

УДК 339.16

Комарова М.Е.,  
Полевничая И.Л.

## Специфика функционирования франчайзинговых сетей в туристском бизнесе

### АННОТАЦИЯ

В данной статье рассмотрены современные аспекты и проблемы развития франчайзинговой деятельности в регионах России, даны практические рекомендации по использованию системы франчайзинга как формы развития туристического бизнеса. Методологической основой исследования послужили методы экономико-статистического анализа. Обработка результатов исследования базируется на принципах системного подхода.

**Ключевые слова:** бизнес; услуги; туризм; франчайзинг; франчайзинговые сети.

Komarova M.E.,  
Polevnichaya I.L.

## Specific character of franchising networks functioning in the travel industry

### АБСТРАКТ

The article describes some modern aspects and problems of franchising development in Russia's regions and gives practical guidelines on the use of franchising as a form of tourism business development. Methodologically the study is based on the methods of economic and statistical analysis. The processing of results is based on the principles of the systemic approach.

**Keywords:** business; services; tourism; franchising; franchise network.

Развитие предпринимательства в условиях транснациональной экономики вызвало интенсивное развитие совместных форм организации бизнеса, которые предполагают широкое использование различных видов объединений и форм совместной деятельности. Для сферы услуг, которая весьма привлекательна для малого и среднего бизнеса, большой интерес представляет такая форма интеграции, как франчайзинг.

Франчайзинг подразумевает способ эффективного распространения товара, быстрое обучение предпринимателей практическим методикам и технологиям, необходимым для ведения прибыльного бизнеса. Для быстрорастущих рынков такой вид предпринимательства становится все более актуальным. Актуальность подобных исследований обусловлена объективной необходимостью раз-

вития франчайзинговой формы организации туристического бизнеса в России, разработки новых подходов к построению агентских сетей и важностью данного направления для сферы услуг конкретного региона.

В настоящее время франчайзинг является самым быстрорастущим методом организации бизнеса. В Белгородской области наблюдается возрастающий интерес к развитию бизнеса с использованием концепции франчайзинга. Количество организаций, заявивших о своем развитии в формате франчайзинга, возросло с 210 в 2011 году до 320 в 2013 г., что характеризует востребованность этого формата в регионе [9, с 12].

Рассмотрим структуру рынка франшиз в сфере услуг Белгородской области в 2013 году (рис. 1).

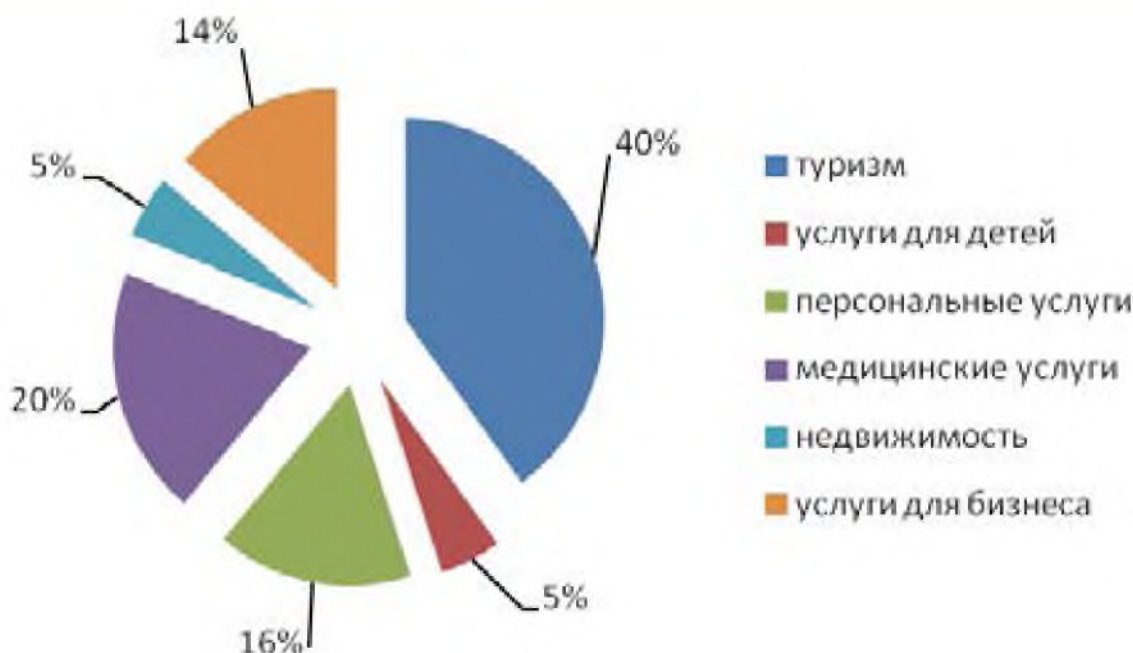


Рис. 1. Структура рынка франшиз в сфере услуг по Белгородской области в 2013 году  
The market structure of franchising in the services of Belgorod Region in 2013

Обозначим основные франчайзинговые сети в сфере услуг по Белгородской области (табл. 1).

