

для підзарядки мобільних пристроїв — розташування цих точок маяк показує відразу, як тільки користувач з'являється в полі його дії.

Щодо музеїв, то тут впровадження Bluetooth-технологій допомагає зрозуміти, яку роль відігравали ті чи інші предмети під час їх активного використання. Яскравим прикладом став Уельс. Відвідувачі Національного музею сланців і Національного музею Римського Легіону мають експонати, розуміння яких без допомоги гіда може викликати труднощі, оскільки фотографії та артефакти важко помістити в контекст їх часу.

Так, наприклад, певний предмет, який був цінним в один час, зараз сприймається просто сірим каменем. Рішенням цієї проблеми став додаток, відомий під назвою Culture Beacon, який працює в поєднанні з Bluetooth Low Energy (і використовує програмну платформу під назвою Locly, розроблену Уельською компанією Bookry Ltd). За допомогою цієї програми користувач може, наблизившись до експонату, отримати текстову, графічну та відеоінформацію про цей експонат на свій смартфон або планшетний комп'ютер відповідно до своїх інтересів.

У лондонському музеї науки також активно використовують технології, оскільки на деяких поверхах використовується особлива світлова система. Для виставкових приміщень у лондонському Музеї науки була створена система управління, яка поєднує протокол управління сценічним світлом DMX з бездротовим зв'язком Bluetooth. Необхідно було забезпечити можливість управління освітленням з телефону або планшета, надавши користувачу сотні варіантів освітлення і засоби зміни рівня яскравості на будь-якому світильнику або групі світильників в режимі реального часу під час заходу.

Отже, впровадження технологій Bluetooth допомагає всіма способами розвивати туристичну сферу в будь-якому просторі, роблячи складну інформацію доступною для сприйняття та допомагаючи людям дістатися потрібної локації в аеропорті тощо.

*М. М. Зайцева*

### **ФРАНЧАЙЗИНГОВІ МЕРЕЖІ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

*М. М. Zaitseva*

### **FRANCHISING NETWORKS AS A TOOL TO INCREASE THE COMPETITIVENESS OF TOURIST ENTERPRISES**

Сфера туризму нині є однією з найбільш постраждалих у світі від пандемії COVID-19, що істотно вплинуло на попит і пропозицію туристичного ринку. Шістдесят галузей економіки прямо або опосередковано пов'язані з туризмом. Якщо врахувати всі сумарні втрати в цих сферах, збиток може досягати колосальних розмірів. Міжнародний туризм по деяких напрямках має значну тенденцію спаду, що проковує подальший регрес світової економіки. Тому зараз необхідно вживати усі можливі заходи, які допоможуть вийти з кризи і зробити ривок у розвитку туризму. Неможливість налагодження постійного партнерства між підприємствами туристичної індустрії обмежують розвиток також і внутрішнього туризму, немає гуртових знижок, спеціальних цін та взаємного інтересу поліпшувати сервіс. Тому одним з пріоритетних напрямів з

відновлення сектора туризму є зміцнення партнерських зв'язків, для того щоб туризм міг і далі сприяти досягненню цілей сталого розвитку, посилювати свої позиції в галузі, забезпечувати гідні робочі місця, стабільні доходи й захищати культуру та природну спадщину.

Франчайзинг у туризмі — це найкраща ідея розвитку бізнесу та об'єднання туристичних підприємств. Франчайзингові мережі сьогодні актуальні як для професіоналів туристичного ринку, для яких важлива комісія, так і для нових організацій, що розраховують закріпитися на ринку за рахунок сили бренду, готової моделі ведення бізнесу, технологій, юридичної підтримки, широкомасштабної рекламної компанії, мінімум ризику, які надає мережа і додаткові можливості заробітку. Робота за франшизою — це найбільш безпрограшний варіант для того, хто думає про власний цікавий, перспективний і прибутковий проєкт і водночас не готовий до великих фінансових вкладень, а також оптимальна пропозиція для тих, хто лише входить у туристичний бізнес або розглядає різні варіанти для зміцнення своїх позицій у світі відпочинку та подорожей.

Вагомим чинником для забезпечення конкурентоспроможності туристичних підприємств при таких викликах може стати формування франчайзингових відносин у сфері туризму, адже на світовому ринку туристичних послуг франчайзинг розвивається дуже активно.

