

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу
(найменування кафедри)

РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня магістра
зі спеціальності 242«Туризм
(шифр та найменування спеціальності)
за магістерською програмою професійного спрямування
«Економіка та організація туристичної діяльності»
(назва магістерської програми)

на тему: «Особливості використання франчайзингу в туристичній діяльності
(на прикладі ТОВ «Мережа магазинів горящих путівок»)»
(назва теми)

Виконавець:
студентка ЦЗВФН
Джум Катерина Марківна
(прізвище, ім'я, по-батькові) _____ /підпис/

Науковий керівник:
к.е.н, доцент
(науковий ступінь, вчене звання)
Іванов Андрій Миколайович
(прізвище, ім'я, по-батькові) _____ /підпис/

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Сучасний бізнес в туризмі, як і в будь-якій іншій сфері економічної діяльності України, переживає важкий час свого існування та подальшого розвитку. В умовах значної нестабільності економічного, політичного та соціального життя, ефективним засобом конкурентної боротьби на туристичному ринку може послужити використання туристичними установами франчайзингу. Франчайзинг сприяє збільшенню кількості наданих туристичних послуг та підвищенню їх якості, а також забезпечує доступ до різних рівнів туристичної сфери.

Мета дослідження - науково-теоретичне обґрунтування організаційно-управлінських механізмів підприємства у туристичній сфері. Дослідження історичного, теоретичного та практичного застосування франчайзингу у туризмі, його придатності до функціонування на специфічному ринку України.

Завдання дослідження:

- проаналізувати теоретичні основи франчайзингу в туризмі;
- дослідити франчайзингову діяльність ТОВ «Мережа магазинів горящих путівок»;
- запропонувати та надати рекомендації щодо вдосконалення франчайзингової діяльності для ТОВ «Мережа магазинів горящих путівок».

Об'єкт дослідження - розвиток, формування та удосконалення організаційно-управлінських механізмів підприємств туристичної сфери, а саме - франчайзинг у туризмі.

Предметом дослідження є сукупність теоретичних, методичних і практичних питань, пов'язаних з франчайзинговою діяльністю ТОВ «Мережа магазинів горящих путівок».

Методи дослідження: історичного та логічного структурного аналізу, графічний, метод синтезу.

Інформаційна база дослідження: дані статистичних довідників і бюлетенів Державного комітету статистики України, вітчизняні та закордонні періодичні видання, результати авторських спостережень за діяльністю підприємств, що входять до франчайзингових мереж України, офіційний сайт ТОВ «Мережа магазинів горящих путівок» та інформація, отримана від працівників трьох одеських філій мережі.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаної літератури та додатків. Загальний обсяг роботи 110 сторінок машинописного тексту. Робота містить 18 таблиць, 14 рисунків, список використаної літератури складається із 45 найменувань.

Публікації:

Джум К. М. Ключові тренди франчайзингу як інновації в туризмі / К. М. Джум // Матеріали Міжнародної конференції студентів, аспірантів та вчених «Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України». - Одеса.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі **«Теоретичні основи франчайзингу в туризмі»** наведено основні визначення та види діяльності по франчайзингу, стадії впровадження його в туристичну діяльність, історія започаткування та розвитку франчайзингу як особливого виду ведення туристичного бізнесу. Розглянуто правові засади франчайзингових угод, що супроводжують туристичний бізнес. Виділено незаперечні переваги та негативні сторони для обох учасників франчайзингових відносин.

У другому розділі **«Франчайзингова діяльність при функціонуванні товариства з обмеженою відповідальністю «Мережа магазинів горящих путівок»** досліджено особливості функціонування одного з лідерів серед українських туристичних агенцій, концепцією роботи якого є реалізація гарячих турів. Оцінено результативність та ефективність франчайзингової діяльності в ТОВ «Мережа магазинів горящих путівок».

У третьому розділі **«Обґрунтування доцільності відкриття нового магазину мережі горящих путівок у місті Одеса»** надано загальну характеристику майбутньої агенції та пропозиції щодо формування витрат та доходів майбутньої агенції. Наведено пропозиції щодо вдосконалення франчайзингової діяльності об'єкта дослідження.

ВИСНОВКИ

Франчайзинг в сучасній економіці - найбільш вигідна форма співпраці для туристичних підприємств у разі створення нового власного бізнесу або реорганізації агенції, що вже працює.

