

УДК: 338.48

Крупенна І.А. к.е.н., доцент

Венгер Є.І., к.е.н.

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

Бастраков Д.А.

Чернівецький економіко-правовий кооперативний коледж

АНАЛІЗ ПРОПОЗИЦІЙ ТУРИСТИЧНИХ ФРАНШИЗ НА ВІТЧИЗНЯНОМУ РИНКУ

В статті узагальнено інформацію про розвиток франчайзингових туристичних мереж в Україні, проаналізовані умови франчайзингу для потенційних партнерів найвідоміших франчайзерів в туристичному бізнесі, які працюють на ринку України (TPG, TUI, Join Up!, Coral Travel, TEZ TOUR), розглянуті моделі співпраці франчайзерів для роботи з турагентствами, сформовано узагальнену характеристику туристичних франчайзингових мереж України.

Ключові слова: франчайзинг, франчайзингова мережа, туристичний ринок, туристична франшиза, франчайзер, франчайзі, моделі співпраці

Krupenna I., Bastrakov D.

ANALYSIS OF OFFERS TRAVEL FRANCHISE IN THE DOMESTIC MARKET

The article summarizes information about the development of franchising of tourism networks in Ukraine, analyzed conditions of franchising for potential partners the most famous franchises in the tourism industry who are working on the Ukrainian market (TPG, TUI, Join Up!, Coral Travel, TEZ TOUR), the models of cooperation franchisors to work with travel agencies, formed a generalized characteristic tourist franchise networks of Ukraine.

Keywords: franchise, franchise network, the tourist market, travel franchise, the franchisor, franchisee model of cooperation

Крупенная И.А., Бастратов Д.А.

АНАЛИЗ ПРЕДЛОЖЕНИЙ ТУРИСТИЧЕСКИХ ФРАНШИЗ НА ОТЕЧЕСТВЕННОМ РЫНКЕ

В статье обобщена информация о развитии франчайзинговых туристических сетей в Украине, проанализированы условия франчайзинга для потенциальных партнеров самых известных франчайзеров в туристическом бизнесе, которые работают на рынке Украины (TPG, TUI, Join Up!, Coral Travel, TEZ TOUR), рассмотрены модели сотрудничества франчайзеров для работы с турагентствами, сформировано обобщенную характеристику туристических франчайзинговых сетей Украины.

Ключевые слова: франчайзинг, франчайзинговая сеть, туристический рынок, туристическая франшиза, франчайзер, франчайзи, модели сотрудничества

Постановка проблеми у загальному вигляді і її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. Франчайзинг в сучасній економіці – найбільш розповсюджена та вигідна форма співпраці для туристичних агентств у разі створення нового власного бізнесу або реорганізації вже працюючого. У туристичній галузі франчайзингові фірми зазвичай є процвітаючими, прибутковими (хоча галузь загалом вважається низькомаржинальною) і в той же час ризиковими (мережа «Гарячі тури», туроператори «News Travel», «Carpa Tour», «Ільтур», «Лабіринт»). Франчайзери пропонують різні моделі та схеми співпраці, від найпростіших до багатоваріантних. Зважаючи на інноваційність механізму франчайзингу для усіх українських ринків, у тому числі і для туристичного ринку, а також у зв'язку із зростаючим інтересом до франчайзингу з боку туристичних агентств в умовах зниження ринкової кон'юнктури, зростає потреба в докладному дослідженні пропозицій франшиз на туристичному ринку України.

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми.

Теоретичні засади франчайзингу загалом, та в туристичному бізнесі зокрема, досліджували О. Бурдяк, З. Варналій, С. Галасюк, О. Гарбер, Ж. Дельтей, Т. Демура, А. Дурович, Д. Землякова, В. Квартальнов, Е. Кесслер, О. Корольчук, О. Корягін, О. Кузьмін, Ю. Михайліченко, Г. Мунін, Я. Мюррей, А. Ногачевський, В. Самодай, Дж. Стенворт, З. Тимошенко, Е. Харрісон, А. Устюжанін, С. Шейн, Л. Шульгіна, С. Ягудін та інші. Привабливість туристичного франчайзингу вчені пояснюється його «широким розвитком в світовій економіці, комплексним характером відносин та достатньо високим рівнем їх прозорості, а також перевагами взаємовигідних системних зв'язків» [2]. У той же час, практичні аспекти франчайзингу на вітчизняному туристичному ринку вивчені недостатньо, а інформація про умови, які пропонуються франчайзинговими туристичними мережами в Україні не систематизована, що утруднює вибір для туристичних агентств і робить наукові пошуки незатребуваним реальним сектором.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Більшість туристичних агентств, розташованих в економічно розвинених країнах Європи та Північної Америки, вже давно охоплені франчайзинговими мережами, прикладами яких можуть служити три компанії, які С. Галасюк [1] визначив як лідерів німецького туристичного ринку і які сьогодні є провідним туроператором не тільки Німеччини, але й усієї Європи. Ми доповнили інформацію зазначеного автора і наводимо коротку характеристику франчайзі:

- «TUI» (Touristik Union International) – турконгломерат утворений у 1968 в Німеччині п'ятьма компаніями «Touropa», «Hummel», «Sharnow», «Dr. Tiggers», «TransEuropa». У 1997 р TUI придбав компанію Hapal-Lloyd AG – холдинг з власною турагентською мережею і авіакомпанією, а в 2000 році турецьку компанію Gulet Tourism. TUI також були куплені туроператори в Великобританії British Thompson Travel Group, у Бельгії, Швейцарії, Австрії, Португалії, Польщі, Іспанії, вкладено інвестиції в болгарські курорти «Сонячний берег» і «Албена». У 2014 році відбулося злиття зі своєю дочірньою компанією – британською TUI Travel і в результаті об'єднання TUI став найбільшим туроператором в світі. Франчайзингова мережа TUI діє в 180 країнах світу і обслуговує по 30 млн. клієнтів в рік на 27 туристичних ринках. TUI є однією з найприбутковіших туристичних компаній у світі, її оборот в 2013/2014 фінансовому році склав рекордні 18,7 млрд євро, операційний прибуток – 869 млн євро. TUI AG є вертикально інтегрованим холдингом, який забезпечує власними силами і під своїм власним контролем весь тур: від бронювання, перельоту, розміщення, обслуговування своїми представниками на кожному курорті і в кожному готелі. До групи входять туроператори TUI, мережі турагентств, більше 300 готелів, 6 авіакомпаній із загальним парком в 136 літаків, 12 круїзних лайнерів і багато іншого. Компанія активно інвестує в розвиток нових бізнесів, передає експертизу і технології своїм підрозділам. Акції TUI Grup котируються на Лондонській і Франкфуртській фондових біржах. Компанія входить до бази розрахунку індексу FTSE 100 – найвпливовішого біржового індикатора в Європі. TUI Україна є невід'ємною частиною TUI Grup. З 2014 року український туроператор відноситься до сектору зрілих ринків (Mainstream), який об'єднує компанії TUI в країнах Європи та Канаді [4;12; 13];

- «Thomas Cook» найстаріший туроператор у світовій історії, заснований легендарним Томасом Куком і туроператор №2 за обсягами продажів у світі. Thomas Cook веде свою історію з 1841 року. 52% акцій компанії належать Arcandor AG, що управляє мережею Karstadt Quelle. Thomas Cook Group володіє авіакомпанією Thomas Cook Airlines (більше 100 літаків), у компанії 33 туристичних операторів, відкрито 3000 туристичних офісів, частина з яких працює по франчайзингу, 22000 співробітників. Надає послуги під марками Airtours, Direct Holidays, Going Places, Manos, Panorama, Sunset і Thomas Cook. У 2007 році німецький концерн Thomas Cook AG поглинув ще одного англійського туроператора – «My Travel», за яку заплатила близько за 5,5 млрд дол. Була організована об'єднана компанія Thomas Cook Group plc. обсяг продажів якої на 30 вересня 2014 складає £8500 млн. [9]. Акції Thomas Cook Group Plc котируються

на Лондонській фондовій біржі (TCG)..

- «Rewe-Touristik» - туроператорська компанія створена у 1988 р., в 1994 році мала 300 турагентств, а в 1995 році придбала компанію ITS Reisen. Сьогодні має франчайзингову мережу, що складається з 1260 туристичних бюро, готелів на 55 тисяч місць 30, а також авіакомпанії LTU. Крім туризму, «Rewe» займається ще й іншою комерційною діяльністю - роздрібною торгівлею продовольчими та спортивними товарами, об'єднуючи більше 10 тис. магазинів. Принцип всіх німецьких концернів, що займаються туризмом, полягає в наявності власної авіакомпанії, власної системи готелів і транспорту. Все це дає їм можливість концентрувати свою діяльність і надавати клієнтам повний пакет послуг [1; 6; 13].

Назвати точну кількість франшизних мереж, що діють на території України в галузі туризму неможливо, що пов'язано з розмитістю поняття франчайзингу в Україні. В нашій статті ми будемо відштовхуватися від визначення Європейської федерації франчайзингу ((European Franchise Federation – EFF): франчайзинг – це система продажу товарів, послуг або технологій, яка заснована на тривалій співпраці між юридично і фінансово незалежними сторонами – франчайзером і франчайзі. Такими чином, учасниками туристичної мережі є «самостійні, юридично незалежні турагентства, які працюють під єдиним міжнародним брендом, використовують передові технології і реалізують глобальну маркетингову політику, що включає в себе єдину цінову політику, єдині маркетингові інструменти та стратегію просування на ринку» [7]. За результатами проведених досліджень в галузі функціонування франчайзингу ще в 2011 році в Україні працювало 16 туристичних мереж, що функціонували за франчайзинговою системою, в основному, це українські компанії [3].

