

Інвестиції (від лат. «invest» - вкладати) – це види майнових та інтелектуальних цінностей, що вкладаються в об'єкти підприємницької діяльності з метою отримання прибутку. Нобелівський лауреат з економіки У. Шарп зокрема зазначає, що у найбільш широкому розумінні слово «інвестувати» означає «розлучитися з грошима сьогодні, щоб одержати більшу їх суму в майбутньому» [2, с. 3].

В законодавстві України визначено, що інвестиційна діяльність - сукупність практичних дій громадян, юридичних осіб і держави щодо реалізації інвестицій [1, ст.2].

Жодна комерційна компанія не може успішно функціонувати без продуманого здійснення інвестиційної діяльності.

Мета інвестиційної діяльності залежать та регулюються інвестиційною політикою і стратегією суб'єкта. Цілі можуть мати стратегічний, соціальна та фінансовий характер.

Особливості інвестиційної діяльності визначають структуру, динаміку і характер взаємовідносин між учасниками цього процесу. Незнання особливостей здатне привести до непоправної шкоди інвестицій або негативно вплинути на імідж інвестора.

Інвестиційна діяльність підприємств складається з наступних трьох основних етапів:

- передінвестиційний етап - етап прийняття рішення про інвестування, визначення джерел інвестування та затвердження й експертизи інвестиційного проекту;

- етап інвестицій — передбачає вкладення коштів в об'єкт інвестування та здійснення необхідних для цього практичних дій;

- експлуатаційний період - відшкодування інвестором витрачених коштів, отримання прибутку чи досягнення певного соціального ефекту в результаті експлуатації об'єкта інвестування

Інвестиції вкладають в відтворення або модернізацію основних фондів, в оборотні активи, в окремі види нематеріальних активів (придбання патентів, ліцензій) та в різні фінансові інструменти (акції, облігації).

Також, важливим напрямом інвестиційної діяльності є вливання капіталу в інновації задля введення нових технологічних рішень в діяльність підприємств.

Здійснення подібних вкладень можливо в двох формах:

вкладення коштів з метою придбання продукту інноваційних технологій, рішень, ліцензій, патентів;

вкладення коштів в розробку продуктів інноваційної діяльності.

Необхідно наголосити, що вкладення коштів в процес придбання нововведень, вимагає менших вкладень, однак потенційний прибуток в даному випадку буде також меншим, в силу можливості використання цих інновацій конкуруючими інститутами.

Вкладення коштів в розробки інновацій, навпаки характеризується високим ступенем витрат, підвищеними ризиками невдалого результату, відсутністю очікуваних якостей. Але в той же час такий «інжиніринг» може принести куди більший ефект від вкладень в нього, ніж від простої купівлі продукту.

Таким чином, ефективне інвестування вітчизняними підприємствами інноваційних проектів, це запорука виробництва конкурентоспроможних зразків техніки та впровадження принципово нових технологій.

Список використаних джерел

1. Про інвестиційну діяльність : закон України № 1560-ХІІ від 18.09.1991 р. // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 1991. – № 47. – Ст. 646.
2. Шарп У. Инвестиции / пер. с англ./ У.Шарп, Г.Александр, Дж. Бэйли – М.: ИНФРА-М, 1999. – 1028 с.

Біляев С.С.

кандидат економічних наук

старший викладач кафедри економіки, управління та адміністрування

Мелітопольського державного педагогічного університету імені Богдана Хмельницького.

м.Мелітополь, Україна

Романішин В. Ю.

студент 4-го курсу

Мелітопольського державного педагогічного університету імені Богдана Хмельницького.

м.Мелітополь, Україна

ФРАНЧАЙЗИНГ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Сучасний процес становлення і розвитку малого підприємництва України ускладнений підвищеними комерційними ризиками і потребує вирішення великої кількості проблем, які значно

знижують його економічну ефективність. Однією з таких проблем є складна взаємодія підприємств малого і великого бізнесу. Для підвищення ефективності малого підприємництва необхідні нові економічні механізми та способи ведення бізнесу. І одним із таких інноваційних інструментів розвитку бізнесу є франчайзинг.

Необхідно зазначити, що в інноваційному бізнесі України франчайзинг ще не отримав широкого розповсюдження, хоча потенційні можливості для його впровадження досить великі [2, с. 22].

Франчайзинг (від англ. «franchise» – ліцензія, привілея) – це система угод за якими власник торгової марки, торгового імені або авторських прав (франчайзер) дозволяє іншій фірмі (франчайзи) використовувати їх на певних умовах [1, с. 27].

Як свідчить світовий досвід, франчайзинг є одним з найуспішніших інноваційних інструментів розвитку ресторанного бізнесу. Він дає змогу вітчизняному ринку швидкого харчування розвиватись динамічно та ефективно. Адже, організація підприємства на умовах франшизи значно знижує підприємницький ризик і відкриває нові можливості.

Для франчайзера, який надає свою торгову марку для використання, до переваг відноситься:

- збільшення ринкового впливу мережі;
- отримання додаткового доходу за рахунок постійних виплат франчайзі;
- зменшення фінансових ризиків через незначне інвестування.

Ресторанний франчайзинг дає ряд переваг для франчайзі порівняно з відкриттям такого ж власного підприємства:

- франчайзі отримує перевірену на практиці схему ведення бізнесу і готову ринкову нішу;
- право на використання відомої торгової марки і маркетингових інструментів, а також увагу споживачів прихильників цього бренду;
- збереження юридичної та економічної самостійності, можливість самостійного прийняття управлінських рішень;
- франчайзер надає консультації по питанням які виникають в процесі співробітництва;
- проведення тренінгів для персоналу, отримання досвіду за передовими вітчизняними або міжнародними стандартами.

Ресторанний франчайзинг є корисним і для споживачів послуг харчування: широкий асортимент ресторанних послуг, надає можливість вибору закладу, який буде відповідати вимогам певного споживача;

економія часу за рахунок харчування поза межами дому; через знайомство з національними кухнями та традиціями держав світу відбувається підвищення культурного рівня та культури харчування споживачів.

Проте при великій кількості переваг франчайзингу існують і недоліки для обох учасників підприємницької діяльності:

а) для франчайзера:
вплив франчайзингових підприємств, які неякісно працюють і можуть знизити репутацію бренду;

важкість збереження комерційної таємниці, яка є інтелектуальною власністю франчайзера; нестаток професійних франчайзі, які б мали необхідні знання та досвід роботи в ресторанному бізнесу

б) для франчайзі:
висока вартість франшизи, та великі витрати на послуги франчайзера, які часто змушують купувати обладнання безпосередньо у них;
контроль зі сторони франчайзера, може перешкоджати самовираженню в бізнесі;
неможливість швидкого розірвання договору.

Таким чином, організація ресторанного господарства на основі франчайзингу є досить ефективним та перспективним інноваційним інструментом ведення бізнесу, адже в умовах обмежених можливостей саме ця форма підприємницьких договірних відносин сприяє розвитку малих інноваційних підприємств.

Список використаних джерел

1. Ангелин Д. Две стороны франчайзинга / Д. Ангелин // Бизнес. – 2004. – № 34 (605). – С. 27-29
2. Гусев С. Франчайзинг позволяет развиваться практически бесконечно/ Гусев С. // Компаньон. – 2004. – № 38 (398). – С.22-23