

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

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

Допущено до захисту

Завідувач

кафедри

_____ Герасименко В.Г.
“ ___ ” _____ 2018 р.

**ВИПУСКНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня бакалавра**

зі спеціальності «туризм»

за темою:

**«Регулювання франчайзингових відносин в туристичній діяльності на
прикладі туроператора «Анекс-тур»**

Виконавець
студентка центру вечірньої форми
навчання

Меркулова Олександра Володимирівна
(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

Науковий керівник

к.е.н., викладач

_____ (науковий ступінь, вчене звання)

Наймарк Катерина Артурівна

(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

Одеса 2018

АНОТАЦІЯ

Меркулова О.В., «Регулювання франчайзингових відносин в туристичній діяльності на прикладі туроператора «Анекс-тур», випускна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності «Туризм»
Одеський національний економічний університет
м. Одеса, 2018 рік

Випускна робота складається з трьох розділів. Об'єкт дослідження є процес регулювання франчайзингових відносин в туристичній діяльності.

У роботі розглянуто теоретичні аспекти франчайзингової діяльності туроператорів, вивчено франчайзингове середовище та його вплив на діяльність підприємств туристичного обслуговування, досліджено особливості франчайзингової діяльності оператора та наведено дослідження конкурентного середовища на ринку туристичних операторів.

В аналітичній частині досліджено специфіку функціонування туроператора «Анекс-тур».

Ключові слова: франчайзинг, франшиза, франчайзер, туристичний оператор, туристичне обслуговування.

ANNOTATION

Merkulova O.V., «Regulation of franchising relations in tourism activity, for example, the tour operator «Anex-tour»», graduation work for obtaining an educational bachelor's degree in the specialty «Tourism»
Odessa National University of Economics
Odessa, 2018

The final work consists of three sections. The object of research is the process of regulating franchise relations in tourism activities.

The theoretical aspects of the franchise activity of tour operators are considered, the franchising environment and its influence on the activity of tourist services are studied, the features of franchising activity of the operator are researched and the research of the competitive environment on the market of tourist operators is given.

In the analytical part, the specifics of the operation of the tour operator «Anex-tour» were investigated.

Keywords: franchising, franchise, franchisor, tourist operator, travel services.

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1.	Теоретичні засади франчайзингових відносин в туристичній діяльності	6
1.1.	Сутність та поняття франчайзингу.....	6
1.2.	Види та форми франчайзингових відносин	12
1.3.	Особливості франчайзингових відносин в туристичній діяльності.....	20
РОЗДІЛ 2.	Дослідження організації франчайзингової діяльності на прикладі туроператора «Анекс-тур»»	32
2.1.	Специфіка функціонування туроператора «Анекс-тур».....	32
2.2.	Аналіз діяльності туроператора «Анекс-тур» з точки зору здійснення франчайзингової діяльності	43
2.3.	Оцінка конкурентного профілю туроператора «Анекс-тур».....	52
РОЗДІЛ 3.	Удосконалення організації франчайзингових відносин в туристичній діяльності	60
3.1.	Розробка комплексу заходів щодо підвищення ефективності діяльності туроператора «Анекс-тур».....	60
3.2.	Розрахунок економічного ефекту від впровадження основних заходів.....	64
ВИСНОВКИ	70
Список використаних джерел	72

ВСТУП

Актуальність теми. Розширення туристичного ринку та безповоротність інтеграційних процесів, збільшення витрат на маркетинг, скорочення життєвого циклу товарів і велика ймовірність скорочення життєвого циклу самих організацій, необхідність постійного оновлення, приховування інформації та формування категорії комерційної таємниці, уведення в господарський обігу ноу-хау, — все це породжує необхідність об'єднання зусиль організацій і створення системи кооперованих зв'язків у різних їхніх проявах і видах. Франчайзинг з цього погляду можна розглядати як один із механізмів кооперації можливостей. Ця модель як організація бізнесу, є системою взаємовигідних партнерських стосунків великого і малого бізнесу. Зацікавленість цією концепцією господарської взаємодії не випадкова, при цьому концепція франчайзингу все ще залишається малознайомою.

Метою випускної роботи є розробка та обґрунтування практичних рекомендацій організаційно-економічного характеру, спрямованих на вдосконалення організації надання послуг туроператора «Анекс-тур».

Задачами даного дослідження є:

- визначення теоретичної сутності та поняття франчайзингу;
- виявлення основних видів та форми франчайзингових відносин;
- вивчення особливості франчайзингових відносин в туристичній діяльності;
- дослідження специфіки функціонування туроператора «Анекс-тур»;
- вивчення організаційно-економічної характеристики туроператора «Анекс-тур»
- аналіз діяльності туроператора «Анекс-тур» з точки зору здійснення франчайзингової діяльності;
- проведення оцінки конкурентної позиції оператора «Анекс-тур» на підставі порівняльного аналізу з його найближчими конкурентами;

– розробка комплексу заходів щодо підвищення ефективності діяльності туроператора «Анекс-тур».

Об’єктом дослідження є процес регулювання франчайзингових відносин в туристичній діяльності.

