На тему: «**Франшиза, франчайзинг, ланцюгові готелі та ресторани**»

План

1 Поняття та сутність: франшиза, франчайзинг.

2 Поняття та сутність: ланцюгові готелі

3 Приклади успішної франшизи в Україні

4 Приклади ланцюгових готелів

Корені франчайзингу ідуть у Середньовіччя. Франчайзинг з того часу пройшов довгий шлях розвитку. Це становлення відбувалося не просто в різних країнах, але і в різних історичних, економічних, соціальних, психологічних та правових умовах. Саме тому поняття франчайзингу, його основних елементів у різних країнах розумілося й розуміється дещо по-іншому, що є, безумовно, своєрідним бар'єром у співпраці між франчайзером та франчайзі з різних країн. У середньовічній Англії король надавав знаті різні права, наприклад, збирати податки на визначеній території в обмін на необхідні владі послуги. Громадянам давалися дозволи (франчиза) продавати товари на ринках, брати участь у ярмарках. І в наші дні у Великобританії ще продовжують діяти стародавні франчизи, що надають їхнім власникам права на утримування ринків, проведення ярмарків, утримування поромів і мостів. У такий спосіб з давніх часів влада делегувала частину своїх повноважень в обмін на капітал або необхідні послуги, тим самим впродовж століть закладаючи фундамент сучасного франчайзингу.

Радянський Союз дізнався про існування франчайзингової системи в 1980 році, коли на ринку СРСР з’явилася американська корпорація PepsiСo. Свій бурхливий розвиток на пострадянському просторі франчайзинг розпочав в період 2001 року.

В Україні в нинішній час з успіхом працюють як іноземні франчайзингові корпорації, так і вітчизняні франчайзингові компанії. Загальна їх кількість сьогодні стрімко зростає і вже становить більше 500 компаній.

 Для нашої економіки франчайзинг нині є відносно новим явищем, у той час як у розвинених країнах він століттями практикувався як засіб забезпечення потреб суспільства в різних послугах.

Слід взяти до уваги вагомі здобутки нашої держави, і перш за все те, що Україна зробила чималі успіхи у зближенні із світовим товариством: отримала статус країни з ринковою економікою, і нарешті здобула членство у Світовій організації торгівлі. Як наслідок таких вагомих інтеграційних змін в Україні, як в державі зі значними євроінтеграційними сподіваннями, почали використовуватись новітні методи ведення підприємницької діяльності, що уже давно зарекомендували себе у країнах Європейського Союзу.

Саме до таких методів відноситься і франчайзинг, який уже понад десятиліття намагається завоювати собі гідне місце поміж методів здійснення підприємницької діяльності в Україні.

**Франшиза** (від фр. Franchise-прерогатива, перевага) - це об'єкт договору по франчайзинговій угоді, передача бренду і бізнес-моделі партнеру на пільгових умовах.

**Франчайзинг** (franchising) — це бізнес-модель, при якій одна компанія передає фізичній особі або іншій компанії право вести ідентичний бізнес під своїм товарним знаком за відповідну винагороду.

**Франчайзер** - компанія надає франшизу, **франчайзі**, відповідно, - сторона, що її придбаває.

Крім **франшизи**, **франчайзера** і **франчайзі** є інші специфічні поняття, про які необхідно знати. Наведемо їх нижче:

* **Ноу-хау** — відомості, що допомагають вести бізнес, і відомі тільки в даній організації. Передаються франчайзі разом з ліцензією.
* **Ліцензія** — документально зафіксоване право на ведення будь-якого бізнесу. Виступає об'єктом франчайзингу нарівні з брендом і ноу-хау.
* **Договір франчайзингу** може називатися ліцензійною угодою ( у разі передачі інтелектуальної власності) або договором концесії. Суть від цього не змінюється.
* **Паушальний внесок**- платіж за купівлю товарного знака або певного запасу товару. Паушальний внесок сплачується щоразу при поновленні договору.
* **Роялті у франшизі** - це регулярний періодичний внесок за користування франшизою. Може виплачуватися як фіксованою сумою, так і у вигляді відсотка від прибутку. Все це обмовляється в договорі і є основним інтересом франчайзора разом з паушальним внеском.

