznes – navighator. – Vol.1 no(2). – pp.140 – 144. Available at: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/bnav_2018_1\(2\)__31](http://nbuv.gov.ua/UJRN/bnav_2018_1(2)__31). (accessed: 21.08.2022).

51. Гулько Б. Еволюція розвитку франчайзингу в ресторанному бізнесі. *Актуальні проблеми ефективного соціально-економічного розвитку України: пошук молодих* : Зб. матеріалів XI Всеукр. студ. наук.-практ. конф. (м. Вінниця, 23 квітня 2022 р.). Вінниця : ВРР ВТЕІ КНТЕУ, 2022. Вип. 153. С. 212 – 218.

52. Гулько Б. Особливості системи франчайзингових відносин в сфері ресторанного бізнесу та фактори, що на неї впливають. *Менеджмент XXI століття: сучасні моделі, стратегії, технології* : Зб. наук. пр. IX Всеукр. наук.-практ. Інтернет-конф. (м. Вінниця, 6 жовтня 2022 р.). Вінниця : ВРР ВТЕІ КНТЕУ, 2022. Ч. 2. С. 402 – 408.

ДОДАТКИ