Предметом дослідження є сукупність теоретичних та практичних аспектів, пов’язаних з можливістю вдосконалення франчайзингових взаємовідносин туристичного оператора «Анекс-тур».

Для написання даної випускної роботи були використані наступні **методи** дослідження: діалектичний метод пізнання, абстрактно-логічний (теоретичні узагальнення та формулювання висновків), ситуаційний аналіз, метод середніх, абсолютних та відносних величин, порівняння, графічний, економіко-статистичний тощо.

Інформаційну базу склали наукові публікації та монографічні видання вітчизняних та зарубіжних учених, нормативно-правові акти України, матеріали наукових конференцій, Інтернет-ресурси, інформація Всесвітньої туристичної організації, відомості провідних систем бронювання готельних послуг, портал конференц-сервісу України, дані офіційних сайтів туроператора «Анекс-тур» та його найближчих конкурентів.

Участь у конференціях і публікаціях. Окремі результати дослідження представлялися на науково-практичній конференції студентів ФМЕ ОНЕУ «Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України», а також опубліковані у вигляді тез «Особливості франчайзингових відносин в туристичній діяльності» [31] в збірнику наукових праць, виданих за підсумками проведення даної конференції (2018 р.).

Випускна робота містить 71 сторінку, 13 таблиць, 7 рисунків, список літератури з 31 найменувань.

ВИСНОВКИ

У першому розділі дипломної роботи розглянуто специфіку франчайзингової діяльності у туристичній сфері. На сьогоднішній день світова практика довела, що франчайзинг - це один з найефективніших способів розвитку бізнесу. Суть його полягає в тому, що в обмін на частину прибутку і своєї незалежності, майбутній підприємець одержує відомий у світі чи країні товарний знак (бренд), перевірений часом метод ведення бізнесу і цілий пакет технологій та ноу-хау.

Франчайзинг – один з популярних видів розвитку бізнесу в наші часи. Перспектива його розвитку у туризмі значно зростає, так як все більше компаній намагаються впровадити цю методику. Туристичний оператор «Анекс-тур» на основі якого була створена дана дипломна робота – один з перспективних операторів на ринку, який пропонує цікаві умови щодо франчайзингу.

У роботі розглянуто актуальність теми дослідження та виявлено, які існують види та форми франчайзингових відносин, від чого вони залежать, та чи є вони вигідними для франчайзера.

Другий розділ присвячений дослідженню ефективності функціонування туроператору «Анекс-тур», в зв'язку з чим була вивчена специфіка його діяльності; проаналізована організаційна структура управління даним підприємством і проведена оцінка ефективності функціонування оператора. Також, були розглянуті франчайзингові умови туроператору «Анекс-тур». Визначено, які саме фактори приваблюють франчайзера для того, щоб долучитись до мережі «Анекс-тур», що для цього потрібно та як це буде розвиватися й надалі. визначення основних конкурентів туристичного оператора «Анекс-тур», складено порівняльну таблицю, в якій визначено переваги та недоліки даного оператора в порівнянні з іншими туристичними операторами на ринку. Так, у зв'язку з визначенням основних недоліків оператора «Анекс-тур», можна запланувати заходи щодо поліпшення роботи франчайзингової мережі компанії.

У третьому розділі, на підставі дослідження, проведеного раніше, були розроблені пропозиції щодо поліпшення роботи оператора. Як ми виявили, проблеми не є глобальними, але вдосконалення їх піде на користь оператора. Так можна буде поліпшити взаємозв'язок оператора та агентства. Далі ми розрахували економічний ефект щодо впроваджених заходів. Затрати, які понесе підприємство, буде використане на користь, тобто ефект від впроваджених засобів буде прибутковим.

Якість обслуговування в туристичному бізнесі - поняття комплексне, яке тісно пов'язане зі споживанням двох видів благ. Тому, оператор повинен розуміти, що послуги, які пропонує агентство, пов'язані з ним, так як вони продають його бренд. А гарна репутація бренду — це найважливіше, що є у оператора.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Васильєва О.С. Специфіка реалізації франчайзингу в великих торгових мережах на вітчизняному споживчому ринку // Актуальні проблеми економіки та права. - 2015. - № - С. 80-86.
2. Вудвуд В.В. Франчайзинг в системі малого та середнього бізнесу України в умовах світової кризи / В.В. Вудвуд, А.Я. Білоус // Збірник наукових праць ЧДТУ. – 2012 р. – № 32. Частина I – С. 68–71.
3. Григоренко Т. Класифікація франчайзингових мереж [Текст] / Т. Григоренко // Товари і ринки. – 2011. – № 1. – С. 36–43.
4. Земляків, Д.Н. Франчайзинг. Інтегровані форми організації бізнесу / Д.Н. земляків,
5. Лебедєв, І. В. Франчайзинг по-російськи. Міфи і реальність / І. В. Лебедєв. - М .: Вектор, 2006.- 234с
6. М.О. Макашев - М .: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. - 142с.
7. Корольчук О.П. Франчайзинг (теорія, методологія, практика) : Монографія. – К. : КНТЕУ, 2006. – 207 с.
8. Крупенна І.А. Аналіз пропозицій туристичних франшиз на вітчизняному ринку. / І.А. Крупенна, Є.І. Венгер. - Економічний форум. - 1/2016. - С.11-12.
9. Кодекс Етики Франчайзингу [Електронний ресурс] // Федерація Розвитку Франчайзингу України. – 2009. – Режим доступу до ресурсу: <http://fdf.org.ua/about-franchise/kodeks-etiki-franchajzingu>.
10. Мальська М.П. Економіка туризму: теорія та практика. : підр. / М.П. Мальська, М.Й. Рутинський, С.В. Білоус, Н.Л. Мандюк. - К.: Центр учбової літератури, 2014. — 544 с.
11. Максимова О.М., Іванов М.М. Стратегія франчайзингу в сучасних умовах функціонування організацій сфери послуг // Проблеми сучасної економіки. - 2013. - № 1 (45). - С. 212-214