Франчайзинг - це форма організації бізнесу, при якій підприємство передає незалежним підприємствам право на виробництво продукції, торгівлю товарами або надання послуг під певною торговою маркою, на певній території і на певний термін.

Основними учасниками франчайзингової мережі є франчайзинг і франчайзі. Франчайзер (franchisor) - компанія, власник торгової марки, яка передає за певну плату (royalties) виробничі або маркетингові знання та права на використання торговельної марки. Франчайзі (franchisee) - компанія або приватна особа, якій передають за певну плату (Royalties) виробничі або маркетингові знання та права на використання торговельної марки.

В Україні законодавчо не сформована система вимог до франшизи, пропонованих на ринку продажів туристичної індустрії. В результаті на нашому ринку величезна пропозиція незрілих франшиз.

Привабливість франчайзингу заключається в наявності незаперечних переваг для обох учасників франчайзингових відносин. Для невеликих туристичних агентств він надає в розпорядження стабільний дохідний бізнес, для відомих фірм і компаній - можливість розширити й зміцнити свої позиції на ринку. Під час організації туристичного підприємства на умовах франшизи значно знижуються підприємницькі ризики, так як в цьому випадку

відбувається використання уже відпрацьованого і такого, що довів свою ефективність бізнесу.

У процесі своєї еволюції сучасний франчайзинг пройшов через два основних етапи: I. Етап традиційного франчайзингу; II. Етап франчайзингу бізнес формату.

Франчайзер забезпечує надання різного роду послуг і підтримки з метою сприяння успіху франчайзі, у тому числі: - допомога в організації бізнесу, у тому числі в одержанні необхідного фінансування; - реклама і просування торгової марки і назви фірми на ринку; - маркетингові дослідження (оцінка потенціалу ринку і переваг споживачів, а також вибір місця для розміщення торгових приміщень); - одержання дозволів і ліцензій, необхідних для своєї діяльності; - допомога в одержанні (оренді) земельної ділянки, проектуванні, будівництві і дизайні приміщень; - участь у переговорах з постачальниками устаткування, матеріалів, товарів і т.д. Допомога в організації ефективної системи бухгалтерії.

Туристичний франчайзинг впровадили самі туроператори, що запропонували турфірмам визначений формат ведення бізнесу і стандартизували перелік курортів і інших місць для відпочинку.

Процесу розвитку франчайзингу перешкоджають наступні фактори: - неадекватна законодавча база, - недолік внутрішнього капіталу, - обмежений доступ до кредитів, - відносно великий ризик країни, - інші перешкоди.

ТОВ «Мережа магазинів горящих путівок» – одна з провідних компаній на туристичному ринку України. Для свого розвитку ТОВ «Мережа магазинів горящих путівок» вирішила піти по шляху франчайзингу. При цьому, здобуваючи розкручене ім'я, ефективні технології, вигідні умови реалізації продукту, агентства, що вступають у мережу зберігають повну юридичну незалежність і волю дій.

Центральний офіс Мережі магазинів горящих путівок не займається ні розробкою ні продажем туристичного продукту, працівники центрального офісу аналізують пропозиції, що надходять від туроператорів.

Так звана марочна політика ТОВ «Мережа магазинів горящих путівок» базується на єдиній марочній назві, якою є назва фірми. Саме з назвою «Мережа магазинів горящих путівок» у споживачів туристичних послуг асоціюється гарантія якості запропонованих послуг.

Нові технології і постійне удосконалення роботи вже зараз дозволило Мережі зайняти свою нішу, оцінювану в 11% усіх продажів турпродукту.

Успішним франчайзинг може стати тільки при дотриманні принципів рівноправного співробітництва і взаємної вигідності. Франчайзинг вимагає чіткого юридичного оформлення взаємних відносин франчайзера і франчайзі. Воно здійснюється за допомогою франчайзингової угоди. Франчайзингова угода має містити усі специфічні вимоги до підприємця і включати його зобов'язання.

До переваг пропонованої системи для франчайзі можна віднести наступне: - могутня реклама; - суспільне визнання; - навчання; - допомога на

початковому етапі; - підготовка і, можливо, вибір місця розташування; - допомога в організації обліку.

Підвищення франчайзингової активності має переслідувати наступні цілі:

- удосконалення законодавчих умов, що регламентують франчайзинг і суміжні аспекти; - створення необхідних структур для просування стійкого розвитку франчайзингу; - розробка і схвалення етичних правил для франчайзингових відносин.