Крім основної франшизи є ще **майстер-франшиза** — купуючи її бізнесмен залишається єдиним власником на певній території (місті, краї, області).

**Законодавчі визначення франчайзингу є такими:**

У проєкті Закону України "Про франчайзинг" № 8241 від 08.11.2001р. поняття франчайзинг визначається як підприємницька діяльність, за якою на договірній основі одна сторона (правоволоділець) зобов'язується передати іншій стороні (користувачеві) за винагороду на визначений строк або без такого комплекс виключних прав на використання знака для товарів і послуг, фірмового найменування, послуг, технологічного процесу і (або) спеціалізованого обладнання, ноу-хау, комерційної інформації, що охороняється законом, а також інших передбачених договором об'єктів виключних прав.

Відповідно до п. 3. ч. (б) ст. 1. Регламенту Комісії (ЄС) від 30 листопада 1988 р. № 4087/88 "Про застосування статті 85 (3) Римського договору до категорії франчайзингових договорів" **договір франчайзингу -** це договір, за яким одне підприємство, **франчайзер**, в обмін на пряму чи опосередковану фінансову винагороду надає іншому підприємству, **франчайзі**, право використовувати франчизу для просування на ринку певних товарів і/або послуг.

Особливої уваги заслуговують тлумачення франчайзингових відносин численними франчайзинговими асоціаціями:

**Німецька асоціація** франчайзингу визначає франчайзинг як систему збуту, яка базується на партнерстві, в якому франчайзер передає за винагороду право франчайзі продавати продукцію або надавати послуги під його іменем.

**Французька федерація** франчайзингу розглядає франчизу "як співпрацю між підприємством - франчайзером і одним або декількома підприємствами - франчайзі, у результаті якої підприємство - франчайзер розпоряджається товарним знаком, знаком обслуговування, вивіскою й, особливо, ноу хау, які франчайзі повинен використовувати шляхом однакової експлуатації під контролем франчайзера".

**Італійська асоціація** франчайзингу розкриває це поняття таким способом. Франчайзинг - "це форма тривалого співробітництва між підприємцями, юридично і фіансово незалежними один від одного для розподілу товарів і послуг, які укладають між собою договір, згідно з яким франчайзер надає користувачу франшизи виключне право на створення і збут під його торговельною маркою на конкретному ринку визначених видів товарів і послуг".

**Британська асоціація** франчайзингу визначає франчайзинг як "ліцензію, що надається однією особою (франчизодавцем) іншій особі (франчизоодержувачу), яка: дозволяє або вимагає від франчизоодержувача впродовж строку дії договору здійснювати передбачений вид підприємницької діяльності під найменуванням, що належить або асоціюється з франчизодавцем; дає право фран-чизодавцю впродовж строку дії договору здійснювати поточний контроль за діяльністю франчизоодержувача; зобов'язує фран-чизодавця надавати франчизоодержувачу допомогу в здійсненні цієї підприємницької діяльності (щодо організації ведення бізнесу франчизоодержувача, навчання його персоналу, управління тощо); зобов'язує франчизоодержувача впродовж строку дії договору виплачувати франчизодавцю періодичні грошові відрахування за надане право користування франчизою або за товари чи послуги, надані франчизодавцем франчизоодержувачеві; не є угодою між основною компанією та її дочірнім підприємством або між дочірніми підприємствами цієї основної компанії або між фізичною особою і компанією, що ним контролюється".

**Міжнародна асоціація франчайзингу** пропонує таке визначення: "Франчайзинг - це договірні відносини між франчизо-давцем і франчизоодержувачем, де франчизодавець пропонує або зобов'язується виявляти постійний інтерес до діяльності франчизо-одержувача в таких сферах, як ноу-хау і навчання персоналу, тоді як франчизоодержувач здійснює власну діяльність під спільним фірмовим найменуванням, форматом і/чи процесом, яким володіє та контролює франчизодавець, і вклав або вкладе суттєві інвестиції у це підприємство із власних ресурсів".

