

Таким чином, слід зазначити, що послуги готельно-ресторанного закладу сучасні, різноманітні і можуть задовольнити навіть найвибагливіших споживачів.

1. Premier Hotel Aurora: [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://aurora-hotel.phnr.com>

## **РОЛЬ ФРАНЧАЙЗИНГУ В ГОТЕЛЬНІЙ ІНДУСТРІЇ**

***Шабельнік Д.В.***

*Науковий керівник – Андренко І.Б., канд. екон. наук, доцент*

У сучасному світі розвиток готельного бізнесу стрімко зростає, що проявляється у створенні великих готельних мереж, які розвиваються як на території своєї країни, так і за її межами. Готельний ланцюг це є консолідація декількох готелів, які слідують єдиним стандартам, мають єдиний бренд і керівництво.

На сьогоднішній день перед багатьма готелями постає досить непростий вибір: приєднатися до будь-якої з провідних готельних мереж, або ж залишитися незалежними і розвиватися самостійно, без сторонньої допомоги. Йдеться про таке поняття, як франчайзинг, що є методом ведення бізнесу (в даному випадку готельного бізнесу), при якому власник готелю, або особа, яка передбачає створити певний засіб розміщення, може укласти угоду з уже діючим готельним ланцюгом з правом на використання торгової марки тієї чи іншої мережі, а також маркетингу, стандартів обслуговування та репутації. У свою чергу, франчайзі (особа або компанія, яка отримує право на використання бренду і т.д.) повинен виконувати всі встановлені стандарти і щомісяця виплачувати франчайзеру (компанії, яка надає можливість використання свого бренду) гонорар в розмірі певного відсотка.

Як було сказано раніше, рішення про примикання до готельної мережі для сучасних готелів не є настільки легким, оскільки отримання франшизи, з одного боку, є перевагою, а з іншого - робота під міжнародним брендом більш складна, ніж самостійна діяльність особи або компанії.

Розглянемо позитивні і негативні сторони франчайзингу саме для осіб і компаній, які прагнуть до співпраці з готельним ланцюгом. Якщо підприємець, який володіє готелем, вирішив приєднатися до однієї зі світових мереж, з метою просування власного бізнесу і досягнення економічного успіху на ринку, то він укладає договір про співпрацю з готельною мережею і за певний щомісячний податок отримує право на використання, в першу чергу, розробленої даним готельним ланцюгом системи стандартів сервісу, також чіткої і грамотної концепції ведення

готельної справи, бізнес-стратегій, і, що не менш важливе, ноу-хау (що є секретами виробництва, тобто всі ті знання і вміння, а також методи і винаходи, які використовуються готелем у своїй діяльності, і які знаходяться під охороною комерційної таємниці). Крім цього, франчайзі отримує допомогу в розвитку власного бізнесу з боку франчайзера, маркетингові програми, рекомендації з покупки устаткування і розробки дизайну інтер'єру, а також надається підготовка обслуговуючого персоналу. Всі вище перераховані компоненти франчайзингової системи дають можливість підприємцю або компанії без особливих зусиль розвиватися в сфері готельного господарства.

Але з іншого боку, як уже було зазначено, робота по франчайзингу може мати недоліки. По-перше, компанія-франчайзі повністю несе матеріальну відповідальність за свою діяльність і при будь-яких непередбачених ситуаціях вона теж зазнає серйозних збитків. А, по-друге, якщо готель здійснює свою діяльність, як самостійне підприємство, то в даному випадку йому необхідно прикладати набагато більше зусиль для забезпечення високої якості готельних послуг, високих стандартів сервісу, підготовки персоналу, просування готелю на місцевому готельному ринку, ніж при співробітництві з готельною мережею.

Виходячи з усього вище сказаного, можна зробити наступний висновок: франчайзинг є найбільш швидкозростаючим методом організації і розвитку готельного бізнесу, і отже – досить затребуваним серед одиночних готелів, оскільки організація підприємства на умовах франшизи значно знижує підприємницькі ризики, так як в цьому випадку відбувається використання уже відпрацьованого і доведеного своєю ефективністю бізнесу.