

### Список використаних джерел

1. Організаційно-правові засади діяльності Антимонопольного комітету України [Електронний ресурс] // Антимонопольний комітет України. – Режим доступу : <http://www.amc.gov.ua/amku/control/main/uk/publish/article/84306>.
2. Архиреев С. И. Конкурентная среда предприятий: международный аспект / С. И. Архиреев, Т. А. Дяченко // Наукові записки Харківського економіко-правового університету. – Харків : ХЕПУ, 2005. – № 2(3). – С. 117–122.
3. Дяченко Т. А. Проблема іноземного інвестування в Україні / Т. А. Дяченко // Дослідження та оптимізація економічних процесів «Оптимум–2016» : тр. 12-ї Міжнар. наук.-практ. конф., 6–8 грудня 2016 р. – Харків : НГУ «ХПБ», 2016. – С. 135–136.
4. Дяченко Т. А. Оцінка ринкового конкурентного середовища підприємств, що надають послуги ремонту електродвигунів, генераторів і трансформаторів / Т. А. Дяченко // Вісник Нац. техн. у-ту «ХПБ». – Харків : НГУ «ХПБ», 2012. – Т. 2, № 14 (920). – С. 80–87.

**С.С. Ткачова**, канд. екон. наук, доц. (*ХДУХТ, Харків*)

### **РЕСТОРАННИЙ ФРАНЧАЙЗИНГ ЯК ТРАНСФЕР ІННОВАЦІЙ**

Сучасний етап розвитку економіки України з відомими та активно обговорюваними проблемами та можливостями вимагає пошуку бізнес-моделей, які б забезпечували високий рівень конкурентоспроможності суб'єктів господарювання. Однією з таких бізнес-моделей є франчайзинг. Унікальність франчайзингу полягає в його універсальності. Так, франчайзинг вважають формою організації підприємницької діяльності, методом ведення стабільного та довгострокового бізнесу, системою продажу товарів та послуг, стратегією розвитку, моделлю створення та розвитку бізнесу, формою бізнес-співпраці великого та малого бізнесу тощо. Актуальність більш активного використання франчайзингу пов'язана зі складними умовами розвитку бізнесу в Україні: з політичною та економічною нестабільністю, дефіцитом фінансових ресурсів, недосконалістю діючої системи фінансування, кредитування, страхування підприємницької діяльності.

Франчайзинг як бізнес-модель об'єднує елементи інвестування, оренди, трансферу технологій, ліцензування, дилерства, купівлі-продажу, патентування, надання освітніх послуг та ін. Здійснюється

передача технологічних, маркетингових та організаційних інновацій та відповідно підвищується рівень інноваційності самих суб'єктів господарювання. Компанія-франчайзер виконує роль розробника інновацій, компанія-франчайзі є їх споживачем та забезпечує подальше розповсюдження та впровадження. Франчайзинг позитивно впливає на створення умов для здійснення інноваційної діяльності в суб'єкті господарювання, формування механізму її контролю та регулювання. Франчайзинг впливає на мотивацію топ-менеджерів, що стимулює активніше використовувати інновації та впроваджувати їх в операційну діяльність, а також формувати ефективні взаємовідносини з персоналом, залучати його до інноваційного процесу, забезпечувати безперервне навчання. Використання інноваційних франшиз дозволяє підвищити продуктивність праці, удосконалити систему маркетингу, покращити комунікації зі споживачами, підвищити результативність управління якістю, організаційним розвитком як окремих закладів, так і сфери послуг в цілому.

Франчайзинг є реальним, дієвим та ефективним інструментом формування та розвитку вітчизняних та міжнародних ресторанних мереж, завдяки наявності відомого бренду та позитивного іміджу, що підтверджується високим стандартом якості продукту діяльності.

Ресторанний франчайзинг має відмінні особливості в правовому та економічному аспектах. Правовий аспект передбачає виконання вимог компанії-франчайзера щодо виробничої програми, якості та смакової ідентичності продукції власного виробництва, наданні консультацій, що стосуються місця розташування закладу, оформлення необхідних документів, придбання обладнання, дизайну торгових залів, програми відкриття закладу тощо. В економічному аспекті ресторанний франчайзинг характеризується жорстким контролем якості продукції; високим рівнем фінансового ризику вкладання капіталу; детальним знанням цільової аудиторії ще до початку роботи; значним паушальним внеском; чіткою орієнтацією на потреби певного регіону, території, місцевості; широким спектром форматів та концепцій використання франшизи.

Інноваційні франшизи у ресторанному бізнесі загострили проблему необхідності формування якісно нових професійних компетенцій у фахівців. Компанія-франчайзер не зможе продати інноваційну франшизу компанії-франчайзі, яка не має достатніх компетенцій та відповідної підготовки персоналу щодо використання та розвитку франшизи. Керівник компанії-франчайзі повинен бути менеджером з наявністю таких якостей, як: критичне мислення, творчий підхід до управління операційними процесами, знання в

області психології людської поведінки, форм спілкування та психологічних особливостей особистості, достатній рівень компетенції щодо використання нових інформаційних технологій тощо.

Передовий закордонний досвід ефективного використання бізнес-моделі франчайзингу свідчить про необхідність її популяризації у вітчизняній практиці. Асоціація франчайзингу України вважає, що популяризації та розвитку франчайзингу, вирішенню проблем щодо підготовки кадрів сприятимуть: перш а школа франчайзингу, навчальні семінари, програми стажувань, магістерські програми, системи корпоративних, інформаційних та галузевих семінарів, програми індивідуальних консультацій та менторства, участь у виставкових заходах, телевізійні ефіри на каналі Franch TV та ін.

Отже, бізнес-модель франчайзингу характеризується комплексним характером відносин, достатньо високим рівнем їх прозорості, перевагами взаємовигідних системних зв'язків, забезпечує кращі результати операційної діяльності завдяки використанню досягнень НТП та інтенсифікації всього технологічного процесу.

**Т.А. Федотова**, канд. екон. наук, доц. (ДНУ ім. О. Гончара, Дніпро)

**К.Д. Хіба** (ДНУ ім. О. Гончара, Дніпро)

**К.Ю. Гергель** (ДНУ ім. О. Гончара, Дніпро)

## **РОЗВИТОК ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПРОЦЕСУ ЯК ФАКТОР РЕАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ**

На сьогодні розвиток виробництва, підтримка високого рівня конкурентоспроможності розвинених країн вимагає у використанні виробничого процесу інновацій. Розробка або впровадження інновацій може здійснюватися якщо є наявність необхідного обсягу ресурсів, формування них здійснює вплив на інвестиційний процес. Комплексний розвиток вищезгаданих двох напрямів становить інноваційно-інвестиційний процес, що дає можливість формувати ресурси і їх використання для розвитку інновацій.

Сучасні інноваційний та інвестиційний процеси є не легкими, для них необхідно багато висококваліфікованих спеціалістів для здійснення розробки та впровадження заходів, пов'язаних з їх реалізацією та досягненням поставлених цілей. Необхідність обґрунтування напрямів формування ресурсів для інвестиційної