



ИНСТИТУТ ИСТОРИИ И
МЕЖДУНАРОДНЫХ
ОТНОШЕНИЙ
КАФЕДРА ТУРИЗМА И
КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА МАГИСТРА
на тему:
**ФРАНЧАЙЗИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ГОСТИНИЧНЫХ
ПРЕДПРИЯТИЙ, НА ПРИМЕРЕ ОТЕЛЯ «ЗАГРЕБ»**

Автор работы

студентка 3 курса заочной формы
обучения

Таранова Ирина Дмитриевна

Научный руководитель

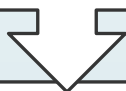
кандидат социологических наук,
Отнюкова Марина Сельбертовна

АКТУАЛЬНОСТЬ

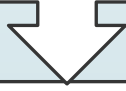
В развитых странах франчайзингу уже давно уделяют большое внимание



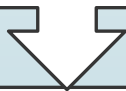
Существует крайняя ограниченность знаний этой области в России



Франчайзинг нуждается в выработке комплексного знания о нем



Франчайзинг - сокращает потери, увеличивает эффективность рекламы, повышает уровень продаж и прибыль, содействует развитию компаний




Франчайзинг особенно актуален в области гостиничного бизнеса



Объект исследования



Предмет



Цель магистерской диссертации

исследование особенностей франчайзинга как формы развития малого и среднего бизнеса в индустрии туризма и гостеприимства, а также разработка проекта, направленного на повышение конкурентоспособности отеля «Загреб» посредством приобретения франшизы

ЗАДАЧИ

A vertical stack of ten white, arrow-shaped task cards with black outlines, pointing to the right. The cards are arranged in a column, with a dark grey arrow pointing to the top card from the left. The background is light blue with faint, stylized lines suggesting a wall or structure.

Методологическая база исследования

- новые тенденции развития гостиничной индустрии

В.С. Васильева

- проблемы и перспективы развития гостиниц «3» звезды в России С.А. Балаян

- перспективы развития международных гостиничных сетей в России Е.А.Блинова и А.В. Романюк

- развитие гостиничных сетей в регионах России

Е.Е. Полянской

- Работы Боуэн Док и Котлера Ф.

Эмпирическая база

анализ хозяйственной деятельности предприятия отеля «Загреб»


цель исследования - системное исследование значимых экономических показателей методом анализа документов за 2015-2018 гг

оценка структуры имущества и основных показателей отеля «Загреб» методом анализа документов

За единицу анализа брались следующие индикаторы: эффективность использования оборотных средств, финансовые результаты, финансовая устойчивость, ликвидность, рентабельность

контент-анализ деятельности в договоре франшизы гостиниц Саратова (80 отелей)

SWOT-анализ отеля «Загреб»



Практическая значимость исследования

Применение предложенных в работе рекомендаций позволит отелю «Загреб» получить эффективные инструменты оценки и формирования конкурентоспособности на рынке гостиничного бизнеса Саратовской области

Общетеоретический анализ показал

- франчайзинг впервые был использован в индустрии гостеприимства в 1920-х годах
- франчайзинговые компании широко развиты более чем в 170 экономических секторах
- основными экспортерами франшиз являются США, Япония, Канада, Великобритания, Германия, Австралия и Франции
- франчайзинговая практика на российском рынке гостиничных услуг в целом имеет положительный опыт
- любой отель не будет успешно функционировать без эффективной системы управления

- в Гражданском кодексе РФ (гл. 54) франчайзинг получил определение как «коммерческая концессия», а его стороны - правообладатель и пользователь
- специальное законодательство по франчайзингу существует во многих развитых странах мира, но везде имеет свои особенности
- отсутствие унификации терминологии франчайзинга в России
- франчайзинг в широком смысле опосредуется целой системой взаимосвязанных параллельных обязательств, регулируемых различными главами части второй ГК РФ

Исследование развития гостиничного франчайзинга в России

- гостиничный бизнес - один из самых быстро и успешно развивающихся в России, ежегодно растет на 15-20%
- важные тенденции - проникновение международных сетевых компаний на наш рынок
- отсутствие системы управления качеством услуг
- недостаточно развитый механизм инвестирования в гостиничное хозяйство
- ограниченное присутствие на российском рынке мировых сетей

Результаты эмпирического исследования

Основными принципами работы отеля
являются

индивидуальный
подход к клиентам

профессионализм
и дружелюбие
персонала

ГОТОВНОСТЬ ПОМОЧЬ

Номерной фонд отеля «Загреб»

65 номеров на 4
этажах

пять различных категорий
номеров от «эконом» до
двухкомнатного «люкса»

Основные экономические показатели отеля «Загреб»

- капитал отеля сформирован за счет уставного капитала, нераспределенной прибыли и кредиторской задолженности
- распределен капитал не эффективно, так как большую его долю занимают запасы
- дебиторская задолженность на 31 декабря 2017 года составила 45,18% всех активов предприятия
- заемный капитал сформирован из кредиторской задолженности отеля «Загреб»
- в 2017 году увеличилась доля задолженности поставщикам
- в 2017 году прибыль предприятия снизилась
- снижение процента наполняемости номерного фонда
- SWOT-анализ показал, что организация имеет ряд слабых сторон и угроз, которые необходимо преодолевать