Формування та функціонування франчайзингових мереж є актуальним напрямом розвитку туристичної сфери, яка впливає на промисловість, будівництво, торгівлю, транспорт, малий і середній бізнес та стимулює їх розвиток. Тому доцільно визначити поняття «франчайзингова мережа туристичних підприємств» як 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.

Розвиток туристичних підприємств у системі франчайзингу позитивно впливає на їх імідж, дозволяючи удосконалювати або створювати конкурентоспроможний туристичний продукт, нові робочі місця, мотивувати персонал (забезпечення професійного зростання шляхом проведення кваліфікованих зустрічей, семінарів та навчань для обміну досвідом всередині мережі), задовольняти потреби споживачів та забезпечувати їх якісне обслуговування, активно розширювати територіальні межі розповсюдження туристичних товарів та послуг тощо. Франчайзинг як інструмент підвищення конкурентності туристичних підприємств має такі складові успіху: мультибрендова система, що дозволяє партнерам отримувати максимальну кількість послуг від єдиного універсального постачальника, конкурентоспроможність і висока якість послуг, клієнтоорієнтований підхід до формування турпродукту, повний спектр послуг з VIP-обслуговування, ексклюзивне ціноутворення, власна система онлайн бронювання, зручний і швидкий пошук туру за параметрами на сайті, система кураторства, служба підтримки агентів через регіональні офіси компанії, впровадження вимог стандарту, система регулярного анкетування агентів і клієнтів, власні офіси за основними напрямками масового попиту, цілодобова

служба підтримки туристів за кордоном, контроль якості продукту на всіх етапах виробництва і реалізації турпродукту. Тому розвиток франчайзингової мережі є головним інструментом підвищення конкурентності підприємств туристичної індустрії.

Отже, через пандемію COVID-19 та кризи в економіці значно зменшився фінансовий потік у туристичну галузь, яка є найбільш постраждалою від карантинних заходів. Але слід зважати, що туризм є однією з найбільш швидкозростаючих світових індустрій, де завжди потрібні нові фахівці, це індустрія кар'єрних можливостей та перспектив. Франчайзинг — це добра можливість швидко стартувати, маючи міцну опору, можливість заручитися підтримкою партнера, але водночас залишатися незалежною компанією. Кризи, зниження купівельної спроможності зумовлюють закриття багатьох туристичних підприємств, а ось мережі не лише успішно виживають, але й процвітають. Приєднуючись до відомої мережі, ви автоматично отримуєте її клієнтів, не витрачаючи коштів на рекламу і просування. Великі туристичні підприємства надають своєму франчайзі набагато вищі комісійні, ніж іншим компаніям, які з ними працюють. Працюючи в складі мережі, підприємства туристичної індустрії отримають всі необхідні консультації, допомогу у відкритті фірми, всіх організаційних питаннях, рекламу і PR, супровід у процесі роботи. Франчайзинг — це готова, «обкатана» модель ведення бізнесу, яка протягом багатьох років довела свою спроможність. Франшиза — підвищена гарантія успішних продажів, швидкий розвиток і впевнена «розкрутка» як для нових, так і вже існуючих підприємств — можливість розширити й зміцнити свої позиції на ринку. І все це під добре впізнаваним брендом, який вже заслужив довіру клієнтів.

*Г. Бреславець, М. Мандао*

### **ПЕРЕВАГИ ФРАНЧАЙЗИНГУ В ТУРИЗМІ**

*Н. Breslavets, M. Mandao*

### **ADVANTAGES OF FRANCHISING IN TOURISM**

Для тих, хто хоче займатись підприємницькою діяльністю, але не знає, з чого розпочати, на допомогу приходять франчайзинг.

Франчайзинг — це форма бізнесу, де франчайзер (власник) надає франчайзі (покупцю франшизи) дозвіл на використання, створення та збут продукції чи послуг під власним брендом за певних умов.

Придбання франшизи надає безліч переваг, що робить її досить популярною серед підприємців-початківців. Переваги франчайзингу:

1. Винагорода за власну працю.

З франшизою ви працюєте самостійно, тому всі зусилля, які ви застосовуєте для розвитку свого бізнесу, безпосередньо будуть впливати і на вас. Чим більше ви витрачаєте, тим більше отримуєте.

2. Гнучка робота.

Франчайзинговий бізнес дозволяє вам контролювати своє життя, надаючи свободу та незалежність, щоб організувати вільний графік роботи. Це надає можливість на відпочинок і на створення креативних ідей та стратегій щодо розвитку свого підприємства.