Характерні ознаки франчайзингу полягають у тому, що:

1. франчайзингові відносини виникають на підставі договору франчайзингу;

2. сторонами франчайзингових відносин, як і франчайзинго-вого договору, можуть бути лише юридично незалежні один від одного суб'єкти підприємницької діяльності;

3. у франчайзингових відносинах франчайзер виступає одноосібно, а франчайзі може бути декілька;

4. франчайзер є власником виключних прав, які охоплюють права на використання об'єктів права інтелектуальної власності та промислової власності, а також комерційного досвіду, ділової репутації та інших прав, що надаються франчайзі франчайзером внаслідок укладення договору франчайзингу;

5. за право користування франчизою франчайзі здійснює разові та поточні платежі;

6. для успішного ведення бізнесу франчайзер забезпечує фран-чайзі різними формами підтримки і користується правом контролю за якістю ведення підприємництва франчайзі з метою збереження на ринку своєї ділової репутації, не порушуючи при цьому його юридичної чи економічної самостійності;

7. договори франчайзингу містять такі додаткові умови, як заборону франчайзеру надавати аналогічні права іншим суб'єктам підприємництва на закріпленій за франчайзі території; заборону франчайзі конкурувати із франчайзером на закріпленій у договорі території; заборону франчазі отримувати аналогічні права від конкурентів франчайзера;

8. франчайзингові відносини передбачають всебічну співпрацю та високу етику ділових відносин;

9. франчайзингові відносини мають складну динамічну гібридну структуру.

Види і форми франчайзингу.

 Існують різноманітні види франчайзингу. Вибір франчайзингу залежить: від виду господарської діяльності; стабільності франчайзера і його місця на ринку товарів і послуг; особливостей ринку місцевого франчайзі. Виділяють три основних види франчайзингу - товарний франчайзинг, виробничий і діловий.

***Товарний франчайзинг*** іноді називають "франчайзинг продукту (торговельного імені)". Це - франчайзинг у сфері торгівлі щодо продажу готового товару.

***Виробничий франчайзинг****.* Цей вид франчайзингу найбільш широко представлений у виробництві безалкогольних напоїв.

***Діловий франчайзинг****,* який ще називають "франчайзинг бізнес-формату". При цьому франчайзер продає ліцензію приватним особам чи іншим компаніям на право відкриття магазинів, кіосків, або цілих груп магазинів для продажу покупцям набору продуктів і послуг під ім'ям франчайзера.

Існує і дещо інша класифікація видів франчайзингу:

* ***збутовий франчайзинг*** ( використовується виробником товару для побудови єдиної розгалуженої збутової мережі, функціонування якої перебуває під його контролем);
* ***торговельний франчайзинг*** ( торгівельна організація відкриває мережу своїх магазинів, які юридично не є її структурними підрозділами, філіями або дочірніми підприємствами);
* ***франчайзинг у сфері обслуговування і надання послуг*** (типовим прикладом цього виду франчайзингу, найближчого до торговельного франчайзингу, є мережі фірмових готелів, ресторанів або авторемонтних майстерень, а також аудиторських, юридичних, консалтингових фірм);
* ***виробничий франчайзинг*** ( використовується виробником для розширення виробництва своїх товарів або їх просування на нові ринки).

**3)** Готельний ланцюг – 2 або більше готелів об'єднуються під одним керівництвом для колективного бізнесу.

В кінці XIX століття почали формуватися готельні корпорації і створювати власну мережу готелів, спочатку на території своєї країни, потім почали проникати в сусідні країни, а потім і у весь світовий простір.

Сьогодні є готельні ланцюги (мережі), їх налічується - сотні, тисячі готелів розкидані по всьому світу.

**Міжнародна готельна асоціація (МГА)** поділяє готельні ланцюги на три категорії:

• *перша* - це корпоративні ланцюги - готельні корпорації, що володіють численними підприємствами;

• *друга* - ланцюги незалежних підприємств, які об'єднуються для використання загальної системи бронювання, концепції маркетингу, реклами та інших дорогих для окремого підприємства послуг;

• *третя* - ланцюги, що представляють управлінські послуги.

Існує багато точок зору на те, що послужило причиною успіху ланцюгів. Однак безперечними причинами є сталість в якості продукту, ідентичність послуг на різних підприємствах, а також доступність цін.

