

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу
(повна назва кафедри)

РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня бакалавр
зі спеціальності 242 «Туризм»
(шифр та найменування спеціальності)
за освітньою програмою «Туризм»
(назва освітньої програми)

на тему: **«РОЗВИТОК ФРАНЧАЙЗИНГОВИХ ВІДНОСИН У
ТУРИСТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ»**

Виконавець
студентка ФМЕ
Манько Анастасія Віталіївна

(прізвище, ім'я, по батькові)

Науковий керівник

к.е.н., доцент

(науковий ступінь, вчене звання)
Давиденко Ірина Володимирівна

(прізвище, ім'я, по батькові)

Одеса 2022

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми кваліфікаційної роботи. Сфера туризму обумовлена значущістю соціальних функцій в сучасному світі. Спочатку туризм виступав в якості різновиду відпочинку, забезпечуючи гідні умови життя і сприяючи відновленню життєвих сил людини. Як діяльність для відпочинку він існує вже багато століть. Нині туризм являє собою складний комплекс соціальних дій, інститутів, стійких форм поведінки людей тощо, пов'язаних з усіма сферами людської життєдіяльності, включаючи соціальну, політичну, культурну, економічну.

На ринку туризму існує величезна безліч туристичних агентств та операторів. Туроператор створює диференційовані туристичні продукти зі складових послуг відповідно до вимог та побажань клієнтів. Туроператор розробляє туристичні маршрути, насичує їх послугами за допомогою взаємодії з постачальниками послуг, забезпечує надання послуг, готує рекламно-інформаційні видання по своїх туристичних продуктах, визначає ціни і передає туристичний продукт агенту для їх подальшого просування і реалізації туристам

В сучасних умовах жорсткої конкуренції ринку, а також сезонних коливань на ринку туристичних послуг, щоб підвищити свою конкурентоспроможність варто шукати нові підходи до організації своєї діяльності і в даній роботі пропонується це зробити за рахунок використання франшизи. Використовуючи франшизу, організація отримує бренд, а також клієнтів, які довіряють цьому бренду. Нездатність вийти на ринок без франшизи зважаючи на високу конкурентну боротьбу в даній галузі зводить на мінімум зусиль для розвитку свого підприємства.

Об'єкт дослідження: процес формування франчайзингових відносин в туристичній діяльності.

Предмет дослідження: сукупність теоретичних та практичних аспектів франчайзингової форми організації туристичного бізнесу туристичного оператора «TUI».

Метою роботи є комплексне дослідження розвитку франчайзингової форми організації туристичного бізнесу на прикладі туристичного оператора «TUI».

На основі мети сформовані так **завдання:**

- визначити сутність, види та завдання туроператорської діяльності;
- розкрити сутність франчайзингової форми організації туристичного бізнесу;
- розглянути складові і різновиди франчайзингу та стадії його впровадження у туристичній діяльності;
- надати загальну характеристику діяльності туристичного оператора «TUI»;
- оцінити основні показники діяльності туристичного оператора «TUI»;

– дослідити та провести аналіз ефективності використання франчайзингової форми організації туристичного бізнесу на прикладі туристичного оператора «TUI»;

– запропонувати рекомендації щодо удосконалення франчайзингової форми організації туристичного бізнесу на прикладі туристичного оператора «TUI»;

– обґрунтувати доцільність використання запропонованих рекомендацій щодо удосконалення франчайзингової форми організації туристичного бізнесу на прикладі туристичного оператора «TUI».

Інформаційна база. У ході дослідження використовувалась нормативна і законодавча документація, публікації в спеціалізованих періодичних виданнях, навчальна література, наукова література вітчизняних та зарубіжних авторів, офіційні матеріали та публікації міжнародних організацій, наукові публікації вітчизняних і зарубіжних учених, матеріали науково-дослідної роботи кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу Одеського національного економічного університету.

Методи дослідження. Під час написання кваліфікаційної роботи було використано загальнонаукові та спеціальні методи наукового дослідження: метод статистичного аналізу; теоретичний аналіз джерел інформації з проблеми дослідження; метод порівняння; графічний метод. картографічний метод;

Практичне значення отриманих результатів. Матеріали кваліфікаційної роботи можуть бути використані вищими навчальними закладами, для курсів із підготовки та перепідготовки майбутніх фахівців туристичної сфери. Отримані результати можуть бути корисними для роботи туристичних операторів та аналогічних засобів розміщення, а також при складанні програми розвитку туризму.

