

Франчайзинг як вид організації сфери готельного бізнесу в Україні

Мельник Юлія Вікторівна

Нікітіна Тетяна Андріївна., к.е.н

Національний університет харчових технологій (НУХТ), Київ, Україна

Вступ. Дослідження франчайзингу як виду організації сфери готельного бізнесу в Україні набуває важливого значення у сучасних умовах реалізації підприємницької діяльності, оскільки це є своєрідною платформою до подальшого активного розвитку готельного бізнесу.

Матеріали і методи. При дослідженні використаний метод теоретичного узагальнення, а саме виявлення типових рис і закономірностей, притаманних досліджуваному явищу. Інформаційною базою дослідження виступають роботи вітчизняних і зарубіжних вчених.

Результати. Франшиза — це контрольна ліцензія, видана франшизодавцем (першою особою) франшизоотримувачу (другій особі), яка виступає умовою бізнесу [1]. Франчайзинг в туристичному бізнесі є методом підприємницької діяльності, відповідно до якого підприємець, який є власником готелю, може об'єднатися з великим діючим ланцюгом. Право займатися підприємництвом та допомагати в організації даної діяльності, навчанні, реалізації та управлінні за певну плату від франшизоотримувача надає франшизодавець та регулюється законом.

Існує два види франчайзингу готельних ланцюгів. Коли франшизоотримувач одержує комплект будівельної документації від франшизодавця для будівництва готелю – це перший вид. Даний вид франчайзингу готелю не є рентабельним і буде цікавий будівельним підприємствам, оскільки готельне підприємство компенсує витрачені кошти лише через декілька років (в кращому випадку). Другим видом є, коли франшизоотримувач, який володіє готелем, входить в відому брендову «готельну мережу» у готельному бізнесі і внаслідок цього використовуються такі форми: прямі інвестиції, франшиза, управління. За даними Міжнародної федерації франчайзингу, в 2017 році європейські франчайзери займали 36% світового ринку [2]. В європейських державах найпоширенішою сферою діяльності є сфера послуг, особливо мережа франшиз готельного та ресторанного бізнесу. В Німеччині, Італії та Франції франчайзинг послуг в складає 40-45% від загального числа франшиз [2]. На українському ринку успішним франчайзером є Rezidor - оператор брендів Radisson SAS, Regent, Country Inn., Park Inn. I Missoni, який управляє чотиризірковим готелем Radisson SAS в Києві [3].

Висновки. Створення підприємства за умовами франчайзингу доволі сильно зменшує ризики підприємницької діяльності, оскільки в даному випадку застосовується бізнес, який давно показав свою дієвість і завоював світовий ринок ведення готельного господарства. Застосування франчайзингу як виду організації діяльності по наданню готельних послуг є актуальним і перспективним видом ведення бізнесу в Україні, внаслідок стрімкого руху підприємств сфери туристичної діяльності до розвитку та розширення готельних ланцюгів.

Література:

1. Європейський Кодекс Етики Франчайзингу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://franchising.ua/franchayzing/94/evropeyskiy-kodeks-etiki-franchayzingu/>.
2. Побоченко Л.М. Вплив франчайзингу на розвиток європейського бізнесу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/09/45.pdf>.
3. Франчайзинг в готельному бізнесі України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.mayger.ua/ru/analitika/franchayzing-v-gostinichnom-biznese-ukrainy/>