ПРОЕКТ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОТЕЛЯ «ЗАГРЕБ» ПОСРЕДСТВОМ ПРИОБРЕТЕНИЯ ФРАНШИЗЫ»

Знание возможных рисков и оценка эффективности предложенных мероприятий позволят:

1. Повысить интерес новых клиентов к отелю
2. Создать и поддерживать благоприятный климат для существующих и потенциальных гостей
3. Установить постоянную связь с всемирно известной сетью отелей «Best Western»

Цели и задачи проекта

Цель - разработать проект, который позволит отелю «Загреб» усилить свою конкурентоспособность, благодаря вступлению во франчайзинговую сеть

- **Задачи проекта:**
- Выбор конкретной франшизы
- Изучение критериев для вступления во франчайзинговую сеть
- Анализ соответствия отеля «Загреб» для вступления во франшизу
- Выявление рисков проекта
- Оценка эффективности проекта
- Определение результатов проекта

Сроки реализации проекта – 1 марта 2019 г. – 1 августа 2019 г.

Основные стратегии проекта:

- Формирование нового подхода к управлению отелем в соответствии с международными стандартами
- Повышение привлекательности отеля «Загреб» за счёт использования имени популярного бренда

Преимущества проекта:

- доступ к международной системе бронирования цепи
- общая реклама цепи
- техническая поддержка
- уменьшение операционных рисков работы на рынке
- гарантированное бронирование обеспечит загрузку на ближайший год на 60%
- централизованная система закупок
- регулярные проверки качества услуг
- проведение периодических обучающих курсов для сотрудников

Выбор конкретной франшизы

Преимущества присоединения к

Best Western:

- Участие в программе контроля обслуживания клиентов
- Международные стандарты и минимальные требования
- Легкие в управлении интерфейсы
- Поддержка других членов сети «Бест Вестерн»
- Стоимость членства в сети BW является весьма скромной
- Членство в крупнейшей в мире гостиничной сети
- Независимость в вопросах управления
- Бесплатные телефонные номера для бронирования по всему миру
- Бронирование через Интернет на популярных сайтах
- Подсоединение ко всем глобальным системам бронирования
- Активные продажи и маркетинг по всему миру
- Участие во всех значимых международных шоу и выставках, например
- Информация по отелю в международных справочниках
- Участие в программах «Частый Гость»
- Партнерское сотрудничество с авиакомпаниями

Мероприятия проекта


- Создание условий, согласно указанному перечню во франчайзинговом договоре с «Best Western»
- Разработка положения о конкурсе, подготовка к конкурсу. Подбор персонала
- Проверка на соответствие стандартам
- Тренинг на сплочение коллектива «Коллаж»
- Анализ экономических показателей отеля франчайзером
- Юридическое закрепление сделки по договору франчайзинга
- Оплата по договору франчайзинга
- Ребрендинг отеля «Загреб»

Бюджет проекта

Наименование	Стоимость	Количество (месяцев)	Всего (руб.)
Руководитель проекта (з/п по проекту)	17 000,00р.	6	102 000,00р.
Представитель франчайзер (русскоязычный)	15 000,00р.	6	90 000,00р.
Создание условий по договору	146 000,00р.	-	146 000,00р.
Конкурс на подбор персонала	18 000,00р.	-	18 000,00р.
Юридические услуги по договору	55 200,00р.	-	55 200,00р.
Оплата по договору франшизы (кредитование фр-ра)	70 000,00р.	-	70 000,00р.
Непредвиденные расходы (ребрендинг)			50 000,00р.
ИТОГО:			531 200,00р.

Риски проекта

Риски	Пути минимизации
Неэффективные коммуникации среди участников проектной группы	<ol style="list-style-type: none">1. Мотивирование членов проектной группы2. Приведение планерок перед мероприятиями и после них
Финансовые условия франшизы	Внесение единовременной платы – joining free может не окупиться в ближайшие года, что приведет к неминуемому банкротству
Нерациональное планирование	<ol style="list-style-type: none">1. Наличие обратной связи между участниками проекта2. Своевременное оповещение и взаимодействие
Ошибки бюджетирования	Внесение дополнительной суммы средств в бюджет проекта



Проконтролировать результаты и оценить эффективность проекта можно по прошествии времени:

- количество новых клиентов отеля
- опрос жителей города (проведение социологического исследования)

Все выводы и рекомендации были представлены руководителю отеля. Информация проанализирована и оценена положительно, в настоящее время принимаются меры для внедрения разработанного проекта



ИНСТИТУТ ИСТОРИИ И
МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ
КАФЕДРА ТУРИЗМА И
КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА МАГИСТРА
на тему:
ФРАНЧАЙЗИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ГОСТИНИЧНЫХ
ПРЕДПРИЯТИЙ, НА ПРИМЕРЕ ОТЕЛЯ «ЗАГРЕБ»М

Автор работы

студентка 3 курса заочной формы обучения

Таранова Ирина Дмитриевна

Научный руководитель

кандидат социологических наук,

Отнюкова Марина Сельбертовна