

УДК 338.486.1:339.187.44

Ткачук Т. М.

аспірант,

Київський національний торговельно-економічний університет

СУЧАСНА МОДЕЛЬ РОЗВИТКУ ФРАНЧАЙЗИНГОВИХ ТУРИСТИЧНИХ МЕРЕЖ

Досліджено та обґрунтовано доцільність об'єднання туристичних підприємств у франчайзингові мережі, як перспективний напрям розвитку сучасного туристичного бізнесу; визначено концепт «франчайзингова мережа туристичних підприємств» («франчайзингова туристична мережа»); запропоновано та обґрунтовано модель розвитку франчайзингових туристичних мереж з урахуванням сучасних умов ведення туристичної підприємницької діяльності.

Ключові слова: туризм, туристичний бізнес, туристичні підприємства, франчайзингова мережа, франчайзингова туристична мережа, франчайзер, франчайзі, модель розвитку, інноваційний інструмент.

Постановка проблеми. Туристичний бізнес, як і будь-яка інша сфера економічної діяльності України, переживає важкі часи свого існування та розвитку. В умовах нестабільності економічного, політичного та соціального життя населення, а також внаслідок гіперконкуренції підприємці шукають нові способи виживання на туристичному ринку. Тому, відштовхуючись від сучасних проблем здійснення підприємницької діяльності на території України, актуальним підходом до розвитку туристичних підприємств сьогодні є об'єднання їх у франчайзингові мережі.

Розвиток туристичних підприємств в системі франчайзингу – відносно новий та ще маловідомий спосіб ведення бізнесу в Україні. Це зумовлено, насамперед, відсутністю належного інформаційного забезпечення підприємців щодо ефективності використання франчайзингу (і, як наслідок, невпевненість у результатах та страх перед виникненням ймовірних ризиків), а також відсутністю законів та нормативних актів щодо здійснення підприємницької діяльності в системі франчайзингу в законодавчій базі України. Проте, у розвинутих країнах франчайзинг давно зарекомендував себе як ефективний та дієвий засіб максимального задоволення потреб споживачів,

розширення територіальних меж процвітання бізнесу франчайзера та відносно швидкого старту і розвитку власної справи франчайзі.

Об'єднання туристичних підприємств у франчайзингові мережі є актуальним для подальшого розвитку туристичного бізнесу в Україні та завоювання конкурентоспроможних позицій на європейському туристичному ринку. Адже туризм є ефективним джерелом отримання доходу, а також перспективним напрямом бізнесу для стабілізації, відновлення та розвитку економіки. Проте, для успішної діяльності туристичних підприємств у системі франчайзингу, є необхідним сформувавши ефективну модель розвитку франчайзингової мережі з урахуванням сучасних умов здійснення підприємницької діяльності на території України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Науковим дослідженням, які пов'язані з теоретичними та практичними аспектами здійснення підприємницької діяльності в системі франчайзингу, присвячено багато праць вітчизняних та зарубіжних вчених. Серед вітчизняних науковців, дослідження яких вагомо вплинули на формування та розвиток франчайзингових відносин слід відзначити: М. Бедринець [1], Т. Бурак [6], Н. Голошубова, Т. Григоренко [2], В. Довгань [4], О. Корольчук [5], С. Мельниченко [6], В. Самодай [11], Т. Ткаченко [14], Л. Шульгіна [16] та ін. До зарубіжних дослідників віднесемо: Ж. Дельтей [3], Є. Кривоніс [15], Я. Мюррей [9], І. Рикова [10], Р. Розенберг, С. Спінеллі [12], Б. Сміт, Дж. Стенворт [13], А. Цират [15].

Разом з тим, аналіз наукових поглядів свідчить про те, що франчайзингові туристичні мережі є ще недостатньо вивченими і тому актуальними для досліджень. Адже туризм є перспективним напрямом відновлення та розвитку економіки країни, а об'єднання туристичних підприємств у франчайзингові мережі – актуальним напрямом розвитку сучасного туристичного бізнесу (особливо, враховуючи сучасні умови ведення бізнесу на території України). У зв'язку з цим доцільно дослідити та проаналізувати сучасну модель розвитку франчайзингових мереж туристичних підприємств.

Формування цілей статті. Метою статті є обґрунтування доцільності об'єднання туристичних підприємств у франчайзингові мережі та формування відповідної моделі їх розвитку.