Першими в Україні були створені дві туристичні мережі – «Мережа агентств горящих путівок» («Сеть агентств горящих путевок») і «Магазин горящих путівок» («Магазин горящих путевок»), робота яких полягала у формуванні віртуального торговельного майданчику. Агентам-учасникам пропонувалися атрибути франчайзингу: загальний бренд, реклама, підключення до програми. Фахівці ринку відмічають, що сьогодні в Україні туристичний бізнес є рентабельним для великих системних операторів і агенцій, які надають ексклюзивні послуги, а ринок туристичних агентств поступово буде скорочуватися, так як частина продажів піде в онлайн. При цьому на ринку будуть залишатися в основному турагентства, що працюють під брендом великих туроператорів. Роздрібний ринок буде найближчим часом консолідуватися, укрупнюватися, з'являться нові мережі і укрупняться вже наявні. Якщо зараз обсяг продажів через мережеві агентства, залежно від туроператора, становить від 15 до 25%, то в найближчі кілька років ця частка зросте до 30-40% у загальній структурі ринку []. Найвідомішими франчайзерами в туристичному бізнесі, які працюють на вітчизняному ринку є: Travel Professional Group (TPG), TUI, Join Up!, Coral Travel, TEZ TOUR, Соната, «Мережа агентств «Гарячі тури»», «ФЕЄРІЯ мандрів», «Поїхали з нами», «Куда угодно» та інші. Розглянемо кожен з них.

Travel Professional Group (TPG) – найбільший туристичний оператор України з національним капіталом. З моменту заснування основною метою компанії є створення туристичного продукту найвищої якості, який би користувався попитом на всіх ринках, де вона представлена. З 2011 року компанія успішно розвиває власну франчайзингову мережу туристичних агентств. У 2015 компанією в TPG була впроваджена нова франчайзингова концепція і відкрито 10 філій. Суть нової концепції: «Планування подорожі – найважливіший етап підготовки відпочинку. Залежно від рівня компетенції фахівців з планування відпочинку, клієнт отримує продукт, який або відповідає його запитам, або ні. Тому, головна складова концепції TPG-агентство – відповідати і передбачати запити своїх клієнтів». Останнім часом інтерес на вступ до мережі TPG значно зріс. Велика частка нових франчайзі (94%) – це вже діючі агентства. TPG надає їм всю необхідну підтримку: маркетингову, фінансову, юридичну і т.д. Одним з головних критеріїв вступу в мережу – є бездоганна бізнес репутація. У кожному офісі TPG агентство клієнт отримує однаково

високий сервіс і допомогу експерта в плануванні подорожі [10].

Франчайзі TPG отримують від франчайзера: бренд-бук; консультації дизайнера і куратора з використання фірмового стилю; надання рекламної продукції; консультації маркетолога; масштабну рекламну компанію спрямовану на просування мережі. Якщо детальніше, то франчайзі отримує: постійну консультацію з питань ведення туристичного бізнесу, гаряча лінія і центр підтримки клієнтів 24/7, спеціально розроблені методичні посібники з правил роботи в мережі, закріплення куратора за кожним офісом, рекомендації з брендування офісу відповідно до стандартів TPG, можливість постійно підвищувати кваліфікацію на семінарах та тренінгах із залученням провідних фахівців, безкоштовна участь в рекламних турах, контроль якості обслуговування клієнтів персоналом франчайзі, рекламно-інформаційну продукцію про тури та країни, допомогу в підборі персоналу, індивідуальну бонусну програму для менеджерів франчайзі, пріоритетну обробку заявок у високий сезон, продаж турів в розстрочку, ексклюзивну асистанс-послугу, унікальну систему захисту подорожі «Security», рекламу в Інтернеті, проведення промо-акцій, продаж авіаквитків по всьому світу без отримання спеціальної акредитації (через офіс франчайзера), участь у рейтинговій програмі «Ліга Чемпіонів TPG Agency».

В рамках франчайзингу TPG надає масштабну рекламну підтримку для своєї мережі: вже кілька років компанія видає туристичний журнал Travel Professional Magazine – один із пріоритетних ресурсів компанії в сфері популяризації розвитку якісного та професійного туризму; випускає каталоги на літній і зимовий періоди; проводить рекламні компанії в регіонах України: преса, зовнішня реклама та ін.; проводить промо-акції, які стимулюють продажі. Компанія є засновником премії Travel Professional Awards, «туристичного Оскара» України, яка вручається кращим туристичним агентствам за підсумками кожного сезону.

Інформаційну підтримку учасників франчайзингової мережі забезпечує сайт www.trpg.ua, який працює і за схемою B2B та (для успішної та зручної роботи партнерів) і за схемою B2C прямого зв'язку з туристами (пошук турів без права бронювання у оператора). Діє CRM система для автоматизації роботи з клієнтом та організації роботи компанії. Наявний централізований соол-центр (дзвінки надходять в соол-центр і розподіляються по офісах франчайзі). Учасники мережі отримують корпоративний внутрішній безкоштовний зв'язок без тривалих очікувань на лінії. Також створюється корпоративна адреса електронної пошти, на яку франчайзі буде отримувати інформацію про найактуальніші пропозиції від TPG.

Юридична підтримка франчайзі «TPG-агентство» надається партнером компанією Jurimex, професійні юристи якої займаються розглядом можливих скарг клієнтів, надають при необхідності послуги щодо повного юридичного супроводу відкриття фірми.

В той же час, франчайзер формує ряд вимог до претендента «TPG агентство» (бездоганна ділова репутація; виконання стандартів якості обслуговування клієнтів; навички ведення та управління бізнесом; обов'язкове проходження навчання в офісі компанії) та до офісу потенційного учасника мережі: приміщення під офіс загальною площею від 20 кв.м.; приміщення повинно знаходитись на першому поверсі; приміщення має добре проглядатися з вулиці; приміщення може бути розташоване в торгових, офісних центрах або на ділових вулицях міста; оформлення внутрішнього простору офісу згідно вимогам; єдина вивіска і зовнішні рекламні носії; приміщення повинно мати доступ до Інтернету, телефон і санітарну зону; персонал – не менше 2-х співробітників в офісі.

