

Ковальова Н.
ЗВО спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа»
Миколаївський національний аграрний університет
м. Миколаїв, Україна
*Науковий керівник – канд. екон.наук, доцент кафедри
готельно-ресторанної справи та організації бізнесу*
Величко О.В.

ПЕРЕВАГИ ФРАНЧАЙЗИНГУ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

Галузь гостинності є однією з найбільш швидкозростаючих та конкурентноспроможних галузей в світі. Вона включає в себе різноманітні види підприємств, такі як готелі, ресторани, кафе, бари, кейтерингові компанії та інші. Запуск власного бізнесу в цій галузі може бути складним та вимагати значних витрат, які не кожен підприємець може собі дозволити.

Один з варіантів запуску власного бізнесу в галузі гостинності - франчайзинг. Франчайзинг є формою співпраці, в якій одна компанія (франчайзер) надає іншій компанії (франчайзі) право використовувати свою торгову марку та бізнес-модель. Цей варіант дозволяє підприємцям запустити власний бізнес в галузі гостинності з меншими ризиками та затратами [2].

Франчайзинг є популярною формою бізнесу в індустрії гостинності, оскільки вона дозволяє підприємцям запустити власний бізнес з мінімальними ризиками та затратами. Ось деякі переваги франчайзингу в індустрії гостинності [1;3]:

- Встановлена брендова ідентичність: франчайзи зазвичай мають встановлену брендову ідентичність та репутацію, що дозволяє новим підприємцям користуватись вже відомим та популярним брендом, що зменшує ризики відкриття нового бізнесу.

- Менші витрати на маркетинг та рекламу: зазвичай франчайзи зобов'язуються здійснювати маркетинг та рекламу на рівні мережі, що зменшує витрати на ці процеси для окремих франчайзі.

- Керівництво та підтримка: франчайзингові компанії зазвичай забезпечують новим франчайзі керівництво та підтримку з боку експертів, що дозволяє знизити ризики прийняття неправильних рішень.

- Більші можливості для розширення: франчайзинг дозволяє підприємцям запустити свій бізнес відповідно до успішної моделі, що забезпечує більші можливості для розширення та розвитку.

- Більша стійкість до криз: відомі та успішні франчайзингові мережі зазвичай мають більшу стійкість до криз та економічних спадів, оскільки вони можуть швидко адаптуватись до нових умов та змінювати свої бізнес-процеси.

- Спільні закупівлі: франчайзингові мережі можуть здійснювати спільні закупівлі, що дозволяє забезпечити оптимальні ціни на продукти та послуги.

- Навчання та підготовка: франчайзингові компанії зазвичай забезпечують підготовку та навчання нових франчайзі, що дозволяє забезпечити високу якість обслуговування та продуктів.

- Використання існуючої інфраструктури: франчайзингові підприємства можуть використовувати існуючу інфраструктуру, таку як логістичні системи та програми управління, що зменшує витрати та збільшує ефективність діяльності.

- Співпраця з експертами: франчайзингові компанії можуть залучати експертів з різних галузей, що дозволяє забезпечити високу якість послуг та продуктів.

- Відносно низькі ризики: франчайзинговий бізнес дозволяє підприємцям запустити власний бізнес з меншими ризиками та затратами, оскільки вони отримують підтримку від франчайзингової компанії та мають вже відому та успішну бізнес-модель [4].

Звичайно, франчайзинг не є ідеальним рішенням для всіх підприємців та не гарантує успіху в бізнесі. Однак, якщо він правильно використовується, франчайзинг може забезпечити підприємцям більші можливості для успішної діяльності в індустрії гостинності.

Однак, перед вступом до франчайзингової угоди необхідно детально вивчити всі умови та обов'язки, зокрема щодо вартості ліцензійних внесків, роялті та маркетингової підтримки. Також важливо ретельно вивчити ринок та конкуренцію в галузі гостинності та забезпечити належний рівень фінансової стійкості для запуску бізнесу [2].

Отже, можна зробити висновок, що франчайзинг є привабливим варіантом для підприємців, які бажають запустити власний бізнес в галузі гостинності з меншими ризиками та затратами. Франчайзинг дозволяє використовувати вже відому та успішну бізнес-модель, отримувати підтримку та навчання від франчайзингової компанії, а також забезпечує можливість спільних закупівель та використання існуючої інфраструктури.

Список використаних джерел:

1. Bhanushali, N. (2020). Advantages and Disadvantages of Franchise Business. *International Journal of Management, Technology* 10(2), 1-5.
2. Ghobadian, A., Speller, S., & Jones, M. (1998). Franchising as a strategic option for European hospitality companies: a preliminary investigation. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 10(2), 72-80.
3. Giebelhausen, M., Robinson, S., & Swayne, L. (2014). What's in a name? The impact of brand on guest perceptions of franchised hotels. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 23(4), 407-424.
4. Hitt, M. A., Ireland, R. D., & Hoskisson, R. E. (2012). *Strategic management cases: competitiveness and globalization*. Cengage Learning.

Ларіна В.

ЗВО спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа»
Миколаївський національний аграрний університет
м. Миколаїв, Україна
*Науковий керівник – канд. екон.наук, доцент кафедри
готельно-ресторанної справи та організації бізнесу*
Кушнірук В.С.

ЧИННИКИ, ВІД ЯКИХ ЗАЛЕЖИТЬ ЕФЕКТИВНА РОБОТА РЕСТОРАНУ

Ресторанний бізнес відрізняється від всіх інших видів бізнесу. Це підприємство, яке об'єднує в собі мистецтво і традиції, механізми діяльності і досвід маркетингологів, філософію обслуговування і концепцію формування потенційної аудиторії.