

**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: «Організаційно-економічний механізм франчайзингу в діяльності
туристичних підприємств України»
(назва теми)

Виконавець:

студентка факультету міжнародної
економіки

Малачли Олександра Петрівна

(прізвище, ім'я, по-батькові)

/підпис/

Науковий керівник:

професор, к.е.н
(науковий ступінь, вчене звання)

Герасименко Віктор Григорович

(прізвище, ім'я, по-батькові)

/підпис/

ОДЕСА - 2019
ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Розвиток підприємництва в умовах транснаціональної економіки викликає інтенсивний розвиток інтеграційних форм організації бізнесу, які передбачають широке використання різних видів об'єднань і форм спільної діяльності. Заслуговують на увагу франчайзингові відносини у сфері туризму, які формують нову парадигму підприємницької діяльності. Так, досить відомим є той факт, що нездатність витримувати конкуренцію – основний фактор припинення діяльності підприємницьких організацій. Тому, дослідження франчайзингового способу розвитку підприємництва, переваг та можливостей франчайзингової системи має високий ступінь актуальності як у теоретичному, так і у практичному аспекті.

Метою дослідження є дослідження розвитку франчайзингових відносин на ринку туристичних послуг, покращення діяльності об'єкта дослідження, через аналіз недоліків і переваг франчайзингу. У рамках дослідження, франчайзинг розглядається як ефективна модель розвитку малого бізнесу. З цього погляду досліджено основні умови франчайзингу для потенційних партнерів від найвідоміших франчайзерів в туристичному бізнесі, а також виокремлено франчайзинг як окрему специфічну модель взаємодії організацій туристського бізнесу.

Завдання дослідження:

- розглянути сутність франчайзингу в системі економічних відносин, виокремити поняття франчайзингу та його види;
- проаналізувати модель мережі турагентств, організованих за принципом франчайзингу;
- розглянути особливості створення кластерів на основі франчайзингу;
- проаналізувати основну операційну діяльність вибраного підприємства-франчайзі та окреслити основні пропозиції франшиз на ринку туристичних послуг;
- розкрити проблеми і визначити шляхи удосконалення франчайзингових відносин в сфері турсервісної та турагентської діяльності;
- окреслити перспективи впровадження інноваційного проекту з відкриття нового туристичного агентства «TRG-agency 2»;
- запропонувати модель інноваційного кластера м. Одеси, що може бути організований за принципом франчайзингу.

Об'єктом дослідження є механізм франчайзингу в діяльності туристичних підприємств України.

Предметом дослідження виступають організаційні, методичні та практичні аспекти функціонування туристичних мереж на засадах франчайзингу.

Методами дослідження є загальнонаукові та спеціальні методи, зокрема: порівняння, аналіз, узагальнення, системний підхід.

Інформаційна база дослідження. Розгляду різних аспектів франчайзингових відносин присвячено праці таких науковців як Ф. Котлер, Ж. Дельтей, М. Мендельсон. Серед вітчизняних науковців, дослідження яких вагомо вплинули на формування та розвиток франчайзингових відносин, слід відзначити: А. А. Бревнова, С. М. Махнушу, Г. Б. Муніна, О. Ю. Карягіну та ін. В їх дослідженнях вивчені питання

переваг та недоліків використання франчайзингу суб'єктами підприємницької діяльності, особливостей процесу формування та здійснення франчайзингових відносин тощо.

Інформаційною базою дослідження також є статистичні дані, монографічні дослідження, наукові статті опубліковані в періодичних виданнях та в збірниках науково-практичних конференцій, а також матеріали звітів щодо господарської діяльності туристичного агентства «TRG-agency».

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота магістра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (58 найменувань) та 5-х додатків. Загальний обсяг роботи становить 83 сторінки. Основний зміст викладено на 73 сторінках. Робота містить 16 таблиць, 17 рисунків.