Кожен тип готелю, що входить в готельний ланцюг, має свою марку. Перевагою тих компаній, які суворо дотримуються своїх фірмових найменувань, є те, що споживачі, які користуються послугами однієї готельної ланцюга, досить чітко уявляють якість обслуговування і розміщення на підприємстві, що належить цьому ланцюзі, незалежно від його місця розташування.

Це дозволяє готельним ланцюгам задовго до відкриття нового готелю проводити її рекламу і бронювання, будучи впевненим, що постійні клієнти зволіють новий готель відомої марки випадковому вибору, зробленому під час поїздки. Практика показує, що готельний ланцюг ще задовго до відкриття готелю починає проводити бронювання місць. З цього ж часу назву готелю і всі її реквізити включаються в національний перелік готелів, а також у всілякі спеціальні довідники

Питаннями координації функціонування готельних ланцюгів і асоціацій незалежних готелів і ресторанів у Європі займається Конфедерація національних асоціацій готелів і ресторанів Європейського економічного співтовариства (ХОРТЕК).

Кількісний ріст готельних ланцюгів, їхнє злиття й об'єднання створюють помилкову думку про зниження різноманіття пропозиції та відпочинку. Однак на практиці спостерігається зворотна тенденція: поширення ланцюгів (через деяку знеособленість, стандартизованість обслуговування) не може задовольнити всіх різноманітних вимог туристів, що готує грунт для розвитку **малих незалежних готелів**, які роблять ставку на унікальність і неповторність.

У діяльності готельних заходів величезне значення має використання можливостей міжнародних систем бронювання і резервування, інтегрованих у глобальні мережі Інтернет.

До числа таких систем відносяться:

**"AMADEUS",**

**"Worldspan";**

**"Galileo",**

**"Sabre "**

**"Fidelio Hotel Bank".**

"AMADEUS" є найпопулярнішою комп'ютерною системою бронювання і здатна надавати більшу кількість міжнародних послуг, ніж будь-яка інша система. Система "AMADEUS" Hotels пропонує точну, скориговану до останньої хвилини інформацію про розміщення орієнтовно в 35 000 готелях та інших засобах розміщення в усьому світі. Вона дає відомості про місцезнаходження готелю, наявності вільних місць, про набір послуг та спеціальних розцінках, застерігаються конкретним агентством.

Розділи бронювання готельних послуг існують і в глобальній комп'ютерній мережі Інтернет. Найбільш популярним з них є Travel Web, відкритий в березні 1996 року американської комп'ютерної компанією "Pegasus Systems". Travel Web містить інформацію про 94 країни світу, про всі провідні готельні ланцюги і більше 200 авіакомпаній. Крім бронювання, вона розташовує зручною системою пошуку підходящих готелів і авіарейсів.

**4)** Приклади успішних вітчизняних франшиз

**MAFIA**

Мережа ресторанів італійської та японської кухні, що нараховує більше 30 закладів. В Україні діють 9 франшиз цього бренду.

Необхідна сума інвестицій – від $315 тис. Паушальний внесок – від 30 тис. євро. Роялті – 5% від продажів щомісяця.

Термін окупності – 24-36 місяців.

Серед причин, що забезпечують ефективну роботу франчайзингу та високу якість послуг, представники бренду виділяють впровадження систем автоматизації в управління ресторанами, а також регулярні внутрішні аудити, які проводяться у закладах.

**NOVUS**

Торгівельна мережа, що працює в Україні з 2008 року. До її складу входять 43 супермаркети. З 2015 року компанія прийняла рішення розвивати франчайзинговий напрямок – наразі відомо про 3 франшизи, що діють в різних регіонах України.

Необхідна сума інвестицій – від $175 тис. до $5 млн. Паушальний внесок – відсутній. Роялті – 1% від щомісячного товарообігу.

Термін окупності – 18-36 місяців.

Своїми перевагами на українському ринку бренд вважає наявність власних логістичних центрів, що дозволяють скорочувати витрати партнерів, власний імпорт, а також допомогу у визначенні асортиментної політики у магазинах партнерів.