12. Мельниченко С. Франчайзингові мережі туристичних підприємств [Текст] / С. Мельниченко, Т. Ткачук // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. – 2015. № 4(102). – С. 30–43
13. Месяшная, Н.В. Що таке франчайзинг? / Н.В. Месяшная // Основи держави і права. - 1999. - №2. - С.45.
14. Мюррей Я. Франчайзинг / Пер з англ. К Любимова. – СПб. : Питер, 2004. – С. 16.
15. Мендельсон М. Руководство по франчайзингу. – М. : Силби Интэрнэшнл Инк, 1996. – С. 9.
16. Мороз Е.Г. Особливості використання франчайзингу як інноваційної форми організації бізнесу в Україні / Е.Г. Мороз, О.М. Токарчук // Науковий вісник НУВГП. Серія «Економіка». – 2011. – Випуск 1(53).
17. Офіційний сайт туроператора ANEX TOUR – [Електронний ресурс]:
Режим доступу: <http://www.anextour.com.ua>
18. Офіційний сайт туроператора JOINUP – [Електронний ресурс]:
Режим доступу: <https://joinup.ua>
19. Офіційний сайт туроператора TPG – [Електронний ресурс]:
Режим доступу: <https://www.tpg.ua>
20. Офіційний сайт туроператора TEZ TOUR – [Електронний ресурс]:
Режим доступу: <https://www.tez-tour.com>
21. Петруля Ю.Є. Підприємницькі мережі в маркетингових стратегіях конкурентоспроможності в умовах глобалізації [Текст] / Ю.Є. Петруля, О.М. Трушенко // Теоритичні і практичні аспекти економіки й інтелектуальної власності. – 2009. – С. 211–214.
22. Розвиток франчайзингових відносин в туристичній індустрії України [Електронний ресурс]:
Режим доступу: <http://ua.textreferat.com/referat-482-1.html>
23. Рой Л.В., Третьяк В.П. Анализ отраслевых рынков. М.: ИНФРА-М, 2008. – 442 с.

24. Самодай В. П. Франчайзингові відносини в туристичній індустрії як перспективний напрямок розвитку бізнесу. / В.П. Самодай, А.О. Носова. - Вісник СумДУ. Серія «Економіка». - №2'2012. – С.116-122.
25. Смит М. Франшизы в Украине устойчивы к кризису. Общий обзор сектора франчайзинга и его показатели на основе анкетирования [Електронний ресурс] / М. Смит, А. Сахно, М. Козачук // Коммерческая служба США, Киев. – 2015. – Режим доступу : <http://export.gov/ukraine/franchising>.
26. Словник франчайзингу та бізнесу [Електронний ресурс] // PROFIT system – Режим доступу: Franchising.ua.
27. Фильчашкина С.А. Франчайзинг и тенденции его развития в туристическом бизнесе [Текст] / С.А. Фильчашкина // Новости турбизнеса. – 2006 р. – № 11–12. – С. 43.
28. Цират А.В. Франчайзинг от А до Я: Терминологический словарь [Текст] / А.В. Цират, Е.А. Кривонос // Ассоциация франчайзинга. – 2004. – 60 с.
29. Меркулова О.В. Особливості франчайзингових відносин в туристичній діяльності // Матеріали круглого столу та студентської науково-практичної конференції (м. Одеса, 12 квітня 2018 р.) Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України. – Одеса: ОНЕУ, 2018. – С. 485-488.
30. Оцінка туристично - рекреаційного потенціалу регіону: монографія / В. Г. Герасименко, Г. К. Бедрадіна, С. С. Галасюк та ін. / Під. ред. проф. В. Г. Герасименко. - Одеса: ОНЕУ, 2016. - 262 с.
31. Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку : монографія / за заг. ред. професора В.Г.Герасименко. – Одеса : Астропринт, 2013. – 334 с.
32. Герасименко В.Г., Давиденко І.В. Інтернет як засіб просування туристичних послуг /В.Г. Герасименко, І.В. Давиденко. - Маркетинг в Україні. - №2. - 2009. - С. 41-46