

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ФРАНЧАЙЗИНГА В ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ

Filimonova Yu.V.

THE USE OF FRANCHISING IN THE TOURISM INDUSTRY

Аннотация. В работе раскрыта сущность понятия «франчайзинг», уточнены его преимущества и ограничения, проведен анализ развития франчайзинга в сфере туристического бизнеса Иркутской области.

Ключевые слова: франчайзинг, туризм, франшиза, Иркутская область.

Abstract. The paper reveals the essence of the concept of «franchising», clarifies its advantages, and analyzes the development of franchising in the field of tourism business in the Irkutsk region.

Keywords: franchising, tourism, franchise, Irkutsk region.

При открытии собственного дела не все предприниматели могут иметь необходимый стартовый капитал, знание особенностей ведения бизнеса, план развития организации, поэтому многие выбирают франчайзинг.

Франчайзинг – способ организации бизнеса, рассматриваемый как соглашение, при котором производитель или продавец товара или услуги, защищенных торговой маркой, дает эксклюзивные права на распространение на данной территории своей продукции или услуг предпринимателям [1]. В то время как предприниматели несут обязанности по оплате паушального взноса (единовременный фиксированный платёж, вознаграждение за приобретение товарного знака) и роялти (регулярные отчисления за право пользоваться франшизой, которые выплачиваются раз в месяц).

Сторонами франчайзинга являются:

Франчайзер – сторона, предоставляющая права на франшизу и продающая её.

Франчайзи – индивидуальный предприниматель или юридическое лицо, приобретающее франшизу и принимающее на себя обязательства вести бизнес так, как предписано в договоре.

Перспективной для нашей страны отраслью экономики является туристическая индустрия. Туризм – один из ключевых секторов российской экономики, способствующий развитию регионов и городов.

В качестве направления, которое позволит развивать туристическую отрасль, выступает франчайзинг.

Можно выделить преимущества использования франчайзинга в туризме для предпринимателя: узнаваемый бренд; готовая концепция бизнеса; поддержка со стороны франчайзера: профессиональные консультации, обучение персонала; отсутствие необходимости в содержании большой управленческой

сети; исключение конкуренции со стороны других предпринимателей, владеющих этой франшизой; рекламная поддержка и разработка маркетинговой стратегии; скидки на закупку материалов, оборудования; IT-системы [2].

Вместе с тем, при использовании франчайзинга может возникнуть ряд проблем – большие финансовые вложения в открытие собственных офисов; отсутствие необходимой инфраструктуры для франчайзинга; отсутствие региональных программ поддержки франчайзи; необходимость строгого соблюдения установленных правил, требования об отдаче части прибыли франчайзеру, высокая цена франшизы, невозможность повлиять на бренд.

Туризм в Иркутской области – одна из отраслей третичного сектора экономики региона. В области развиваются такие разновидности туризма, как познавательный, оздоровительный, деловой и активный. Основой развития туризма в Иркутской области являются природные и историко-культурные ресурсы. В 2024 году в регионе отдохнули 1,8 млн. человек, что более чем на 10% превышает показатели предыдущего периода.

По уровню интереса к франчайзингу Иркутская область занимает довольно высокие места. Франчайзинг здесь хорошо известен, работает много франшизных филиалов федеральных компаний, таких как «Первый визовый центр», «Слетать.ру», «ProTravel», «Nadotur», «Вокруг Света», «Coral Travel», «Центр Горящих Туров», «Tez Tour», «1001 тур», «TUI», «Натали Турс» и др. В виду перспективности отрасли на основных рекламных площадках представлено достаточно много объявлений о продаже франшизы в сфере туризма для нашего региона. Потенциальный покупатель франшизы может рассчитывать на поддержку государства и снизить первоначальные вложения.

Таким образом, развитие франчайзинга может оказаться одной из наиболее эффективных форм поддержки бизнеса в сфере туризма, одним из возможных решений важной проблемы государственной стратегии России.

ЛИТЕРАТУРА

1. **Иванов Г.Г.** Коммерческая деятельность: учебник / Г.Г. Иванов, Е.С. Холлин. – М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2024. – 384 с. – ISBN 978-5-8199-0939-3. – Текст: электронный. – URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2111789> (дата обращения: 19.02.2025).

2. **Бернд А.** Что такое франчайзинг и в чем его плюсы для предпринимателя / А. Бернд. – Текст: электронный // Большой портал для малого бизнеса «Бизнес». – URL: <https://www.business.ru/article/1633-что-такое-franchayzing-prostyimi-slovami> (дата обращения: 19.02.2025).