Викладення основного матеріалу. Реструктуризація світового туризму, зменшення платоспроможності туристичного попиту, міжнародна конкуренція та зміна в потребах туристів передбачають пошук шляхів подолання управлінської та економічної кризи за рахунок імплементації різних видів новацій. В умовах

глобалізаційних процесів туристичний бізнес України потребує швидкої модернізації, оптимізації витрат у ланцюгах формування вартості туристичного продукту, досягнення конкурентного статусу національного туризму, розвитку та оцінки туристичного потенціалу нашої держави [8].

Інноваційним каталізатором розвитку туристичної підприємницької діяльності в сучасних реаліях є формування франчайзингових мереж туристичних підприємств. Аналіз досліджень наукових праць вітчизняних та зарубіжних вчених дозволив зробити наступний висновок: на сьогоднішній день дослідження щодо франчайзингових мереж, їх формування та розвитку в туристичному бізнесі є незначними і, відповідно, актуальними.

У зв'язку зі зростанням інтересу до франчайзингу як до важливого та ефективного важелю розвитку туристичного бізнесу доцільно визначити поняття «франчайзингова мережа туристичних підприємств» («франчайзингова туристична мережа») наступним чином: це сукупність туристичних підприємств одного відомого бренду, діяльність яких спрямована на збільшення території збуту туристичних товарів та послуг, отримання додаткових фінансових надходжень, розширення географії присутності (популяризація та впізнаваність бренду серед споживачів), зміцнення конкурентоспроможних позицій на вже існуючих ринках та завоювання нових на умовах, визначених договором франчайзингу [7].

Основою ефективного функціонування франчайзингової мережі туристичних підприємств є планування та формування моделі її розвитку (рис. 1).



Рис. 1. Модель розвитку франчайзингової мережі туристичних підприємств (узагальнено та доповнено автором на основі [17])

Отже, модель розвитку франчайзингової туристичної мережі слід планувати в наступному порядку:

1. Дослідження ринку франчайзингу туристичних послуг, а саме: 1) дослідження та аналіз інтенсивності поширення франчайзингу як ефективної організаційно-правової форми здійснення підприємницької діяльності в цілому та в туристичній сфері зокрема; 2) порівняльний аналіз функціонуючих підприємств туристичного бізнесу в системі та поза системою франчайзингу; 3) аналіз забезпечення правового регулювання франчайзингових відносин тощо. Ретельно проведені дослідження та якісний аналіз функціонування туристичних підприємств конкурентів в системі франчайзингу надає можливість франчайзеру оцінити готовність власного підприємства до розвитку за франчайзинговою моделлю; здійснити відповідні розрахунки щодо ефективності застосування франчайзингу на туристичному підприємстві; обрати необхідну стратегію формування та розвитку франчайзингової мережі туристичного підприємства, щоб зміцнити власні конкурентоспроможні позиції і, відповідно, ослабити позиції конкурентів. Таким чином, дослідження ринку франчайзингу (зокрема в туристичній сфері) є «точкою відліку» формування та ефективного функціонування франчайзингової мережі туристичного підприємства.

2. Аналіз перспектив та готовність туристичного підприємства франчайзера функціонувати в системі франчайзингу, які можна оцінити використовуючи системний підхід, який включає: 1) оцінку успішності ідеї; 2) наявність необхідних фінансових інструментів для розвитку франчайзингової мережі; 3) існування можливих ризиків здійснення туристичної діяльності в системі франчайзингу та здатність підприємства їх передбачити або знайти шляхи вирішення; 4) визначення формату (масштабу) франчайзингової точки; 5) наявність (створення) ноу-хау туристичного підприємства та можливість його передачі потенційному франчайзі; 6) формування основних бізнес-процесів діяльності туристичного підприємства; 7) розробку франчайзингового пакету туристичних послуг, умови якого повинні зацікавити франчайзі; 8) надання необхідної допомоги (консультативної, технічної, юридичної, фінансової тощо) франчайзі; 9) створення спеціалізованих програм та шкіл для проведення навчань франчайзі; 10) формування туристичних кадрів та найм кваліфікованих працівників в системі франчайзингу; 11) забезпечення захисту інтелектуальної власності франчайзера та інше (узагальнено та доповнено автором на основі [18]). Проаналізувавши здатність туристичного підприємства функціонувати в системі франчайзингу та отримавши позитивні результати, виникає чітке розуміння застосування франчайзингу, як

ефективного інноваційного інструменту розвитку туристичних підприємств, особливо в сучасних умовах економічної нестабільності та обмежених можливостей здійснення підприємницької діяльності.

