

## **Розвиток франчайзингових відносин в Україні: переваги та недоліки**

Л. Ю. ОСТРОВЕРХА

*Харківська національна академія міського господарства*

Відповідно до визначення Міжнародної асоціації франчайзингу, "франчайзинг – це система перманентних відносин, встановлених між франчайзером і франчайзі, у результаті яких знання, імідж, успіх, методи виробництва і маркетинг передаються франчайзі в обмін на взаємне задоволення інтересів".

Для України, франчайзинг є відносно новим та актуальним питанням, адже для країни, де ринкові відносини тільки зароджуються, франчайзинг, як різновид бізнесу, де франчайзер передає франчайзі свій досвід ведення бізнесу – є ідеальним рішенням. З кожним роком система управління туристським і готельним бізнесом на основі франчайзингових угод набуває популярності в Україні. Серед готельних підприємств, які працюють на вітчизняному ринку, слід виділити наступні франчайзингові мережі: Hyatt, Ramada, Radisson Hotels, Holiday Inn, Accor, Premier Palace Hotel. Великою популярністю користуються мережі туристських агенцій "Галопом по Європам", «Горячие туры», «Туї», «Поехали с нами».

Привабливість франчайзингу полягає в наявності значних переваг для обох учасників франчайзингових відносин. Для нових туристських агенств він надає стабільний дохідний бізнес, для відомих фірм і компаній - можливість розширити й зміцнити свої позиції на ринку. Саме цим пояснюється велика популярність франчайзингу в Канаді, Західній Європі, Японії, державах Тихоокеанського регіону та Австралії.

Організація туристського підприємства на умовах франшизи значно знижує підприємницькі ризики, тому що в цьому випадку відбувається використання уже відпрацьованого і такого, що довів свою ефективність бізнесу. Таким чином, розвиток франчайзингу в туризмі може виявитися

однією з найбільш ефективних форм підтримки малого підприємництва в туризмі.

Однак, слід відмітити й те, що ринок франчайзингу має ряд проблем, які потребують вирішення. До таких проблем слід віднести наступні: значна вартість франшизи; відсутність інститутів, асоціацій, які б займалися розвитком франчайзингу, проведенням конференцій, розробкою спеціальних бізнес-програм, характерних для української економіки; франчайзингові схеми потребують стабільності та прогнозованості економічного розвитку країни, що українській економіці на сьогоднішній день не притаманно; відсутність у потенційних українських франчайзі достатньої обізнаності про механізм побудови та функціонування франчайзингової системи та досвіду управління нею; проблематичність оцінки якості послуг; для розвитку франчайзингу необхідні сфери з високим ступенем стандартизації.

Серед переваг франчайзингу варто виділити: можливість розвивати бізнес за підтримки досвідченого франчайзера; придбання репутації серед споживачів за рахунок ведення бізнесу під фірмовим брендом; можливість залучатися до результатів широкомасштабних рекламних акцій, маркетингових досліджень, які проводяться франчайзером; можливість придбання основних фондів у франчайзера шляхом лізингу; просування на міжнародний ринок.

До недоліків франчайзингу можна віднести: постійну потребу виплати роялті; певні обмеження самостійності у бізнесі; погіршення стану на ринку у випадку продажу франчайзером свого бізнесу.

Таким чином, для подальшого розвитку франчайзингових відносин в Україні потрібно підготувати відповідну нормативно-правову базу, яка б регулювала відносини між франчайзером і франчайзі в сучасних умовах українського ринку. Для заохочення розвитку франчайзингових мереж на основі взаємодії між державними, регіональними органами влади і підприємствами готельної і туристської індустрії слід розробити бізнес-

програми, які б надавали можливість спрощеної організації і ведення готельного і туристського бізнесу на основі франчайзингових угод.