Таблица 1

**Франчайзинговые сети в сфере услуг по Белгородской области 2013 г.**  
Franchising networks in the service industries of Belgorod Region in 2013

№ п/п	Сектор услуг	Франчайзинговая сеть
1.	Туризм	«Магазин горящих путевок»; «Велл»; «Интурист»; «Глобал тревэл»; «Росс-Тур», Бюро путешествий «Кенгуру», «Tez tour», «Coral travel»
2.	Гостиничный бизнес	«Амакс Конгресс отель»
3.	Ресторанный бизнес	«McDonald's»; «Шоколадница»
4.	Услуги для детей	«Гулливвер»
5.	Персональные услуги	«Слимклуб»; Салон красоты «Баттерфляй»; «Планета фитнес»; Салон красоты «Инфанта»
6.	Медицинские услуги	«Аптека 36.6»; «Дента Вита»; «Зеленая аптека»; «Лавка жизни»; «Инвитро».
7.	Недвижимость	«Эксперт»
8.	Услуги для бизнеса	«1с предприятие»; «Евросеть»; «Принт сервис».

Рост количества франшиз в области происходит и в таких секторах рынка как одежда и обувь, торговля мебелью («Шатура», «Феликс», «Диваны и кресла»), спорттовары, кафе («Шоколадница», «Кислородный бар», «Планета Суши») [9, с. 12].

Как видно из рисунка 1, в структуре рынка франшиз в сфере услуг по Белгородской об-

ласти определена положительная динамика в развитии туристского сектора. Туристские услуги в Белгородской области занимают 40% в структуре франшиз, оказывающих услуги населению.

Белгородская область имеет структуру экономики, благоприятную для интенсивного роста франчайзинговых сетей в туризме и

как следствие устойчивого развития региона. На данный момент на рынке туристских услуг Белгородской области представлены следующие франчайзинговые туристские сети: «Магазин горящих путевок», «Велл», «Интурист», «Глобал тревэл», «Роза ветров», Сеть Бюро путешествий «Кенгуру».

Агентская сеть «Магазин Горящих Путевок» («МГП») появилась во многих городах России в начале 1990-х годов. План маркетинга ориентировался на следующую формулировку «Ехать отдыхать без оплаты стоимости дороги понравится каждому». На данный момент сеть «Магазин Горящих Путевок» объединяет 185 офисов, из них 59 в Москве,

остальные в регионах, в том числе и Белгородской области.

Сеть «Велл» была организована теми же предпринимателями, которые сформировали сеть «Магазин Горящих Путевок» в 2003 г. Стоимость франшизы «Велл» дешевле франшизы «МГП» – по первоначальному взносу и по роялти. Таким образом, туроператор пытался завлечь на рынок дополнительных участников. В настоящее время компания по праву считается одним из ведущих туроператоров России, в сеть входит 70 офисов. За последние десять лет сеть «Велл» динамично развивается (рис. 2).

