

УДК 338.48

Кика В.П.¹

Корнієнко О.М.²

¹студ. гр. МТУ-114м ЗНТУ

²канд. екон. наук, доц. ЗНТУ

СУЧАСНИЙ СТАН РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ФРАНШИЗ В УКРАЇНІ

Діяльність туристичної агенції забезпечує туроператор, який є розробником турів, та організовує безпосередньо саму поїздку. За даними ВТО, 80–85 % бронювання закордонних подорожей здійснюється через туристичні агенції.

Розширений огляд на умови франчайзингу.

1. Coral Travel – найбільший міжнародний туроператор, який займає провідні позиції на ринку виїзного туризму. Coral Travel входить до складу міжнародного OTI Holding (створений в 1992 р., Анталія), який забезпечує надійний тил і динамічно розвивається незважаючи на кризу. На початку 2014 року в Україні успішно стартував найбільший проект OTI Holding – «Мережа турагенцій Coral Travel».

На сьогоднішній день мережа об'єднує 215 турагенцій в 69 містах України. Учасники Мережі – самостійні, юридично незалежні турагенції, які працюють під єдиним міжнародним брендом, використовують передові технології і реалізують глобальну маркетингову політику, що включає в себе єдину цінову політику, єдині маркетингові інструменти і стратегію просування на ринку.

Підтримка для франчайзі: прибутковість бізнесу; максимальна комісія від Coral Travel до 17 %; спеціальні ціни на готелі тільки для учасників Мережі; стимулюючі бонусні програми для директорів і менеджерів; підвищена комісія по продукту альтернативних туроператорів.

2. TUI Group – найбільша в світі група компаній в сфері туризму з 40-річним досвідом. TUI Group обслуговує більше 30 млн. клієнтів в рік і пропонує відпочинок в 180 країнах світу. TUI є однією з найприбутковіших туристичної компаній в світі. До групи TUI входять туроператори, мережі турагентств, більше 300 готелів, 14 круїзних лайнерів, 6 авіакомпаній з найбільшим чартерним флотом в Європі – понад 130 літаків і ін. Тільки в

Європі TUI має понад 3000 офісів продажів. У концерн входять відомі ланцюжка готелів RIU, Club Magic Life, Suntime, Iberotel, Robinson Club, Sol Y Mar Club, Coral Sea, Jaz Resort і багато інших.

3. TEZ TOUR. У 2010 році Компанія Tez Tour анонсувала проект з розвитку власної мережі агентств «Tez Tour Турагенція®».

Країни і міста, в яких представлені об'єкти мережі: в Україні: Дніпропетровськ; Запоріжжя; Київ; Кривий Ріг; Львів; Маріуполь; Миколаїв; Одеса; Ужгород; Харків; Біла Церква; Полтава; Хмельницький.

До вступного внеску входять наступні функції: франчайзі отримує зовнішній і внутрішній пакет брендування згідно із затвердженими візуалізацій, система навчання персоналу, підключення до ресурсів мережі, підготовка PnL. А також ремонт приміщення (під корпоративний стиль), закупівля орг. техніки і меблів.

4. Join UP – Туроператор «Join UP!» Займає лідируючу позицію на ринку туристичних послуг України. В активі компанії більше 37 власних операторських напрямків.

Регіональні представництва туроператора знаходяться в найбільших містах України: Києві, Харкові, Дніпропетровську, Одесі та Львові.

Команда туроператора складається з понад 220 професіоналів туристичної сфери. Більше 6000 туристичних агентств співробітничать з Join UP.

5. TPG – Колектив компанії Travel Professional Group на ринку туристичних послуг з 1994 року. Туроператор Travel Professional Group пропонує кілька пакетів франшиз.

1. Пакет Exclusive (Ексклюзив) – вступний внесок 5000 грн. При розміщенні франчайзингового офісу TPG в великому ТРЦ міста, за умови бронювання тільки продукту TPG (виняток становить тільки відсутність пропозиції з авіаперельотів - немає вильоту на цікаву для дати, немає вильоту з даного міста).

2. Пакет Base (Базовий) – вступний внесок: Кривий Ріг, Запоріжжя, Дніпро, Одеса, Харків, Львів – вступ в мережу 12000 грн.

Агенції, які працюють з компанією TPG по агентським договором в категорії «Celebrity», можуть вступити до франчайзингової мережі без оплати вступного внеску. Навчання співробітників в школі TPG «TRAVEL PROFESSIONAL» для франчайзі є безкоштовним.

Отже, можна зробити висновок, що всі вказані туроператори приділяють велику увагу опціям та запропонованим послугам для відкриття франчайзингу. Це зроблено для того, щоб заохочувати інвесторів (а саме франчайзі) у відкритті чергового офісу і отримання прямого прибутку за рахунок нього, а також для розвитку компанії як бренду.