3. Стратегія розвитку франчайзингової мережі в туризмі – це детермінанта успішного функціонування туристичного підприємства в системі франчайзингу, що передбачає інноваційний розвиток підприємства, пристосованого до умов зовнішнього середовища. Тобто визначення стратегії розвитку франчайзингової мережі забезпечить спроможність туристичних підприємств конкурувати з іншими туристичними підприємствами, що функціонують в системі франчайзингу та бути лідерами на споживчому ринку туристичних послуг.

4. Розробка франчайзингового пакету туристичних послуг, який включає необхідний набір документів для ефективної діяльності туристичного підприємства в системі франчайзингу та регламентує умови і методи співпраці з потенційним франчайзі. Якісна розробка франчайзингового пакету пропонуванних послуг є основою успішного функціонування франчайзингової системи туристичних підприємств в цілому та налаштування необхідних взаємозв'язків всіх її бізнес-процесів зокрема.

5. Визначення портрету франчайзі та формування механізму його роботи. До основних вимог, яким повинен відповідати потенційний франчайзі відносимо: 1) досвід роботи в туристичному бізнесі; 2) вміння співпрацювати у команді та надавати нові ідеї щодо вдосконалення функціонування франчайзингової мережі; 3) наявність необхідних інвестицій; 4) прагнення до популяризації бренду туристичного підприємства франчайзера та якісного обслуговування споживачів тощо. Необхідною умовою ефективного функціонування франчайзингової мережі є формування механізму роботи франчайзі та забезпечення контролю над дотриманням ним вимог та обов'язків, обумовлених договором франчайзингу.

6. Розробка бізнес-концепції просування туристичної франшизи та пошук бізнес-партнерів. Сучасними інструментами просування бізнес-концепції туристичної франшизи є: розміщення інформації в Інтернет-мережі (відповідне оновлення сайту туристичного підприємства, реклама на типових Інтернет-порталах, створення подкастів відповідної тематики); друк в спеціалізованих виданнях; рекламні бігборди в місцях, близьких до розташування туристичного підприємства франчайзера; участь в спеціалізованих виставках, форумах, конференціях; участь в радіо- та телепередачах відповідної тематики тощо. Таким чином, успіх функціонування франчайзингової мережі залежить, в основному, від активних зусиль та засобів франчайзера просувати

свою бізнес-концепцію. Варто зазначити, що франчайзер не лише рекламує туристичну франшизу, а й пропонує франчайзі ознайомитись з бізнес-концепцією туристичного підприємства, яка націлена на успішний тривалий розвиток франчайзингової мережі.

7. Формування основних положень та підписання франчайзингового договору. До основних положень договору франчайзингу відносимо: 1) предмет (комплекс прав, що надаються франчайзі); 2) зобов'язання сторін договору (франчайзера та франчайзі); строк дії договору; 3) ціна, яка може бути встановлена у формі паушального (початкового) внеску, роялті та маркетингових відрахувань [19]. У договорі франчайзингу туристичної франшизи, крім зазначення основних положень (терміну дії договору та умови його припинення, визначення меж території розвитку туристичного бізнесу, встановлення розміру та періодичності здійснення необхідних платежів, дотримання комерційної таємниці тощо) і зобов'язань франчайзера та франчайзі, можуть виникати й додаткові вимоги з обох сторін (умови реалізації туристичних товарів та послуг, розміри орендованого приміщення, найм лише досвідчених працівників в системі франчайзингу, надання необхідної звітності за вимогою та інше). Узгодження основних положень та включення всіх необхідних пунктів до договору франчайзингу є запорукою надійного розвитку франчайзингової мережі та відсутності можливих непорозумінь з обох сторін суб'єктів франчайзингових відносин.

8. Аналіз та усунення недоліків функціонування ФМТП. Створення ефективної моделі розвитку франчайзингової туристичної мережі є результатом своєчасно проведеного аналізу її функціонування, виявлення та усунення недоліків, а також вдосконалення необхідних бізнес-процесів діяльності туристичного підприємства франчайзера.

Висновки. Модель розвитку франчайзингової туристичної мережі запропоновано з урахуванням сучасних умов ведення туристичної діяльності та з метою виживання і перспективою розвитку українського туристичного бізнесу на території України та поза її межами.

Подальші наукові дослідження будуть присвячені аналізу формування та розвитку франчайзингових мереж на сучасному туристичному ринку.

Список використаної літератури

1. Бедринець М. Д. Франчайзинг: світовий досвід і перспективи розвитку в Україні. – Фінанси України. – 2008. – №2. – С. 96-104.

