

Список літератури:

1. Терешкін О. Г. Енергозберігаюча стратегія закладів індустрії гостинності / О. Г. Терешкін, К. В. Каленік // *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг: зб. наук. пр.* – Харків: ХДУХТ. – 2016. – Вип. 2(24). – С. 231–239.

2. Красовський Є. В. Аспекти енергозбереження у проектах готелів / Є. В. Красовський // *Вестник Херсонского национального технического университета.* – 2015. – № 1. – С. 173–179.

3. Ященья А. О. Планування готелів нового покоління на принципах оптимізації енерговитрат в контексті розвитку інновацій готельної справи в Україні / А. О. Ященья // *Мир науки и инноваций.* – Вип. 2(2). – Том 7. – 2016. – С. 81–87.

УДК 330.110

Краснокутська Ю. В.,

канд. екон. наук, доцент,

доцент кафедри туризму і готельного господарства;

Бахарева Ю. Є.,

магістрант кафедри туризму і готельного господарства,

Харківський національний університет міського господарства

імені О. М. Бекетова

ЗНАЧЕННЯ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА ЯК СФЕРИ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Ресторанне господарство, або діяльність з забезпечення стравами та напоями в ринкових умовах господарювання є динамічним широко розповсюдженим видом економічної діяльності, що безупинно збільшується в кількості суб'єктів господарювання та якості видів і проявів організації діяльності. Як сфера підприємницької діяльності ресторанне господарство власну специфіку. Підприємницька діяльність – це самостійна ініціативна, систематична діяльність на власний ризик з виробництва продукції (робіт, послуг) і здійснення торгівлі з метою отримання прибутку. Особливості підприємницької діяльності у громадському харчуванні зумовлені наступними факторами:

- необхідність постійного контакту із різноманітними споживачами;
- задоволення потреб споживачів як у якісній їжі, так і шляхом надання відповідних послуг, створення умов для відпочинку;
- менша залежність від змін моди за наявності можливості для творчого підходу до професійної діяльності;
- потреба у менших розмірах початкових інвестицій для створення підприємств за терміну їх окупності 1-3 роки.

Таким чином, ресторанне господарство є специфічною сферою підприємницької діяльності і галуззю економіки, підприємства якої

задовольняють потреби населення в безпосередньо готовій до споживання їжі, у зв'язку з чим виконують взаємопов'язані функції із виробництва кулінарної продукції, її реалізація та організації споживання.

Соціально-економічне значення ресторанного господарства полягає в наступному:

1. Ресторанне господарство як галузь матеріального виробництва бере участь у створенні сукупного суспільного продукту і національного доходу, створює вартість і споживчу вартість.

2. Ресторанне господарство виступає фактором економії суспільних витрат праці на приготування їжі та обслуговування її споживання.

Витрати праці, енергетичних і матеріальних ресурсів за умов спеціалізованих підприємств є істотно нижчими у розрахунку на одиницю виготовленої продукції, ніж за умов індивідуально-організованого (домашнього) приготування їжі.

3. Ресторанне господарство займає важливе місце в системі організації праці в підприємствах інших галузей економіки.

Правильне, науково організоване харчування населення за місцем роботи сприяє раціональному використанню робочого часу, є фактором зростання продуктивності праці в сфері матеріального виробництва за рахунок скорочення втрат робочого часу.

4. Ресторанне господарство дозволяє раціональніше використовувати сировину і паливно-енергетичні ресурси, що зумовлено можливістю використання відходів при випуску побічної продукції (крохмаль, харчові барвники).

5. Ресторанне господарство має важливе значення в організації побуту населення, що є якісною характеристикою рівня розвитку економіки держави.

Підвищення витрат населення на продукцію ресторанного господарства є свідомством не лише зростання рівня їх матеріального забезпечення, але й збільшення вільного часу, зниження витрат споживання, зростання можливостей щодо підвищення культурного і професійного рівні.

6. Ресторанне господарство має значні можливості організації раціонального харчування на науковій основі для різних верств населення з урахуванням їх статі, віку, професії, стану здоров'я.

7. Ресторанне господарство відіграє все більшу роль в організації дозвілля і відпочинку населення.

На зміст процесів підсистем підприємства ресторанного господарства значного впливу надають наступні фактори: розмір виробничої й збутової діяльності (мале, середнє, велике підприємство); виробничий профіль підприємства (спеціалізоване, широкої номенклатури); характер продукції, що випускається, технологія виробництва (масове, серійне, одиничне); сфера діяльності (на внутрішньому чи зовнішньому ринку).

Таким чином, пропозиція на ринку кулінарної продукції представлена комплексом товарів, послуг та іміджем самих підприємств ресторанного господарства. Вона є мобільною, знаходиться у суттєвій залежності від попиту і не завжди визначається рівнем цін.

Список літератури:

1. Гросул В. А. Тенденції сучасного розвитку підприємств ресторанного господарства в Україні та Харківській області / В. А. Гросул, Т. П. Іванова // *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія «Економіка»*. – 2017. – Вип. 1(49). – Т. 1. – С. 143–149.
2. Бутенко О. П. Стан ресторанного господарства України та перспективи його розвитку / О. П. Бутенко, Д. О. Стрельченко // *Вісник економіки транспорту і промисловості*. – 2016. – № 56. – С. 18–24.

УДК 338.48

Нохріна Л. А.

канд. техн. наук, доцент,
доцент кафедри туризму і готельного господарства;

Онопрієнко К. Ю.

студентка факультету менеджменту,
*Харківський національний університет міського господарства
імені О. М. Бекетова*

ЕФЕКТИВНІСТЬ ФРАНЧАЙЗИНГУ ЯК ФОРМИ ОРГАНІЗАЦІЇ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Франчайзинг – це відносно молода форма ведення бізнесу. Він з'явився в Америці в 1850 році після винаходу швейної машинки Зінгером. Новинка користувалася такою популярністю, що винахіднику просто не вистачало виробничих потужностей для забезпечення усіх клієнтів даним товаром. Тоді він продав кільком великим заводам право виробляти такі машинки і реалізовувати їх від імені бренду Зінгер.

В усьому світі сьогодні франчайзинг є невід'ємною частиною економіки. За експертними оцінками, у розвинених країнах світу більше 40 % усіх продажів здійснюється через франчайзингові мережі. В Україні ця форма організації бізнесу знаходиться на етапі бурхливого розвитку. Франчайзинг є одним з методів інвестування, за його допомогою можна не тільки розпочати свій бізнес, але й підвищити рівень управління підприємством та покращити якість послуг, які надаються.

Термін «франчайзинг» походить від французького слова «franchise», що означає привілей, пільга. У загальному розумінні франчайзинг – це така організація бізнесу, за якою компанія (франчайзер) передає певній людині чи компанії (франчайзі) право на продаж продукту або послуг цієї компанії. Франчайзі зобов'язується продавати цей продукт чи послугу по заздалегідь визначених законах і правилах ведення бізнесу, що встановлює франчайзер. В обмін на здійснення всіх цих правил франчайзі одержує дозвіл використовувати ім'я компанії, її репутацію, бренд, продукт та послуги, маркетингові технології, механізми підтримки тощо. Сьогодні в Україні близько 25 % бізнесу працює за франчайзингом, для порівняння в Європі – 67 %, у США – 80 %.