Структура і обсяг роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (34 найменувань). Загальний обсяг кваліфікаційної роботи становить 66 сторінок комп'ютерного тексту. Основний зміст викладено на 60 сторінках. Робота містить 10 таблиць, 6 рисунків.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «*Теоретичні основи розвитку франчайзингової форми організації туристичного бізнесу*» автором розглянуті сутність, види та завдання туроператорської діяльності, визначено суть франчайзингової форми організації туристичного бізнесу, визначені складові і різновиди франчайзингу та стадії його впровадження у туристичній діяльності.

У другому розділі *«Дослідження застосування франчайзингової форми організації туристичного бізнесу туристичного оператора «TUI»»* надано загальну характеристику діяльності туристичного оператора «TUI», проведено оцінку основних показників діяльності туристичного оператора «TUI», проаналізовано переваги франшизи туроператора «TUI» та моделі його співпраці для роботи з тур агентствами.

У третьому розділі *«Напрямки розвитку франчайзингової форми організації туристичного бізнесу туристичного оператора «TUI»»* визначено проблеми розвитку франчайзингової форми організації туристичного бізнесу туристичного оператора «TUI», запропоновано шляхи підвищення ефективності застосування франчайзингу в діяльності туристичного оператора «TUI».

ВИСНОВКИ

У процесі виконання кваліфікаційної роботи було розкрито головні теоретичні основи формування франчайзингової діяльності туристичного підприємства. На початковому етапі було визначено головні елементи ефективного функціонування туристичних операторів.

Туроператор – це туристичне підприємство, що займається комплектацією турів за договорами з постачальниками послуг і відповідно до потреб туристів. Основними функціями туроператора є: вивчення потреб потенційних туристів на туристичні продукти і окремі туристські послуги; складання перспективних програм обслуговування, формування туристичних продуктів і апробація їх на ринку з метою виявлення відповідності потребам туристів; взаємодія з виконавцями послуг на договірній основі; контроль за надійністю і якістю туристичного обслуговування, постійний оперативний зв'язок з туристами, вирішення виникаючих у них проблем.

У свою чергу, у сучасних умовах глобалізації економіки туристичний бізнес перебуває під впливом зовнішніх і внутрішніх змін, які змушують підприємства туристичного господарства шукати нові стратегії, інструменти і методи управління, засновані на системних і комплексних підходах. Франчайзинг у сфері обслуговування, як одна з перспективних на сьогоднішній день форм ведення бізнесу, сприяє розвитку туристичного бізнесу і одночасно породжує створення тисячі робочих місць в даній галузі.

Безпосередньо, прийнято класифікувати франчайзинг у туристичному бізнесі за такими класифікаційними ознаками: мета створення, ступінь володіння туристичною франшизою, рівень розвитку, модель розвитку, характер роботи, метод співпраці, масштаб території охоплення. Теоретичні засади класифікації франшизи туристичного бізнесу, в яку введено нові класифікаційні ознаки, сприятимуть

поглибленню розуміння сутності франчайзингових мереж у туристичній сфері, дозволять комплексно і більш глибоко досліджувати процес управління ними.

У процесі дослідження франчайзингової діяльності на ринку туристичних послуг України було виявлено, що для України, франчайзинг є відносно новим і актуальним питанням, адже для країни, де ринкові відносини тільки зароджуються, франчайзинг як різновид бізнесу, де франчайзер передає франчайзі свій досвід ведення бізнесу, є ідеальним рішенням. Привабливість франчайзингу полягає в наявності значних переваг для обох учасників франчайзингових відносин.

У рейтингу найпопулярніших туроператорів, сформованому провідними спеціалістами інтернет-видання turprofi.com.ua, за кількістю обслугованих туристів до першої трійки увійшли туроператори Join Up, Anex Tour та TUI Ukraine.

Франшиза мережі агентств «TUI Ukraine» – це легкий старт в світі туристичного бізнесу. У рамках франчайзингового договору, компаній «TUI Ukraine» пропонує не тільки право працювати під торговою маркою мережі агентств «TUI Ukraine», а й організацію бізнесу, напрацьовану систему взаємодії та інші об'єкти інтелектуальної власності, програмне забезпечення, навчання персоналу, підвищену комісію.

Існують наступні формати франшизи «TUI Ukraine»: PREMIUM франшиза, LIGHT франшиза, MASTER франшиза, MOBILE франшиза.

«TUI Ukraine» надає наступні види підтримки франчайзі: організаційна підтримка – супровід і запуск офісу, розробка дизайну інтер'єру і екстер'єру, консультація і допомога в підборі персоналу, складання інвестиційного плану, освітня підтримка – комплексне навчання фахівцями центрального і рекомендації по веденню бізнесу, рекламна підтримка – надання вимог і рекомендацій по стилістиці оформлення офісу, візуалізації та розробка макетів оформлення офісу.