Сьогодні приділяється велика увага навчанню менеджерів мережевих агентств. Програма навчання включає різноманітні заходи: навчання по роботі з ПЗ, семінари, вебінари, індивідуальні семінари для певного агентства з новим або цікавими напрямками. Для франчайзі створено навчальний портал, на якому можна удосконалити знання, навчати і тестувати нових співробітників, сприяти кадровому обліку, проводити навчання тощо. У 2015 році TPG не скоротив обсяги, а навпаки, відкрив нові напрямки і розширив вже наявні.

TEZ TOUR – це лідер туристичного ринку України та країн СНД, туроператор який неодноразово удостоювався нагород за якість обслуговування та працює на вітчизняному туристичному ринку з 1994 року. До складу сьогодні входять понад двадцять міжнародних компаній. В 2010 було започатковано мережу «TEZ TOUR Турагенція®», яка в 2014 налічувала 41 агентство. За 2014 були підписані нові договори з туроператорами, які акцентують ведення бізнесу не на кількісних, а на якісних показниках. В результаті, в 2014 році значно розширився асортимент пропонованих туристичних напрямків, з'явилися як бюджетні варіанти відпочинку (автобусні тури по Європі), так і більш екзотичні напрямки. Франчайзі TEZ TOUR показали у 2014 році відмінні результати продажів, і партнери взяли участь у святкуванні 20-ти річчя компанії TEZ TOUR, яке проходило цієї осені в Туреччині, поряд з найбільшими туристичними компаніями країн СНД [5].

Нова модель розвитку турбізнесу мережі «TEZ TOUR Турагенція» повністю клієнтоорієнтована. Розширено асортимент не тільки продукту, але і послуг в агентствах компанії. Крім власне туристичних послуг, клієнти можуть придбати авіаквитки в будь-яку точку світу, подарункові сертифікати, мають можливість купити тур в розстрочку на гнучких умовах, а також отримати послуги медичного страхування, страхування фінансових ризиків та майна в період відпустки. У мережі туристичних агенцій «TEZ TOUR Турагенція» також запущений новий проект TEZ WEEKEND (найкращі ціни у вихідні дні). Завдяки йому тільки у відділеннях мережі і при бронюванні турів у вихідні дні клієнти можуть скористатися ексклюзивними ціновими пропозиціями, а також отримати пам'ятні подарунки.

Паралельно з розвитком роздрібною мережі туроператор TEZ TOUR періодично відкриває нові напрямки, збільшуючи таким чином кількість пропозицій для своїх клієнтів. В агентствах мережі TEZ TOUR клієнт має можливість придбати тур в розстрочку, отримавши як нову, так і вже популярну додаткову послугу. Здійснюється оптимізація роботи модуля онлайн-бронювання авіаквитків на регулярні рейси, що допоможе швидко реагувати на запити туристів.

Менеджери компанії постійно навчаються, в тому числі і в країнах приїому туристів. Такий підхід дозволяє компанії самостійно оцінювати якість пропонованих клієнтові послуг. Навчається в TEZ TOUR не тільки персонал, але і франчайзі компанії. «Школа TEZ Туризму» – сесія навчання нових партнерів, яку компанія, згідно умов співробітництва, безкоштовно організовує для своїх франчайзі. Крім цього, в освітніх планах компанії – впровадження віртуального кабінету з комплексним навчанням і тестуванням менеджерів з продажу в рамках проекту «Академія туризму». Основна вимога TEZ TOUR до франчайзі – це дотримання всіх стандартів і політик компанії.

Для запуску офісу монобрендової мережі «TEZ TOUR Турагенція» знадобиться приміщення від 15 до 30 м². Залежно від географії бізнесу, вступний внесок для франчайзі складає для Києва – \$ 7000; для Харкова, Донецька, Одеси, Львова, Дніпропетровська – \$ 6000; для інших міст – \$ 5000. Відкриття нового агентства вимагає від франчайзі інвестицій в орієнтовному розмірі від \$ 12000 до \$ 17000, з яких \$ 5000 припадає на паушальний внесок. Для того, щоб розпочати діяльність, франчайзі необхідно придбати або зняти в оренду приміщення в центральній частині міста з високим трафіком (автомобільним та / або пішохідним). Франчайзі TEZ TOUR отримує: право на використання бренду «TEZ TOUR», «TEZ TOUR Турагенція», використання фірмового брендбуку TEZ TOUR, що об'єднує всі зовнішні комунікації компанії та ідентифікує агентство; послуги дизайнера з розробки дизайн-проекту згідно обраної локації; виготовлення пакету брендування згідно узгодженого дизайн-проекту; забезпечення POS-матеріалами та сувенірною продукцією при відкритті та роботі агентства (в т.ч. форма для менеджерів при відкритті); послуги HR-менеджера для пошуку кваліфікованих співробітників; навчання персоналу (Навчальний Центр TEZ TOUR), стажування в діючих офісах TEZ TOUR Турагенція, тренінги для підвищення кваліфікації із залученням провідних фахівців туристичної галузі; бухгалтерські консультації, юридичний супровід; підключення до Call-центру та розміщення на сайті

teztour.ua; рекламна підтримка та популяризація бренду з боку туроператора, допомога в організації локальних акцій (у тому числі при відкритті), централізований директ-маркетинг, електронна пошта і SMS розсилка; сервіс моніторингу стандартів обслуговування (таємний покупець); участь в інформаційних турах від оператора для менеджерів і директорів; максимальна агентську винагороду за всіма напрямками ексклюзивні продукти від мережі TEZ TOUR Турагенція.

Франчайзинг від міжнародного оператора Coral Travel просувається під слоганом «Франшиза «Турагентство Coral Travel» – вибір успішних агентств!». Coral Travel входить до складу міжнародного холдингу OTI Holding (створений в 1992 р, Анталія, 3,1 млн туристів відправлених на відпочинок в 2014 р), який забезпечує надійність тил і динамічно розвивається незважаючи на кризу. На початку 2014 року в Україні успішно стартував найбільший проект OTI Holding – «Мережа турагентств Coral Travel». На сьогоднішній день Мережа представлена 170 партнерами в 57 містах України. Франчайзинг від Coral Travel – це достатньо ефективна схема бізнесу: Більше 86% партнерів компанії виконують плани продажів в 2015 і претендують на отримання знижки на роялті в наступному 2016 році; більш 79% партнерів мають продажі, що перевищують показники 2014 (до набрання Мережа), і 62% учасників престижної премії у сфері туризму «Starway 2015» у номінаціях Best і Perfect – це офіси «Мережі турагентств Coral Travel». Для виведення агентів на якісно новий рівень, підвищення прибутковості та ефективності туристичного бізнесу була чітко вибудована програма розвитку та підтримки Мережі: схема ексклюзивної фінансової прибутковості; професійна система освіти; автоматизація бізнесу; рекламні кампанії та PR-акції; персональна підтримка кураторським центром для агентств Мережі, який знаходиться в ГО Coral Travel (м.Київ) [7].

У 2015 р Coral Travel продовжувала динамічно розвивати свою франчайзингову Мережу та допомагати вибудовувати ефективні схеми бізнесу: вступний внесок – безкоштовно; комплект меблів – безкоштовно (на 2 робочих місця); 2 безкоштовних рекламних туру (один до Туреччини і один в Єгипет протягом року) для співробітників кожного офісу Мережі. Додатково 50% знижки на рекламні тури в Туреччину і Єгипет для 2-го і 3-го співробітника офісу Мережі (протягом року). Додатково 50% знижки для 2-х співробітників від офісу Мережі на будь-які доступні рекламні тури туроператора Coral Travel (протягом року); підтримка Агентства по спільній рекламі з бюджетом до 20 000 грн. за результатами продажів і гарантовані 20 000 грн. для 2-го і наступних офісів; при розміщенні офісу «Турагентство Coral Travel» в торгово-розважальних центрах - роялті безкоштовно на 1-й рік співробітництва (табл. 1) [7].

Таблиця 1

Сума необхідних інвестицій для відкриття офісу «Турагентство Coral Travel»

Регіон	Опис / населення	Вступний внесок		Роялті грн./міс.	Обов'язковий план люд./рік	План-бонус люд./рік
		Діючі агентства	Нові агентства			
Київ		0	4 000	2 000	300	500
Харків, Одеса		0	3 200	1 500	250	400
Дніпропетровськ, Львів, Запоріжжя		0	2 800	1 200	200	350
Інші міста:	200 000 – 500 000 осіб		2 400	1 000	170	300
	до 200 000 осіб		2 400	1 000	150	250

У 2015 році сформовано Мережу турагентств Coral Elite Service (Coral Елітний Відпочинок) – це продовження раніше розпочатої концепції Еліт Сервіс, яка створена як спеціалізована програма з обслуговування клієнтів з високими доходами. Програма Еліт Сервіс пропонує клієнтам розширений спектр послуг, які виходять за рамки традиційного турпакета. Для франчайзі переваги полягають у наступному: відсутність

конкуренції в Україні; індивідуальність і унікальність; можливість виділитися серед інших агентств на ринку і привернути до себе увагу; підвищена комісія від Туроператора Coral Travel; підвищена комісія і спеціальні умови у Туроператорів-Постачальників; недоторканність території; допомога в підборі персоналу: навчання та підвищення кваліфікації; персональний B2B Консьерж для Elite – офісів; професійний Call-center для проекту Coral Travel Elite; сайт проекту elite.coraltravel.ua; виділений куратор у Туроператорів-постачальників для Elite офісів; кредит довіри; компенсація зовнішнього оформлення офісу до 100%; розширений спектр послуг при відкритті офісу: сервісна підтримка та урочисте відкриття. Вартість участі у франчайзинговій мережі еліт-класу від 100 тис.грн. до 215 тис.грн.

У 2014 році на новий рівень розвитку вийшла компанія Join UP! [8]. У мережу якої входить більш ніж 100 франчайзингових агентств та більше 400 професіоналів туристичного бізнесу. За 2014-ий рік, не дивлячись на всю його складність, компанія Join UP! показала стрімке зростання і досягла всіх поставлених цілей. За оцінкою незалежних експертів, туроператор Join UP! вийшов на перше місце серед конкурентів за обсягами відправлень на відпочинок туристів. Лідуючі місця зокрема займають такі напрямки, як Єгипет, Греція, Індія, Шрі-Ланка, ОАЕ та ін. Компанія пропонує співпрацю та участь у спільному проекті з франчайзингу торгової марки Join UP! на взаємовигідних умовах. У 2014 році на відпочинок було відправлено 309 451 туристів - це на 71 412 осіб більше попереднього року (приріст на 30% за рік). Сьогодні в портфелі туроператора 29 напрямків. Франчайзингова мережа приросла на 100% з 53 до 100 агентств. А сайт joinup.ua в середньому відвідує більше 25 000 чоловік в день [8].

У 2015 році Join UP розвивалася на випередження – були виявлені всі слабкі місця і мінуси агентств і розроблені заходи з їх поліпшення. У 2015 році змінили візуально-емоційний зміст бренду мережі – зроблено акцент на світлих, позитивних емоціях. Багато маркетингових повноважень віддано регіональним представництвам, щоб у всіх регіонах цілий рік активно проходили всілякі цікаві для туриста активності.

Також Join UP! на постійній основі протягом року підвищує кваліфікацію співробітників компанії, проводячи тренінги, семінари, зустрічі, заходи, створені спеціально для знайомства і живого спілкування співробітників оператора зі своїми агентствами (безкоштовні рекламні тури, заохочувальні турпакети за підсумками продажів; виїзні роботи магазину, роуд-шоу, тематичні вечори зі спеціальними умовами участі). Для франчайзі Join UP! пропонує технічно-інформаційну (Інтернет-портал joinup.com.ua з унікальною системою підбору туру, спеціально розробленою для зручності туриста; цілодобовий виклик-центр для туристів; IP-телефонія в кожному офісі, що забезпечує оперативний зв'язок з Центральним офісом; система підбору авіаквитків на регулярні рейси; закріплення за кожним учасником територіального статусу) та маркетингову підтримку (світлодіодний лайтбокс; фірмова стійка для каталогів; куточок споживача; стартовий пакет нового агентства (каталоги, брошури, сертифікати, комплект візиток, ручки, блокноти, пакети тощо); сувенірна продукція і каталоги на постійній основі; подарунки для туристів на свята (Новий Рік, 8 березня); підвищена комісія 12-14%; система бронювання інших операторів - JBOOK (комісія більше стартової по ряду операторів); корпоративний сайт мережі «Join UP!! Турагентство», спрямований спеціально на туриста; розміщення агентства в розділі «Де купити»; call-центр з перекладом туристів на агентства мережі за географічним принципом; набір макетів рекламної продукції (флаєра, візитки, плакати, постери,

банери); допомога в розробці маркетингових заходів агентства; відшкодування 50% рекламної кампанії агентства 1 раз на рік; безкоштовні рекламні тури за підсумками продажів та знижки на них; стартовий навчальний курс в Центральному офісі оператора; заохочувальні програми та розіграші призів для агентств мережі) [8].

В кінці 2014 відбулося злиття німецької TUI AG і британської TUI Travel PLC, в результаті якого утворена TUI Group – найбільша в світі група компаній у сфері туризму [4]. Об'єднання споріднених підприємств на рівні менеджменту збільшило ефективність бізнес-процесів в компанії, відкриваючи нові можливості для розвитку глобальної TUI. Сьогодні TUI Ukraine працює на більш ніж 25 туристичних напрямках, серед яких країни Європи, Азії, Африки. Щорічно TUI обслуговує в Україні близько 250 тисяч клієнтів. У планах TUI Ukraine на найближчі п'ять років – оновлення та автоматизація всіх процесів, розвиток турпродукту і клієнтського сервісу, роздрібною мережі TUI Турагентство. TUI намір пропонувати українцям більше якісного диференційованого продукту – як власного, створеного спеціально для українського ринку, так і глобального диф-продукту TUI. Наслідком переходу української TUI в сектор розвинених ринків стане інтеграція процесів з іншими європейськими структурами групи TUI. Зміни торкнуться два великих напрямки роботи туроператора – контрактинг з готельєрами і роботу приймаючої компанії (Destination Management Companies, DMC), що відповідають за клієнтський сервіс у місцях відпочинку.

Європейський бренд, фінансова стабільність TUI позитивно впливає на вибір покупки франшизи. У 2013 р було розроблено нову програму франчайзингу, враховуючи побажання партнерів і дотримуючись принципу «Цінність компанії – успішні партнери». Основою став успішний досвід закордонних колег, адаптований під реалії українського ринку. Були поліпшені основні параметри франчайзингу та схема роботи туроператор-турагентство для того, щоб максимально спростити процедуру входу в мережу і збільшити ефективність роботи франчайзі. Компанія активно розвиває франчайзингову мережу TUI турагентство, яка сьогодні включає більше 200 офісів по всій країні. Крім того, туроператор активно співпрацює з більш ніж 4 тисячами незалежних турагентств України. Динаміка відкриття «TUI турагентство» по Україні у 1 кварталі 2015 році практично не змінилася, в порівнянні з аналогічним періодом минулого року, мережа продовжує свій розвиток і збільшує кількість точок продажу по всій території України.

TUI пропонує дві програми франчайзингу: робота під маркою TUI-Турагентство і партнерська форма співпраці для регіонів України. Тим самим туроператор дає більше шляхів вибору для співпраці і безумовно приваблює до себе нових учасників. TUI вперше на українському ринку запропонувала індивідуальну модель франчайзингу: франчайзі може вибрати найбільш підходящі йому умови, виходячи з трьох фінансових моделей співробітництва. Переваги франшизи TUI Україна проявляються в впізнаваній марці, автоматизації офісу, цілорічному навчанні персоналу, атестації, програмою таємного покупця, нових схемах ведення бізнесу та всебічній підтримці офісів акаунт-менеджерами франчайзингової мережі.

У ході відкриття точок тип франшизи змінився. Компанія прийшла до висновку, що на ринку України необхідно реалізовувати хард-франшизу, при наданні якої франчайзер бере активну участь у роботі франчайзі і чітко контролює роботу франчайзі на всіх етапах. В умовах співпраці за договором франчайзингу змін не було, вони лояльні для підприємців. Було розроблено три моделі співпраці для взаємовигідної роботи з турагентствами будь-якого рівня (табл. 2)

Таблиця 2

Моделі співпраці TUI Україна для роботи з турагентствами

Стартовий пакет				
Модель 3	Вступний внесок, \$	Річний план продаж, туристів	Роялті, грн	Додаткові бонуси
Київ	500	80	1500	Комісія – 12%. 50% компенсація на вивіску. 50% знижка на оплату роялті при виконанні щомісячного плану продажів. Безкоштовний інфотур: Туреччина чи Єгипет на вибір, за умови виконання планів продажів. Термін перебування в програмі - 2 роки.
Дніпропетровськ, Харків, Львов, Одеса	300	60	1000	
Інші міста	150	40	750	
Основна модель				
Модель 2	Вступний внесок, \$	Річний план продаж, туристів	Роялті, грн	Додаткові бонуси:
Київ	500	160	2000	Комісія - 13%. 50% компенсація на вивіску. 50% знижка на оплату роялті при виконанні щомісячного плану продажів. Два безкоштовних інфотури: Туреччина / Єгипет і Європа на вибір, за умови виконання планів продажів. Дотація на локальний маркетинг – 300 USD (при виконання річного плану продажів). Термін перебування в програмі - 1 рік.
Дніпропетровськ, Харків, Львов, Одеса	300	120	1500	
Інші міста	150	80	1000	
Модель для лідерів продаж				
Модель 1	Вступний внесок, \$	Річний план продаж, туристів	Роялті, грн	Додаткові бонуси:
Київ	500	290	3000	Комісія – 14%. 50% компенсація на вивіску. 50% знижка на оплату роялті при виконанні щомісячного плану продажів. Три безкоштовних інфотури: Туреччина, Єгипет і Європа на вибір, за умови виконання планів продажів. Дотація на локальний маркетинг – 400 USD (при виконання річного плану продажів). Термін перебування в програмі - 1 рік
Дніпропетровськ, Харків, Львов, Одеса	300	200	2000	
Інші міста	150	160	1500	

Переваги франшизи TUI: впізнавана марка; довгострокові контракти (від трьох років); пільгові комісійні умови; цілорічне навчання персоналу, проведення атестацій і інфотурів для підвищення кваліфікації; рекламна підтримка (випуск рекламних проспектів, каталогів, журналів і сувенірів); автоматизація офісу; інноваційні схеми ведення бізнесу; всебічна online підтримка офісів франчайзингової мережі; програми якості сервісу. В рамках стратегії диверсифікації у бік збільшення бюджетного сегменту, TUI Україна оголосила про запуск другої роздрібно-франчайзингової мережі «Галопом по Європах». Таким чином, існуюча роздрібна мережа «TUI турагентство» буде працювати у формі фірмового магазину туроператора TUI з високими стандартами обслуговування і ґрунтуватися на активному просуванні власного продукту, а учасники мережі «Галопом по Європах» отримають статут авторизованих агентств TUI, які працюватимуть за принципом «легкого франчайзингу» і будуть реалізовувати тури, як TUI Україна, так і інших туроператорів.

Результати нашого дослідження дозволили узагальнити характеристики туристичних франчайзингових мереж, які засвідчують їх подібність в основних параметрах (країна походження, регіони розвитку, критерії відбору учасників) та значну диференціацію стосовно підтримки франчайзі (табл. 3). Таблиця складена за даними взятими з офіційних сайтів франчайзерів. Показники постійно змінюються, але

загальну ситуації можуть демонструвати.

