

УДК 338.2

Дудаш О. І.

Львівський університет бізнесу та права

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ВИКОРИСТАННЯ ФРАНЧАЙЗИНГУ В СФЕРІ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

Dudash O.

INNOVATIVE APPROACHES OF USING FRANCHISING IN THE HOSPITALITY INDUSTRY

У сучасному світі інновації та інноваційні підходи дедалі більше і більше набирають популярності. Кожна сучасна людина прагне пізнавати щось нове і цікаве, при тому максимально економити свій час. Сучасні тенденції в економіці індустрії гостинності та туристичної галузі дозволяють сказати про те, що на ринку послуг є достатньо перспектив для запровадження інновацій та інвестування. Одним з поширених методів інвестування є франчайзинг, за допомогою якого не тільки можна підняти категорію певного суб'єкта господарювання в сфері індустрії гостинності, а й підвищити рівень управління підприємством, а також покращити якість послуг, які надаються. Ресторанні та готельні мережі на основі франчайзингу є новою формою бізнесу в індустрії гостинності та туризму в Україні.

Франчайзинг – це форма співпраці між юридично та фінансово незалежними сторонами (компаніями або фізичними особами), в рамках якої одна сторона (франчайзер), що володіє успішним бізнесом, відомою торговою маркою, ноу-хау, комерційними таємницями, репутацією та іншими нематеріальними активами, дозволяє іншій стороні (франчайзі) користуватися цією системою на погоджених умовах [1]. Варто зазначити, що перший вагомий договір франчайзингу у сфері індустрії гостинності, а саме в готельно-ресторанному сегменті, був укладений 1927 року Хоурдом Джонсоном. Він зумів розширити свій бізнес на Східному узбережжі, згодом – на Середньому Заході і в Каліфорнії. Сьогодні його мережа закладів гостинності охоплює понад 900 підприємств ресторанного та готельного бізнесу [2].

У сучасних умовах успіх у сфері послуг залежить від наявності концепції закладу, його вподобань та цільової аудиторії, раціонального менеджменту, цінової політики, бездоганного сервісу сучасної кухні та ін.

В умовах конкуренції створення нового суб'єкта господарювання та просування його на ринку послуг забирає чимало часу й зусиль та потребує достатньо великих капіталовкладень, аж до виведення підприємства на стадію впізнаваності на ринку послуг. Тому найбільшу популярність здобувають франчайзингові мережі в сфері індустрії гостинності. Багато хто з вітчизняних і закордонних учених-економістів приділяли увагу цій проблемі та висували різні точки зору щодо розвитку сучасних форм організації і роботи в даному напрямку. Зазначимо, що індустрія гостинності включає в себе як сегмент готельних, так і ресторанних послуг. Проаналізуємо поняття готельного та ресторанного франчайзингу.

Готельний франчайзинг – це метод підприємництва, завдяки якому підприємець, який має готель, може об'єднатися з великою мережею, що вже діє. Франчайзер надає захищене в законному порядку право займатися певною підприємницькою діяльністю франчайзі, а також – допомогу в організації цієї діяльності, навчанні, реалізації та управлінні за винагороду [1].

Прикладом може слугувати мережа готелів Reikartz Hotel Group.

Завдяки даному заходу компанія Reikartz хоче залучити інвесторів, тих, хто планує диверсифікувати існуючий або побудувати новий бізнес. За 10 років на ринку України мережа Reikartz Hotel Group вдосконалила механізм управління готелем. Зараз є глибоке розуміння, як потрібно робити, отриманий ексклюзивний досвід, і з'явилося бажання передавати його далі. Компанія готова надати повністю «упакований» продукт. Франшиза

Reikartz включає в себе повний інструментарій зі своїми стандартами, системою навчання, фінансовою моделлю та залученістю в операційну діяльність. Мережа готелів Reikartz Hotel Group об'єднує 41 готель у трьох країнах під п'ятьма брендами: Reikartz Hotels & Resorts, Reikartz Collection Hotel, Optima Hotel, Raziotel і Vita Park. Тому, виходячи з вищенаведеного, розуміємо, що франчайзинг у готелях та готельних мережах є популярним і перспективним, з використанням франчайзингу франчайзер значно швидше зможе вивести свій суб'єкт господарювання в точку беззбитковості.

Франчайзингові ресторани давно стали національною гордістю в багатьох містах України, зокрема, у Львові. Сьогодні можна почати ресторанний бізнес і купити франшизу успішного бренду для свого міста. Франшиза в ресторанному бізнесі – це перевірена досвідом бізнес-модель і додаткова гарантія рентабельності проєкту.

Кількість франчайзингових готелів і ресторанів по Україні перевищила кілька сотень. Вони відкриті не тільки у великих містах, а й у маленьких, де населення не перевищує кілька десятків тисяч осіб. Для керівників мережі це є справжньою гордістю, а для мешканців міста – національним брендом відвідувати відомі заклади в сфері індустрії гостинності.

Отже, з вищенаведеного розуміємо, що інноваційні підходи у використанні франчайзингу в сфері індустрії гостинності є перспективними, легко окупними і не потребують додаткових капіталовкладень у рекламу.

Франчайзер постійно проводить у мережі своїх підприємств моніторинг діяльності, розробляє нові системи функціонування підприємств, асортиментну політику, довготермінові рекламні програми, займається підготовкою персоналу. Також він здійснює контроль якості продукції та послуг, які надають його підприємства. Важливим елементом контролю якості продукції та послуг є проведення анкетування споживачів. Інформація, що отримується внаслідок анкетування, аналізується. На підставі проведеного аналізу анкет розробляються заходи з удосконалення роботи підприємства.

Але розвитку цієї інноваційної форми бізнесу заважає відсутність інфраструктури з обслуговування бізнесменів – учасників франчайзингу. Про це свідчать і публікації відомих авторів, які також не дають повного уявлення про франчайзингові мережі у сфері індустрії гостинності.

Список використаних джерел:

1. Готельний франчайзинг. // Вікіпедія: вільна енциклопедія. URL: <https://www.wikipedia.com.ua>
2. Готельний франчайзинг. URL: https://pidru4niki.com/1356061562189/turizm/gotelniy_franchayzing