В результаті аналізу проблем франчайзингу туристичного бізнесу на прикладі туристичного оператора «TUI», було виявлено, що існує ряд проблем з якими стикається франчайзингова форма організація туристичного бізнесу. Основні проблеми було згруповано за причинами їх виникнення: проблеми на рівні законодавства, проблеми економічного характеру, соціально-психологічні проблеми.

Також було виявлено, що у процесі діяльності туроператора «TUI» існує загроза розколу мережі на повністю контрольовані власні офіси та неконтрольовані офіси-франчайзі. Франчайзі не є працівниками франчайзера. В деякій мірі це обумовлено тим фактом, що туристичне агентство-франчайзі юридично є незалежною від франчайзера. Тому франчайзер не може вільно керувати ним, як в своїх власних підрозділах, звідси простежується висновок, що франчайзингові туристичні мережі менш здатні пристосовуватися до змін, ніж повністю інтегровані компанії. Складнощі такої угоди і потенційна можливість виникнення

конфлікту призводили до збанкрутіння франчайзингових турфірм. Вихід з франчайзингової системи успішних франчайзі.

Тому було запропоновано наступні напрямки підвищення ефективності франшизи туристичного оператора «TUI»: удосконалення механізму управління взаємовідносинами буде сприяти розвитку торговельної марки і франчайзингової форми організації туристичного бізнесу, другим аспектом вдосконалення франчайзингу в діяльності туристичного оператора «TUI» є вдосконалення маркетингової політики з метою залучення нових партнерів, слід звернутись до українського уряду з ініціативою щодо вдосконалення організаційно – правового поля діяльності франчайзингу та інвестиційного клімату, інноваційна діяльність. Розробка інноваційного продукту приваблюватиме нових партнерів до залучення в мережу туристичного оператора «TUI». Інноваційна політика повинна включати пошук нових напрямків відпочинку, не відомих українському туристові, інновації в технології обслуговування, покращення комунікації з франчайзі на всіх рівнях. Проведення семінарів, зустрічей, конференцій, інших заходів, спрямованих на встановлення стійких ділових зв'язків, пільги для початківців. Цікаві франчайзингові програми для нових партнерів зі зниженою ставкою роялті з метою заохочення до ефективної діяльності у мережі, популяризація бренду і завоювання споживача, розширення меж свободи діяльності франчайзі, зменшення контролю.

Даний пункт є одним із найважливіших, оскільки перехід франчайзі у іншу туристичну мережу досить поширений.

Запровадження відповідних рекомендацій у діяльність туристичного оператора «TUI» сприятиме покращенню як фінансової діяльності так і внутрішньо-організаційної, окрім того прогнозується підвищення та розширення франчайзингової мережі туристичного оператора «TUI».

АНОТАЦІЯ

Манько А.В. «Розвиток франчайзингових відносин у туризмі»

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності 242 «Туризм» за освітньою програмою «Туризм» – Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2022.

Кваліфікаційна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків.

Об'єкт дослідження – процес формування франчайзингових відносин в туристичній діяльності. Предметом дослідження є сукупність теоретичних та практичних аспектів франчайзингової форми організації туристичного бізнесу туристичного оператора «TUI».

Метою роботи є комплексне дослідження розвитку франчайзингової форми організації туристичного бізнесу на прикладі туристичного оператора «TUI».

У роботі проаналізовано теоретичні основи франчайзингових відносин, розглянуто організаційно-правове забезпечення діяльності туристичних підприємств, виявлено особливості організації діяльності туристичного підприємства за франчайзинговою схемою.

За результатами дослідження розроблені заходи з підвищення ефективності діяльності франчайзингового підприємства. Проаналізована ефективність, враховуючи прибутки та витрати на впровадження заходів.

Ключові слова: франчайзинг, туризм, туристичне підприємство.

ANNOTATION

Manko A.V. « Development of franchising relations in tourism»

Qualification work for a bachelor's degree in specialty 242 "Tourism" in the educational program " Tourism " - Odessa National University of Economics. - Odessa, 2022.

Qualification work consists of an introduction, three chapters, conclusions, a list of sources and appendices.

The object of research is the process of forming franchising relations in tourism. The subject of the study is a set of theoretical and practical aspects of the franchise form of organization of the tourist business of the tour operator "TUI".

The aim of the work is a comprehensive study of the development of the franchise form of tourism business on the example of the tour operator "TUI".

The paper analyzes the theoretical foundations of franchising relations, considers the organizational and legal support of tourism enterprises, identified the peculiarities of the organization of tourism enterprises under the franchise scheme.

According to the results of the study, measures were developed to increase the efficiency of the franchise company. The efficiency is analyzed, taking into account the profit and costs of implementing measures.

Key words: franchising, tourism, tourist enterprise.