**FITCURVES**

Міжнародна мережа фітнес-клубів для жінок. Представлена у 88 країнах. Почала працювати на ринку України з 2007 року, наразі нараховує більше 140 клубів.

Необхідна сума інвестицій для відкриття клубу – від $15 тис. Паушальний внесок – $33,5 тис.

Термін окупності – 12-18 місяців.

Успішність бренду забезпечується комплексним характером послуг необхідних для схуднення і здоров’я сучасної жінки, а також системою підтримки нових партнерів, та високою рентабельністю бізнесу – на рівні 25%.

Серед загальних рис, що поєднують успішні франшизи, можна виділити:

* Власна програма супроводу партнерів. Тобто успішна франшиза – це не лише продаж бізнес-моделі, але й уважність та допомога партнерам у підготовці персоналу, дотриманні якості послуг, створенні інтер’єру закладів та ін.;
* Наявність у власників франшизи досвіду керування мережею. Деякі фірми сьогодні починають розвиватися за франчайзинговою моделлю одразу з моменту відкриття.У той же час, наявність власної мережі закладів як своєрідного фундаменту франшизи є ознакою успіху, адже підтверджує життєздатність бізнес-моделі компанії;
* Спільні цінності. Успішні франшизи обирають партнерів, які розділяють їх цінності та погляди на ведення бізнесу. Це допомагає формувати здорову бізнес-культуру, додержуватися спільних стандартів якості та разом працювати над посиленням репутації бренду.

## 5) Найбільші готельні мережі світу

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Ранг** | **Мережа готелів** | **Кількість**  |
| 1 | Wyndham по всьому світу | 8, 092 |
| 2 | Вибір готелів | 6, 429 |
| 3 | Marriott International | 5, 974 |
| 4 | InterContinental Hotels Group | 5, 070 |
| 5 | Hilton Worldwide | 4, 727 |
| 6 | AccorHotels | 4200 |
| 7 | Готелі Best Western | 4, 196 |
| 8 | Jin Jiang International | 3, 090 |
| 9 | Домашні пансіонати | 3000 |
| 10 | Мотель 6 | 1330 |
| 11 | Готельний комплекс Carlson Rezidor | 1, 112 |
| 12 | Vantage Hospitality | 1, 090 |
| 13 | La Quinta Inns та Suites | 889 |
| 14 | Whitebread plc | 700 |
| 15 | Корпорація Hyatt Hotels | 667 |

## **Wyndham по всьому світу**

Готель Wyndham по всьому світу є найбільшою мережею готелів у світі за кількістю готелів, які мають 8, 092 готелі в 66 різних країнах, розташованих на шести континентах. Спочатку Wyndham була заснована в 1981 році Trammell Crow в Далласі, штат Техас, як Wyndham Hotel Corporation, але згодом була перероблена як Wyndham Worldwide в 2006 році. Штаб-квартира Wyndham Worldwide розташована в Парсіппані-Трой-Хіллз в Нью-Джерсі, США. Wyndham Worldwide пишається більш ніж 40 000 співробітників та їх численними готелями під 15 брендами. Група Wyndham найбільш відома тим, що винагороджує своїх постійних клієнтів балами лояльності у понад 7 700 готелях Wyndham по всьому світу, пропонуючи безкоштовні квитки на літак, подарункові карти, безкоштовні ночі та багато іншого. У 2013 році Wyndham в усьому світі отримав дохід у розмірі $ 5 009, 0 млн., А загальні активи - 9 741, 0 млн. Дол.

## **Marriott International**

Заснована в 1927 році Джоном Віллардом Маріотт як корпорація Marriott, Marriott International є третьою за величиною мережею готелів у світі з 5 974 готелями в більш ніж 110 країнах. Багатонаціональна диверсифікована компанія гостинності з більш ніж 199 929 співробітниками в даний час очолює Біл Маріотт, син Джона Маріотта. Штаб-квартира компанії розташована у передмісті Вашингтона, округ Колумбія, у місті Бетесда, штат Меріленд. Marriott International була зареєстрована після поділу корпорації Marriott на дві компанії, корпорацію Host Marriott і Marriott International. Крім розкоші та гостинності, Marriott International також бере участь у соціальних питаннях, таких як викорінення бідності, розвиток громад, догляд за дітьми, навколишнє середовище та глобальне різноманіття.