Публікації. За результатами виконання кваліфікаційної роботи магістра опубліковано 2 статті на тему: «Механізм функціонування туристичних мереж на засадах франчайзингу» // Науково-практичний журнал «Регіональна економіка та управління», 2019 р. та «Механізм франчайзингу в організаціях туристичної сфери» // Збірник наукових робіт за підсумками студентської наукової конференції «Минуле, сучасне майбутнє», 2018 р., а також тези доповіді на студентській конференції «Застосування франчайзингу в організаціях туристичної галузі» // Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України: Матеріали круглого столу та студентської науково-практичної конференції, 2018 р., та «Франчайзинг як інноваційна форма провадження бізнесу в туристичній індустрії» // Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України: Матеріали Всеукраїнської науковопрактичної конференції студентів, аспірантів та вчених, 2019 р.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «**Теоретичні основи формування франчайзингових відносин у сфері туризму**» який присвячено теоретичному обґрунтуванню підходів до визначення поняття «франчайзинг». Розглянуто основні переваги та недоліки франчайзингової форми ведення бізнесу, його основні види. Проведено дослідження міжнародного досвіду функціонування туристичних франчайзингових мереж і формування вітчизняних туристичних кластерів на основі франчайзингу. Визначено, що для багатьох туристичних підприємств, зосередження на турагентській діяльності із входженням до однієї з відомих франчайзингових мереж виявляється оптимальною стратегією конкурентної поведінки. Це дозволяє поповнити асортимент якісними турами виїзного спрямування, мінімізувати рекламні витрати і, найголовніше, долучитись до перевіреної на ефективність моделі ведення бізнесу на туристичному ринку.

У другому розділі «**Аналіз практики франчайзингових відносин в сфері туризму**» проведено аналіз основної операційної діяльності туристичного агентства «TRG-agency». Визначено, що на підприємстві склалась організаційна структура лінійного типу управління.

Встановлено, у туристичного агентства за аналізований період спостерігаються додатні значення прибутковості. У 2018 році підприємство отримало чистий

прибуток у розмірі 102,6 тис. грн., що у майбутньому дасть поштовх до відкриття нового туристичного агентства для максимізації прибутку. Також, було виокремлено основні пропозиції франшиз на вітчизняному ринку туристичних послуг, де з'ясувалося, що франшиза туристичного оператора «TRG» є найбільш вигідною, бо не вимагає значних капіталовкладень і має досить швидкий термін окупності.

У третьому розділі **«Рекомендації щодо розвитку і вдосконалення франчайзингової діяльності в туризмі»** сформульовано основні шляхи удосконалення франчайзингових відносин в туризмі. Зокрема створення Закону України «Про франчайзинг», який допоможе урегулювати відносини між франчайзером та франчайзі. Створення Національної асоціації франчайзингу в Україні, яка б істотно посприяла просуванню франчайзингу в нашій країні.

Для підвищення ефективності господарювання, збільшення прибутку, закріплення позитивних тенденцій останнього року та посилення конкурентних позицій Запропоновано інвестиційний проект з відкриття нового туристичного агентства «TRG-агенсу 2». Проаналізувавши ефективність пропонованого проекту за допомогою NPV-аналізу, ми зробили висновок, що проект відкриття нового туристичного агентства буде приносити підприємству додатковий дохід. Також було створено 3D модель туристичного агентства для наочності і максимального заохочення інвесторів.

Підсумками третього розділу стало створення інноваційної кластерної моделі м. Одеси на засадах франчайзингу. Адже знаходячись у різному володінні і здійснюючи свою діяльність на одному ринку (в межах кластеру), франчайзі не є конкурентами один одному. Усі вони виконують єдине найважливіше завдання – утвердження на ринку торгової марки франчайзингового ланцюга. Тому, чим відоміша торгова марка на ринку, тим вищі сукупні продажі всього ланцюга.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, основні з яких такі:

1. Франчайзинг – це ефективна модель організації бізнесу, яка є симбіозом малого та великого бізнесу, адже об'єднує малі підприємства у великі та потужні мережі. Розглядаючи туристичну сферу, можна зробити висновок, що в умовах жорсткої конкуренції франчайзингові мережі є вдалим способом боротьби за виживання, оскільки має низку переваг для усіх суб'єктів франчайзингових відносин і ринку туристичних послуг загалом.

2. Сьогодні, для багатьох туристичних підприємств, зосередження на турагентській діяльності із входженням до однієї з відомих франчайзингових мереж виявляється оптимальною стратегією конкурентної поведінки. Це дозволяє поповнити асортимент якісними турами виїзного спрямування, мінімізувати рекламні витрати і, найголовніше, долучитись до перевіреної на ефективність моделі ведення бізнесу на туристичному ринку. З цих причин нами було розроблено модель мережі туристичних агентств організованих за принципом франчайзингу.

3. Механізми розвитку такої форми організації туристичної діяльності, як туристичний кластер на основі франчайзингу, сьогодні формується відповідно із законами конкурентної боротьби та з урахуванням специфіки регіонального аспекту

в глобальній економіці. Таким чином, у туристичних агентств в зв'язку з можливостями входу в туристичну сферу шляхом організації франчайзингових відносин з'являються нові перспективи розвитку, що дозволяють найбільш ефективно експлуатувати переваги малих форм господарювання.