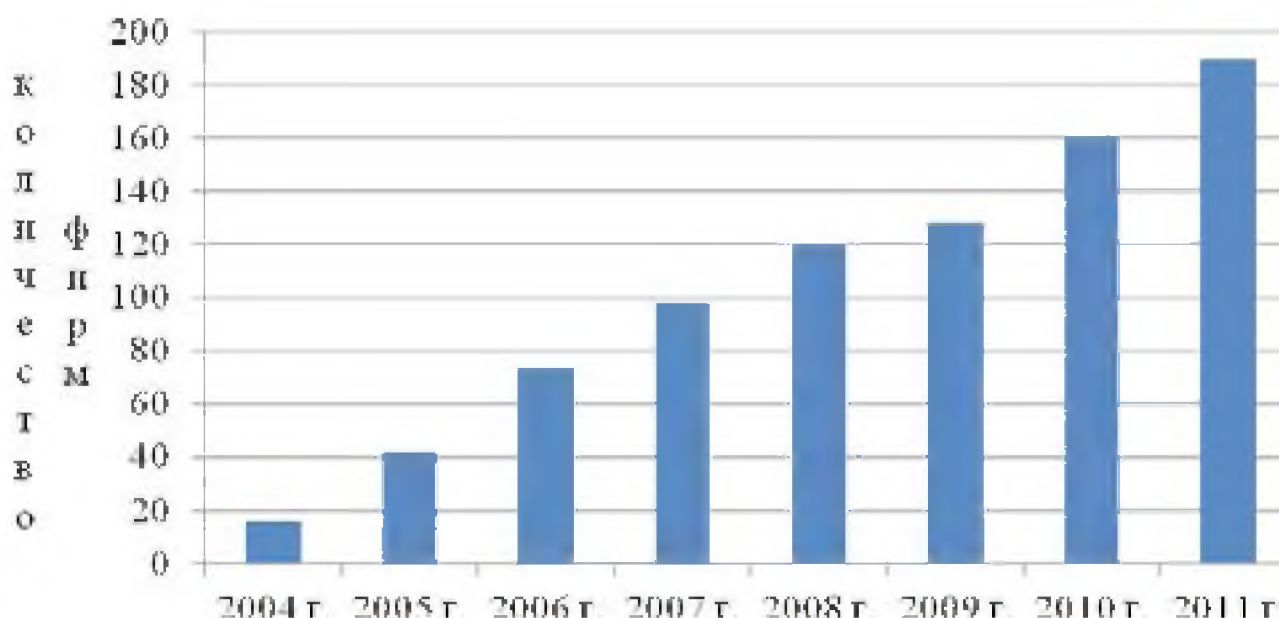


Рис. 2. Динамика развития сети «Велл»  
The dynamics of The Well network development

Компания отправляет на отдых более полумиллиона туристов в год. Осуществляются программы авиаперевозок на charterной и регулярной основе из всех аэропортов Москвы и более чем из 25 городов Российской Федерации. В связи с расширением деятельности ежегодно открываются новые офисы.

Вступая во франчайзинговую сеть агентств пляжного отдыха «Велл», франшизополучатель обретает следующие преимущества:

- принадлежность к известной торговой марке;
- доверие клиентов;
- повышенная комиссия туроператоров (доход с продажи тура у агентства «Велл» в среднем на 20 – 30% выше, чем у «оди-

ночной» фирмы);

- собственный каталог лучших сезонных предложений;
- обучение менеджеров;
- интернет-сайт со встроенной поисковой системой;
- программа службы поддержки граждан за рубежом;
- реклама в печатных изданиях и на интернет – сайтах;
- единая справочная служба call – центр;
- консультативная юридическая поддержка;
- консультации при решении конфликтных ситуаций с туроператорами и туристами;
- помощь в подборе и тестировании персонала;

- дизайнерские услуги;
- централизованный заказ сувенирной продукции.

Можно отметить основные преимущества Сети агентств пляжного отдыха «Велл»: применение Интернет-технологий для общения с партнерами, клиентами, упрощение бизнес-процессов, широкая сеть франчайзи-офисов, относительная независимость и хорошая поддержка их от франчайзера, создание новых каналов взаимодействия с внешней средой фирмы, что дает больше информации о ней и создает возможность появления неограниченного числа новых партнерских отношений.

Другим ведущим сетевым оператором на туристском рынке России является ЗАО «Интурист». История развития его началась в 1929 г. За годы существования ЗАО «Интурист» ежегодно обслуживал более 400 тысяч иностранных и российских туристов, являясь лидером в сфере въездного туризма России (доля компании в этом секторе отечественного туристского рынка около 10%). С предложением франчайзинга «Интурист» вышел на рынок недавно. По данным статистики на начало 2013 года, «Интурист» объединяет 11 зарубежных, 57 региональных дочерних предприятия, в том числе и Белгородской области, 25 офисов продаж в Москве и 10 франчайзинговых агентств. Доля франчайзинговых офисов в общем их количестве составляет 31% [3, с. 15].

Известная туристская компания «Глобал тревэл» на рынке туристских услуг осуществляет свою деятельность с 1991 года. В дан-

ной агентской сети 21 собственный офис и 49 франчайзинговых (всего 70 офисов в разных регионах, включая Москву). Доля франчайзинговых офисов составляет 70% в их общем количестве. Это самый высокий показатель среди всех исследуемых сетей. «Глобал тревэл» - это одна из крупнейших сетевых компаний на российском туристском рынке.

Развивающаяся сеть «Горячие туры» образовалась в 2002 году на базе минимального количества дружеских агентств. В настоящее время объединяет 151 офис продаж: 60 московских, 17 в области, 23 в Санкт-Петербурге и области, в других регионах – 51, в том числе на территории Белоруссии. Самый крупный региональный туроператор родом из Белгородской области – сеть Бюро путешествий «Кенгуру». Работает с 2004 года, главный офис находится в г. Старый Оскол, филиалы – в Белгороде, Губкине, Чернянке, Алексеевке и Новом Осколе. Размер финансового обеспечения – 30 миллионов рублей. