- количество гостей (разбивать их на группы и подгруппы по мотивам посещения и степени удовлетворенности предложением (меню), анализировать время посещения, зависимости и закономерности в поведении гостей);
- меню (разбивать его на группы и подгруппы корреляции, анализировать структуру потребления, временные, количественные и качественные параметры);
- чеки и заказы (разбивать их на ранги и отслеживать степень лояльности, платежеспособности, особенности группового и индивидуального посещения);
- ABC-анализы продаж блюд по объему продаж (валовой ABC-анализ), количеству блюд (количественный ABC), выявляющие конкуренцию между блюдами в меню, позиции-аутсайдеры, неправильные наценки, выходы блюд, ошибки в ценообразовании и т.д.;
- поток чеков гостей, что позволяет ранжировать чеки, определить степень соответствия меню концепции заведения, выявить конфликты различных аудиторий и т.д.
- более ста финансовых показателей «здоровья ресторана» (структура расходов и доля в выручке заведения, структура постоянных и переменных издержек, коэффициенты оборачиваемости денежных средств, коэффициенты товарных запасов и многие другие).

Источники

1. *Дэй, Дж.* Стратегический маркетинг / Дж. Дэй ; пер. с англ. В. Егорова. — М. : ЭКСМО-Пресс, 2002. — 632 с.
2. *Гэмбл, П.* Маркетинг взаимоотношений с потребителями / П. Гэмбл, М. Стоун, Н. Вудкок ; пер. с англ. В. Егорова. — М. : Гранд : Фаир-пресс, 2002. — 511 с.
3. *Азбука ресторатора. Все, что нужно знать, чтобы преуспеть в ресторанном бизнесе.* — М. : Изд-во Жигульского, 2003. — 215 с.

СНИЛ «Гандаль»

А. В. Самотошенко, А. В. Денисюк

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — Л. С. Пацай, канд. экон. наук, доцент

ТРЕНДЫ И ИННОВАЦИИ МИРОВОГО ФРАНЧАЙЗИНГА

По данным на конец 2023 г., в мире существует более 3,5 млн франчайзи, охватывающих различные отрасли, включая ресторанный бизнес, услуги, розничную торговлю и образование. США остаются лидером по количеству франшиз. По данным International Franchise Association (IFA), в 2023 г. в США действовало более 780 тыс. франшиз [1].

Интеграция передовых технологий продолжает усиливать индустрию франчайзинга. Франчайзеры и франчайзи активно продолжают внедрять искусственный интеллект для анализа предпочтений клиентов и создания персонализированных предложений. Применение ИИ-решений добавляет до 75 % ценности в таких областях, как управление клиентами, маркетинг, разработка программного обеспечения и исследования.

Во франчайзинге наблюдается растущее движение к экологически чистому или экологически безопасному бизнесу. Примеры эко-франшиз, которые активно работают в разных странах мира, представлены в таблице.

Экофраншизы, активно работающие в разных странах мира

Франшиза	Вид услуг
Maid Brigade (США)	Компания предлагает экологически чистые услуги по уборке с использованием безопасных для здоровья и окружающей среды чистящих средств
Green Tree Inn (Китай)	Гостиничная сеть, которая включает в себя экозеленые отели, реализующие принципы устойчивого развития и эко-сознательного туризма
Junk King (США)	Франшиза, занимающаяся вывозом мусора с акцентом на переработку и утилизацию отходов с минимальным воздействием на окружающую среду
The Green House (Австралия)	Франшиза, предлагающая курсы и консультации по органическому садоводству и устойчивым методам ведения хозяйства
Италия	Бизнес по аренде и продаже электрических велосипедов, дополнительно развивает экотуризм в стране (велоекскурсии)

Инновационный франчайзинг в разных странах мира представлен разными направлениями, которые учитывают местные условия и потребности. В США активно развиваются франшизы, предлагающие автоматизированные системы управления рестораном, например Toast. В Канаде наблюдается рост франшиз, ориентированных на использование биопластика или переработанных товаров. В Великобритании и Франции появляется все больше франшиз, использующих искусственный интеллект для анализа рынка и улучшения сервиса. Инновационный франчайзинг охватывает широкий спектр областей и направлений. Это позволяет не только привлекать новых клиентов, но и повышать эффективность бизнеса, адаптироваться к меняющимся условиям рынка и улучшать клиентский опыт.

Франчайзеры и франчайзи, готовые к адаптации и внедрению инноваций, могут значительно повысить свою конкурентоспособность и добиться устойчивого роста в современном, постоянно меняющемся бизнес-ландшафте. В будущем способность к инновациям и гибкость

в подходах будут определять успех франчайзинговых моделей по всему миру.

Источники

1. IFA Franchise Organization, Opportunities, & Education. — URL: <https://www.franchise.org/> (date of access: 14.11.2024).

2. Бердин, А. Э. Зеленый франчайзинг — современный тренд устойчивого развития / А. Э. Бердин, М. Ю. Бердина // КиберЛенинка. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/zelenyy-franchayzing-sovremennoyy-trend-ustoychivogo-razvitiya/viewer> (дата обращения: 14.11.2024).

П. В. Середа

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — Е. В. Андрос

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНЫХ ГОСТИНИЧНЫХ СЕТЕЙ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Международные гостиничные сети динамично развиваются уже более 70 лет. В наши дни они становятся основным элементом экономики большинства стран мира. Тенденция открытия сетевых гостиниц наметилась и в Беларуси. Так, на белорусском рынке туристических услуг международные гостиничные сети присутствуют с 2008 г. На данный момент три из них — ведущие крупнейшие компании Hilton Hotels & Resorts (4 гостиницы), Marriott International (одна гостиница) и InterContinental Hotel Group (одна гостиница). Пять из шести сетевых гостиниц расположены в Минске.

Международные компании инвестируют как в строительство новых гостиничных объектов, так и в их реконструкцию. Построена гостиница Minsk Marriott Hotel, имеющая оригинальный архитектурный проект — сверху она похожа на сокола [1]. Примером удачной реконструкции могут служить: здание Crowne Plaza — памятник довоенной архитектуры, где в 1938 г. была гостиница «Белорусь» (через букву «о») и в 1987 г. гостиница «Свислочь»; а также здание The Basilian Minsk, Curio Collection by Hilton, представляющее историческую ценность, будучи корпусами бывшего монастыря базилианок XVII в. [2].

Все сетевые гостиницы в Беларуси имеют удобное расположение. Гостям предоставляются современные номера, а также широкий спектр услуг. В гостиницах пять звезд можно посетить спа-центр, салон красоты, ночной клуб, казино, заказать кейтеринг и другие услуги. В отелях стремятся удовлетворить ожидания гостей и погрузить их в атмосферу дружелюбного сервиса. В DoubleTree by Hilton Hotel