## **Hilton Worldwide**

Hilton Worldwide заснована в 1919 році в Cisco Texas Conrad Hilton - американська багатонаціональна компанія гостинності, яку очолює Крістофер Дж. Нассета. Hilton Worldwide - п'ята найбільша мережа готелів у світі з 4 727 готелями в 104 країнах і територіях. З 14 брендів у різних секторах ринку, Forbes класифікував Hilton Worldwide номер 36 серед найбільших приватних компаній США перед IPO в грудні 2013 року. Штаб-квартира компанії розташована в Беверлі-Хіллз, Каліфорнія, і вона пишається тим, що має приблизно 164 000 співробітників У 2015 році Hilton Worldwide нараховує 4 922 готелі.

## **Готелі Best Western**

Best Western International є сьомою за величиною мережею готелів у світі з 4, 196 готелями та мотелями по всьому світу, половина з яких розташована в Північній Америці. Best Western International в даний час очолює генеральний директор компанії David Kong і заснована в 1946 році М.К. Best Western International вважається однією з найбільш швидкозростаючих готельних мереж в Азії та на Близькому Сході з доходом у 6 мільярдів доларів у 2012 році. У 2011 році компанія Best Western налаштувала свій слоган на "найбільшу в світі сім'ю готелів" з "найбільшої у світі мережі готелів". . Компанія також змінила свою систему брендингу в 2011 році на нову систему з трьома рівнями, включаючи Best Western, Best Western Plus та Best Western Premier. У 2012 році штаб-квартира компанії перебуває у Феніксі, штат Арізона, у США.

6) **Висновок:**

Як бачите, **франчайзинг** - це дуже привабливий спосіб вкладення грошей. Новачок зможе навчитися веденню справ у досвідчених партнерів, при цьому отримуючи прибуток. Для бізнес-профі франшиза приваблива швидкою окупністю.

Так що, якщо є вільні кошти – тут є над чим подумати!

Важливе значення в розвитку сучасного готельного бізнесу мають **готельні ланцюги**. Вони дозволяють просувати на світовий туристський ринок високі стандарти обслуговування, а також сприяють підтримці готельного обслуговування туристів.

**Готельні ланцюги** сприяють поширенню і значному підвищенню рівня організації виробництва й обслуговування туристів, створенню певного образу готельного обслуговування.

У таких готелях в інших незнайомих країнах турист почувається майже як удома, у знайомій і комфортній обстановці.

**Посилання на джерела:**

## Франчайзинг і франшиза - що це таке, простими словами, плюси і мінуси + 5 прикладів бізнесу по франчайзингу :

[**https://biznescat.com/biznes/65-franchajzing-i-franshiza.html**](https://biznescat.com/biznes/65-franchajzing-i-franshiza.html)

Сутність франчайзингу і його види та форми:

<https://pidru4niki.com/19981012/ekonomika/sutnist_franchayzingu_yogo_vidi_formi>

# Франшиза – що це таке, як працює Франчайзинг та хто такий Франчайзер.

https://termin.in.ua/franshyza/

# [Типи сучасних готелів](https://tourism-book.com/books/book-22/)

https://tourism-book.com/books/book-22/chapter-1264/

# Найуспішніші франшизи в Україні

[**https://biz.nv.ua/ukr/experts/najuspishnishi-franshizi-v-ukrajini-2133302.html**](https://biz.nv.ua/ukr/experts/najuspishnishi-franshizi-v-ukrajini-2133302.html)

Гостиничное и ресторанное дело, туризм: Сб. нормативных документов. – Ростов н/Д: Феникс, 2003.

Бондаренко Г.А. Гостиничное и ресторанное хозяйство. – Мн.: БГЭУ, 2001

[**https://pidru4niki.com/18471227/ekonomika/istoriya\_viniknennya\_rozvitku\_franchayzingu**](https://pidru4niki.com/18471227/ekonomika/istoriya_viniknennya_rozvitku_franchayzingu)