Таблиця 3

Характеристика туристичних франчайзингових мереж України

	Горячие туры	Соната	Join Up!	TEZ TOUR	TPG	TUI Україна	Coral Travel	Сеть агентств Горящих путевок
Рік початку роботи в Україні	2003 / 1 2015 році мережа обвалилася	2002	1997	2010	2011	2009	2008	1998
Рік запуску франшизи	2003	2006	2010	2010	2011	2009	2014	2003
Мережа	Власних – 0 Франчайзингових – 270	Власних – 1 Франчайзингових – 30	Власних – 1 Франчайзингових – 115	Власних – 11 Франчайзингових – 33	110 (власних та франчайзингових) офісів	200 агентств (власних та уповноважених)	1311 – франчайзингових офісів в різних країнах, 170 в Україні	Власних – 0 Франчайзингових – 500 В Україні – 85
Інвестиції	Від \$2500 до \$3000	Від \$1000 до \$3000	Від \$1800 до \$3000	Від \$6000 до \$8000	Від \$1000 до \$3000	Від \$1000 до \$2000	Від \$1000 до \$10000	Від \$1000 до \$5000
Роялті	600-800 грн /міс	\$30-100 /місяць	500-1000 грн /міс	1% від обороту	Немає	\$ 50-200	1000-2000 грн./міс	500 грн /міс
Паушальний внесок	\$650	\$500-1500	\$500	\$5000-7000	Пакет від 8000 грн.	Залежить за від регіону (\$380-100)	Від 2400 грн. до 215 000 грн.	\$200
Площа приміщення	Від 10 м ²	Від 15 м ²	6-35 м ²	15-25 м ²	Від 10 м ²	Від 15 м ²	Від 17-50 м ²	Будь-яка
Рекламні відрахування	Відсутні	По узгодженню з ЦО	Немає	Відсутні	Відсутні	Відсутні	Відсутні	Відсутні
Термін окупності	Від 3 до 6 місяців	Від 6 до 12 місяців	Від 6 місяців	2 роки	Від 6 місяців	1 рік	Від 16 місяців	1 рік

Висновки. Партнерство з туристичною франчайзинговою мережею може забезпечити туристичному агентству престиж, вигоду, стабільність, захист в умовах глобалізації. Франчайзі отримують від франчайзерів: кращі ціни та підвищену комісію з туристичного продукту; загальнонаціональні та регіональні рекламні кампанії, які проводить центральний офіс, спільні рекламні кампанії з партнерами, іміджеву рекламу (TV, радіо, зовнішня реклама, каталоги, брошури, журнали тощо), BTL активності (спонсорство), Digital- маркетинг (SMS-розсилки, e-mail розсилки, соціальні мережі), участь у всіх маркетингових програмах в рамках мережі, допомогу у плануванні, розробці та організації рекламних активностей, дизайнерську підтримку, безкоштовну POS-продукція протягом усього франчайзингового партнерства; майстер-класи, семінари та тренінги спрямовані на підвищення кваліфікаційного рівня знань агентів із залученням провідних фахівців управлінських, кадрових та юридичних питань; тестування і атестацію персоналу; допомогу в підборі персоналу; методичні посібники з техніки навчання та правил роботи в мережі; можливість участі в он-лайн вебінарах, семінарах; участь в інформаційних турах; індивідуальну бонусну програму для менеджерів франчайзі; пріоритетну обробку заявок у високий сезон.

У той же час, туристичне агентство, яке вступає до франчайзингової мережі знижує, а подекуди і втрачає, самостійність та незалежність оперативних дій. До того ж, вимоги франчайзера до площі, оснащення та оформлення внутрішнього простору

офісу, корпоративних стандартів зовнішніх рекламних носіїв, вступний внесок зумовлюють значні інвестиції, а сплата роялті, виконання зобов'язань щодо кількості заброньованих туристів, першочерговість / ексклюзивність пропозиції продукту франчайзера знижують привабливість франчайзингової схеми.

Список використаних джерел:

1. Галасюк С.С. Дослідження організації туристичного бізнесу в Україні та Німеччині / С.С. Галасюк // Туристична індустрія: сучасний стан та пріоритети розвитку: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції. – Луганськ: ЛНУ, 2010. – С. 94-100
2. Корягін О. Ю. Маркетинг турпродукту : підруч. / О.Ю. Корягін, З.І. Тимошенко, Т.О. Демура, Г.Б. Мунін. – К. : Кондор, 2009. – 394 с.
3. Коханенко М.В. Концептуальні підходи в організації франчайзинга в туризмі / М.В. Коханенко // Культура народів Причорномор'я. — 2011. — № 210. — С. 139-143.
4. Корпоративний сайт туристичного оператора «TUI Україна» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://corp.tui.ua>
5. Офіційний сайт туристичного оператора TEZ TOUR [Електронний ресурс] – Режим доступу:
6. Офіційний сайт туристичного оператора «Rewe-Touristik» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.rewe-touristik.com>
7. Офіційний сайт туристичного оператора Coral Travel / Франшиза [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://franchising.coraltravel.ua/>
8. Офіційний сайт туристичного оператора Join Up! / франчайзинг [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://joinup.ua/franchajzing/>
9. Офіційний сайт Відкритої публічної компанії з обмеженою відповідальністю Thomas Cook Group plc [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.thomascookgroup.com/about-us/>
10. Офіційний сайт туристичного оператора Travel Professional Group (TPG) / Франчайзинг [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.tpg.ua/ru/franchising/>
11. Сайт для учасників франчайзингової мережі Coral Travel [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://franchising.coraltravel.ua/frontpage/sender#>
12. Сайт компанії «TUI» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.tui.com/>
13. The German National Tourist Board [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.germany-tourism.de>.

Рецензент д.е.н., професор Буднікевич І.М.