

Нині 36 міст Великобританії розкручують проекти, подібні до «Неймовірного істівного Тодмордену». В інших частинах світу також є спільноти: в Америці, Японії та Новій Зеландії. Після землетрусу в Новій Зеландії до Тодмордену приїжджали люди, щоб перейняти частину того громадянського духу, який допоможе розвитку садівництва в центрі м. Крайстчерч.

В Україні овочевий туризм понині не розвивається, але перспективи для розвитку існують, оскільки це корисно як для українців, так і для доквілля. Тому є ймовірність, що найближчим часом ця тенденція поширюватиметься теренами нашої країни.

Отже, проєкт «Неймовірний істівний Тодморден» дав поштовх розвитку овочевого туризму. Переваги овочевого туризму — у тому, що він несе лише користь навколишньому середовищу, підтримує вітчизняних виробників (кількість фермерів у Тодмордені з 2008 р. збільшилася) та є цікавим для широкої цільової аудиторії.

Н. А. Минко

ФРАНЧАЙЗИНГОВІ ТУРИСТИЧНІ МЕРЕЖІ — СУЧАСНА ТЕНДЕНЦІЯ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ

Туристичний сектор економіки в останні роки — один із найперспективніших у сучасному бізнесу, це пов'язано з постійним зростанням попиту споживачів щодо існуючих туристичних послуг, що стимулює подальший розвиток сфери загалом і збільшення конкуренції на ринку.

Створюючи власний туристичний бізнес, початківці стикаються з проблемами та перепонами, що заважають розвиватися підприємству й витримувати конкуренцію від відомих і впливових гравців на ринку.

Франчайзинг у туристичному секторі економіки останніми роками перетворюється на дієвий механізм розвитку взаємовигідних відносин між правовласниками розкручених брендів і бажаними отримати прибутковий бізнес, максимально знизивши витрати на рекламу.

Досить часто одним зі способів зменшення впливу факторів ризику на ринку називається участь у спільному підприємстві, успішному на ринку, або об'єднання з фірмою, яка створила продукт чи послуги, що користуються попитом на ринку, і надійну систему фінансового контролю й виробництва цього продукту.

Бурхливий розвиток франчайзингових схем ведення бізнесу також пов'язаний з виведенням на ринок нових туристичних суб'єктів, зменшенням операційних витрат і часу, новими методами та формами надання туристичних послуг, постійним збільшенням якості надання туристичних послуг. Найвідомішими франчайзерами в туристичному бізнесі, які працюють на вітчизняному ринку, є TUI, JoinUp!

Для франчайза це надає:

– можливості стати самостійним бізнесменом із мінімальним початковим капіталом;

– миттєве набуття репутації серед споживачів завдяки веденню бізнесу під визнаним товарним знаком;

– можливість придбання основних фондів у франчайзера шляхом лізингу або за залишковою вартістю.

Для франчайзера:

– збільшення обсягів продажів і територіальне розширення бізнесу;

– відсутність витрат на утримання вертикально-інтегрованої мережі управління;

– піднесення престижу фірми й товарного знаку;

– дохід від продажу ліцензії;

– прибуток від можливостей надання в оренду франчайзі нерухомості та обладнання.

Франчайзинг також набув популярності у сфері готельно-ресторанного бізнесу, де франчайзерами є заклади різного цінового сегменту.

Отже, франчайзинг у туристичному бізнесі є ефективною формою підприємницької діяльності, що створює для підприємця значні можливості створення й розвитку власної справи, для значного розширення обсягу продажу товарів і послуг.

Завдяки функціонуванню мережі компаній, спрямованих на реалізацію туристичного продукту та значної конкуренції між ними, створюються умови, за яких ринок постійно розвивається, використовують нові технології та особливості ведення бізнесу, підвищує рівень обслуговування й послуг, споживач отримує якісний продукт, який зможе задовольнити його попит

М. С. Козлов, А. О. Рябкова

КЕЙТЕРИНГ ЯК СУЧАСНА ТЕНДЕНЦІЯ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Ресторанне господарство створює умови для досягнення суспільних цілей розвитку туризму. У ресторанах зустрічаються та знайомляться люди з різних країн, створюється сприятливе оточення для взаєморозуміння, ділових контактів, розвитку громадського та культурного життя. Ресторанне господарство на сучасному етапі налічує більше 60 тис. об'єктів ресторанного господарства. Ресторанний бізнес, як і раніше, найактивніше розвивався в найбільших містах України, лідером за обсягом ринку є Київ, який володіє 5148 об'єктами ресторанного господарства, Дніпро — 964, Харків — 642 та Львів — 617 об'єктами ресторанного господарства. У системі громадського харчування України перспективним є розвиток кейтерингу. Кейтеринг — обслуговування поза приміщеннями підприємств харчування. Відповідає традиційному комплексному обслуговуванню, що передбачає приготування їжі, сервірування столу, надання допомоги в проведенні заходу поза закладом харчування. Викремлюють три основних види кейтерингу: приготування їжі в приміщенні та споживання за його межами; виїзне ресторанне обслуговування, тобто приготування страв за межами приміщення закладу харчування;