4. ТА «TRG-agency», що функціонує як об'єкт франчайзингової мережі, у 2018 році значно покращило власні показники основної діяльності порівняно з попередніми роками, як за кількістю обслугованих туристів так і за розміром доходів. Фінансовий стан підприємства на кінець 2018 року є стабільним, у туристичного агентств три роки спостерігаються додатні значення прибутковості. У 2018 році підприємство отримало чистий прибуток у розмірі 102,6 тис. грн..

5. Партнерство з туристичною франчайзинговою мережею може забезпечити туристичному агентству престиж, вигоду, стабільність, захист в умовах глобалізації. Нами було охарактеризовано основні франчайзингові мережі, що діють на українському ринку туристичних послуг и створено багатокутник конкурентних переваг, який дав змогу визначити, що франшиза туристичного оператора TRG є найбільш вигідним і привабливим варіантом для агентства, що тільки починає свою роботу, бо не вимагає значних капіталовкладень і має досить швидкий термін окупності

6. В роботі було визначено основні шляхи загального удосконалення франчайзингових відносин в туристичному бізнесі. Зокрема створення Закону України «Про франчайзинг», який допоможе урегулювати відносини між франчайзером та франчайзі. Створення Національної асоціації франчайзингу в Україні, яка б істотно посприяла просуванню франчайзингу в нашій країні.

7. Для підвищення ефективності господарювання, збільшення прибутку, закріплення позитивних тенденцій останнього року та посилення конкурентних позицій ТА «TRG-agency», ми вважаємо доцільним відкриття нового туристичного агентства-франчайзі мережі «TRG» в іншому районі міста Одеси. Нововведенням до інвестиційного проекту було запровадження 3D моделі туристичного агентства для наочності і максимального заохочення інвесторів.

8. Запропонова інноваційний проект стосовно створення туристичного кластеру на засадах франчайзингу. Знаходячись у різному володінні і здійснюючи свою діяльність на одному ринку (в межах кластеру), франчайзі не є конкурентами один одному. Усі вони виконують єдине найважливіше завдання – утвердження на ринку торгової марки франчайзингового ланцюга. При цьому їх загальною метою є залучення найбільшої кількості потенційних клієнтів. Тому, чим відоміша торгова марка на ринку, тим вищі сукупні продажі всього ланцюга. Як наслідок було побудовано модель туристичного кластера на інноваційній основі.

АНОТАЦІЯ

Малачли О. П. «Організаційно-економічний механізм франчайзингу в діяльності туристичних підприємств України».

кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра зі спеціальності 242 «Туризм» за магістерською програмою «Економіка та організація туристичної діяльності»,

Одеський національний економічний університет – м. Одеса, 2019 рік

У роботі розглядаються теоретичні засади ведення бізнесу на умовах франчайзингу, його переваги та недоліки. Аналізується модель мережі туристичних агентств, організованих за принципом франчайзингу та особливості створення кластерів на основі франчайзингового договору.

Проаналізовано основну операційну діяльність туристичного агентства-франчйзи «TPG-agency» за період 2016-2018 років. Розглянуто основні пропозиції франшиз на ринку туристичних послуг України.

Запропоновано шляхи удосконалення франчайзингових відносин в сфері туроператорської та турагентської діяльності. Обґрунтовано доцільність впровадження інвестиційного проекту з відкриття туристичного агентства «TPG-agency 2». Наведено створену автором модель інноваційного кластеру м. Одеси, організованого за принципом франчайзингу.

Ключові слова: франчайзинг, франчайзингова мережа, туристичний кластер, туроператорська та турагентська діяльність, інвестиційний проект, інноваційний туристично-рекреаційний кластер.

ANNOTATION

Malachly O. P. «Organizational and economic mechanism of franchising in the tourism businesses of Ukraine»,

thesis for Master degree in specialty 242 «Tourism» under the program «Economics and organization of tourist activity»,

Odessa National Economic University – Odessa, 2019

Diploma thesis deals with theoretical aspects of franchising, its advantages and disadvantages. The model of the network of travel agencies organized on the principle of franchising and the peculiarities of creating clusters based on the franchise agreement are analyzed.

The basic operational activity of the «TPG-agency» for the period from 2016 to 2018 are analyzed. The main offers of franchises in the market of tourist services of Ukraine are considered.

The ways of improvement of franchising relations in the sphere of tour operator and travel agencies activity are offered. The feasibility of implementing an investment project to open a travel agency «TPG-agency 2» is substantiated. The model of the innovative cluster of Odessa, organized on the principle of franchising, that was created by the authors.

Keywords: franchising, franchising network, tourist cluster, tour operator and travel agent activity, investment project, innovative tourist and recreational cluster.