

Е. А. КЛЮЧНИКОВ

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **Б. В. Сорвиров,**

д-р экон. наук, проф.

СИСТЕМА ФРАНЧАЙЗИНГА В СФЕРЕ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА

Туризм и гостеприимство – одна из наиболее динамично развивающихся отраслей экономики. Субъекты хозяйственной деятельности, работающие в сфере туризма, сегодня всё больше уделяют внимание поиску путей удовлетворения расширяющихся запросов туристов и поиску наилучших путей расширения мощностей своих предприятий. На решение этих и других задач как раз и направлен процесс франчайзинга.

Франчайзинг – договор между владельцем торговой марки и отдельной гостиницей об использовании торгового знака, операционных систем и системы бронирования в обмен на долю прибыли гостиницы в пользу владельца этой торговой марки плюс некоторые другие вознаграждения, такие как, например, вознаграждение за рекламу. Суть этого договора заключается в том, что владелец торговой марки способен достичь более глубокого проникновения на рынок с минимальными инвестициями, и одновременно предприятие, заключающее договор франчайзинга, в состоянии развернуть свою предпринимательскую деятельность с меньшим риском [1].

Франчайзинговая форма организации бизнесе в сфере туризма и гостеприимства представляет массу преимуществ как для начинающего предприятия, так и для предприятия, желающего развить уже имеющийся бизнес. Во-первых, франчайзи получает узнаваемый бренд, а в сфере гостиничного бизнеса бренд – важный элемент, так как сегодня всё больше людей становятся приверженцами определённого бренда, что даёт им уверенность в качестве оказываемой услуги. Во-вторых, компания-франчайзер оказывает полную поддержку франчайзи, в том числе и юридическую, что особенно важно на стадии становления предприятия. В-третьих, сегодня у предприятий идёт борьба за информационный ресурс, что значительно повышает конкуренцию, а франчайзинговая система позволяет создать единое информационное поле, с помощью которого предприятия могут вести менее рискованную деятельность.

Однако, не стоит и забывать про ряд ограничений, с которыми сталкивается франчайзи при организации бизнеса на условиях франчайзинга. Франчайзи обязан пройти жёсткую экспертизу на соответствие перед приобретением франшизы и в дальнейшем действовать в рамках жёстких правил, что также ограничивает предпринимателя при принятии управленческих решений. Многие франчайзеры довольно часто прибегают к использованию штрафов при несоблюдении установленных стандартов. Франчайзер также может столкнуться с рисками при расширении собственного бизнеса на условиях франшизы. Интеграция в новые регионы или даже страны заставляет франчайзера сталкиваться с языковым барьером и ментальным недопониманием, что затрудняет выстроить взаимовыгодное сотрудничество.

Несмотря на ряд рисков и недостатков франчайзинговая система организации бизнеса широко применяется в хозяйственной деятельности зарубежных стран, особенно в гостиничной, о чём говорят данные, представленные в таблице 1, в которой продемонстрированы сведения о количестве франшиз наиболее крупных гостиничных цепей Америки и Европы. Видно, что именно франчайзинг позволяет этим компаниям расширять свой бизнес.

По-иному обстоит дело с гостиничными франшизами в Республике Беларусь. На сегодняшний день на территории Беларуси представлены лишь некоторые франшизы из перечисленных отельных цепей. Так, в стране функционируют три отеля цепи Hilton Hotels & Resorts, два отеля цепи Marriott International и один отель цепи InterContinental Hotels and Resorts. Отечественные гостиничные франшизы представлены достаточно узко. Так, был произведен анализ рынка гостиничных франшиз Беларуси, в рамках которого была изучена основная платформа продажи франшиз – Ассоциация франчайзеров и франчайзи «Белфранчайзинг». По результатам анализа можно сделать вывод, что, в основном, в республике представлены франшизы гостиничных сетей эконом-варианта, а именно франшиза хостелов белорусской сети Best Hostels и альтернативные варианты гостиничного бизнеса, среди которых франшиза сети апартаментов Paul Marie Apartments & Travel [3].

Таблица 1 – Объединение отелей в гостиничные цепи на условиях франчайзинга в 2019 г.

Название цепи	Общее количество отелей в цепи	Количество отелей, входящих в цепь на условиях франчайзинга	Процент отелей, входящих в цепь на условиях франчайзинга, от общего числа отелей в цепи, %
Hilton Hotels & Resorts	9000	4100	45
Wyndham Hotels and Resorts	8035	7098	88
Choice Hotels International	6800	6800	100
Marriott International	6080	4060	67
InterContinental Hotels and Resorts	5350	5350	100

Главными проблемами в функционировании рынка гостиничных услуг Беларуси сегодня являются:

– отсутствие национального белорусского оператора на современном этапе развития рынка в Беларуси;

– сегмент гостиниц уровня трех звезд и ниже остается в Беларуси незаполненным и представлен в основном предприятиями с весьма низким уровнем обслуживания и скудным набором услуг;

– проблема эффективного менеджмента для национальных гостиниц – переход от административных методов управления к рыночным.

В заключение можно сделать вывод, что франчайзинг – это достаточно распространённая форма управления бизнесом в сфере гостеприимства. В Беларуси среди отечественных предпринимателей система франчайзинга не нашла своего широкого распространения и используется для открытия хостелов и сети апартаментов. Совершенствование сферы гостиничных услуг, применение франчайзинга в совокупности с выгодным месторасположением страны создаст огромный потенциал для привлечения туристов, развития МТСЕ-туризма, что, как следствие, будет способствовать росту въездного туризма, заполняемости гостиниц, притоку инвестиций в страну.

Список использованной литературы

1 Ковшар, Е. А. Гостиничный и ресторанный бизнес: учеб.-метод. пособие для студентов: в 2 ч. / Е.А. Ковшар. – Минск: БГТУ, 2019. – Ч. 1. – 201 с.

2 Электронный ресурс по продаже франшиз [Электронный ресурс]. – 2020. – Режим доступа: <https://www.franchisedirect.com>. – Дата доступа: 01.02.2020.

3 Ассоциация франчайзеров и франчайзи «Белфранчайзинг» [Электронный ресурс]. – 2020. – Режим доступа: <https://belfranchising.by>. – Дата доступа: 01.02.2020.