В третьому розділі були наведені пропозиції щодо вдосконалення франчайзингової діяльності об'єкта дослідження.

Складові частини франчайзингу дозволять: розвинути і підвищити загальну культуру підприємницьких відносин; створити основу для розвитку малого підприємництва; створити нові робочі місця; ініціювати розробку нових ідей, методів і технологій в малому бізнесі; сформулювати систему практичного навчання для малого підприємництва; залучити значні іноземні інвестиції в українську економіку.

В Україні існує потреба в створенні туристичних франчайзингових мереж та їх ефективного розвитку. Керівники дрібних і середніх туристичних фірм намагаються вирішити одні й ті ж однотипні проблеми, дозволити, які, в поодиночку практично неможливо. Головна з них - ефективна технологія залучення клієнтів. Турфірм на ринку багато і конкуренція досить висока. Також поява великих турагентств не дозволяє зберегти бізнес малого і середнього рівня. Це під силу франчайзингу.

При виконанні всіх рекомендацій та подальшому активному розвитку ТОВ «Мережа магазинів горящих путівок» буде одним із вагомих лідерів на ринку туристичних послуг, як в Україні так і в світі.

Розвиток українського бізнесу в туризмі неможливо без поступового переходу до цивілізованих відносин, що вимагає застосування принципово нових методів ведення бізнесу. І франчайзинг це якраз той метод, який дозволить Україні не тільки розвивати малий і середній бізнес, а саме сферу туризму, а й виходити на міжнародну арену бізнесу.

АНОТАЦІЯ

Джум К.М., «Особливості використання франчайзингу в туристичній діяльності (на прикладі ТОВ «Мережа магазинів горящих путівок»)»

кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра зі спеціальності «Туризм» за магістерською програмою «Економіка та організація туристичної діяльності», Одеський національний економічний університет м. Одеса, 2019 рік

Кваліфікаційна робота магістра складається з трьох розділів: теоретичні основи франчайзингу в туризмі; франчайзингова діяльність при функціонуванні товариства з обмеженою відповідальністю «Мережа магазинів горящих путівок»; обґрунтування доцільності відкриття нового магазину мережі горящих путівок у місті Одеса.

Об'єктом дослідження є розвиток, формування та удосконалення організаційно-управлінських механізмів підприємств туристичної сфери, а саме - франчайзинг у туризмі.

Предметом дослідження є сукупність теоретичних, методичних і практичних питань, пов'язаних з франчайзинговою діяльністю ТОВ «Мережа магазинів горящих путівок».

У кваліфікаційній роботі розглядаються сутність, правові та методичні засади діяльності франчайзингових мереж туристичних підприємств. Оцінено результативність та ефективність франчайзингової діяльності в ТОВ «Мережа магазинів горящих путівок». Запропоновано шляхи щодо вдосконалення франчайзингових відносин об'єкта дослідження.

За результатами дослідження проведено економічні розрахунки щодо формування витрат та доходів агенції ТОВ «Мережа магазинів горящих путівок».

Ключові слова: франчайзинг, туристична агенція, мережа магазинів, горяща путівка, організаційно-економічні умови.

ANNOTATION

K. Dzhum «Features of use of franchising in tourist activity (on the example of «LAST MINUTE TOURS, LIMITED LIABILITY COMPANY»)» scientific qualification work on the master's degree in the specialty "Tourism" under the master's program "Economics and Organization of Tourism", Odesa national economic university, Odesa, 2019.

Master's qualification work consists of three sections: theoretical foundations of franchising in tourism; franchising activities in the operation of the Limited Liability Company "Burning Permit Stores Network"; substantiation of expediency of opening of a new shop of burning permits

The object of the research is the development, formation and improvement of organizational and management mechanisms of tourism enterprises, namely - franchising in tourism.network in the city of Odessa.

The subject of the research is a set of theoretical, methodological and practical issues related to franchising activities of «LAST MINUTE TOURS, LIMITED LIABILITY COMPANY».

The qualification work examines the essence, legal and methodological principles of franchise networks of tourist enterprises. The effectiveness and efficiency of franchising activities at «LAST MINUTE TOURS, LIMITED LIABILITY COMPANY» were evaluated. Ways to improve the franchise relations of the research object are suggested.

According to the results of the study, economic calculations for the formation of costs and revenues of the agency «LAST MINUTE TOURS, LIMITED LIABILITY COMPANY» were carried out.

Key words: franchising, travel agency, chain of stores, burning permit, organizational and economic conditions.