2. Голошубова Н. О. Підприємницькі мережі в торгівлі: монографія / Н. О. Голошубова, О. О. Кавун, В. М. Торопков, Т. М. Григоренко та ін. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2014. – 344 с.
3. Дельтей Ж. Франчайзинг. – СПб: Нева, 2006. – 344 с.
4. Довгань В. В. Франчайзинг: путь к расширению бизнеса. Практическое пособие для предпринимателей. – Тольятти: Дока – Пресс, 1994. – 231 с.
5. Корольчук О. П. Франчайзинг (теорія, методологія, практика): Монографія. – К.: Київ. нац. торг.- екон. ун-т, 2006. – 207 с.
6. Мельниченко С. В. Готельні мережі на ринку туристичних послуг України / С. В. Мельниченко, Т. В. Бурак // Вісник КНТЕУ. – 2014. – №3. – С. 5-15.
7. Мельниченко С. В. Франчайзингові мережі туристичних підприємств / С. В. Мельниченко, Т. М. Ткачук // Вісник КНТЕУ. – 2015. – №4 (102). – С. 30-42.
8. Михайліченко Г. І. Інноваційний розвиток туризму: монографія / Г. І. Михайліченко. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2012. – 608 с.
9. Мюррей Я. Франчайзинг: типы франшизы, где достать финансы; как добиться успеха. СПб.: Питер, 2004. – 144 с.
10. Рыкова И. В. Франчайзинг: новые технологии, методология, договоры. – М.: Современная экономика и право, 2000. – 224 с.
11. Самодай В. П. Франчайзингові відносини в туристичній індустрії як перспективний напрямок розвитку бізнесу / В. П. Самодай, А. О. Носова // Вісн. Сум. держ. ун-ту. Сер. Економіка. – 2012. – № 2. – С. 116-122.
12. Спинелли С. Франчайзинг – путь к богатству / С. Спинелли, Р. Розенберг. – М. т: «Вільямс», 2006. – 384 с.
13. Стэнворт Дж., Смит Б. Франчайзинг в малом бизнесе. (Руководство Барклайз Банка по малому бизнесу) / Пер. с англ. Под ред. Л. Н. Павловой. – М.: Аудит, ЮНИТИ, 1996. – 200 с.
14. Ткаченко Т. І. Франчайзинг як інноваційна форма бізнесу в туристичній індустрії України / Т. І. Ткаченко, С. О. Костін // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Сер. «Экономика и управление» Том 23 (62). – 2010. – № 3. – С. 291-301.
15. Цират А. В., Кривонос Е. А. Франчайзинг от А до Я: Терминологический словарь. – К.: Ассоциация франчайзинга, 2004. – 72 с.

16. Шульгіна Л. М. Франчайзинг в українській індустрії гостинності: бути чи не бути? / Л. М. Шульгіна // Маркетинг в Україні. – 2001. – № 1 – С. 15-18.
17. Развитие франчайзинговых систем [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://triarh.ru/archives/1387>.
18. Асоціація франчайзингу України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.franchising.org.ua>.
19. Франчайзинговий договір [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.slideshare.net>.

ТКАЧУК Т. М. СОВРЕМЕННАЯ МОДЕЛЬ РАЗВИТИЯ ФРАНЧАЙЗИНГОВЫХ ТУРИСТИЧЕСКИХ СЕТЕЙ

Исследована и обоснована целесообразность объединения туристических предприятий в франчайзинговые сети, как перспективное направление развития современного туристического бизнеса; определен концепт «франчайзинговая сеть туристических предприятий» («франчайзинговая туристическая сеть»); предложена и обоснована модель развития франчайзинговых туристических сетей с учетом современных условий ведения туристической предпринимательской деятельности.

Ключевые слова: туризм, туристический бизнес, туристические предприятия, франчайзинговая сеть, франчайзинговая туристическая сеть, франчайзер, франчайзи, модель развития, инновационный инструмент.

TKACHUK T. M. THE MODERN MODEL OF FRANCHISE NETWORKS OF TRAVEL

Investigated and substantiated the feasibility association of tourism enterprises in franchising networks, as a promising direction of development of modern tourist business; defined the concept of «franchising network of tourism enterprises» («franchising travel network»); proposed and substantiated model of the development of franchising travel networks to meet modern conditions of conduct of tourist business activities.

Keywords: tourism, tourism business, tourism enterprises, franchise network, franchise travel network, franchisor, franchisee, model development, innovative tool.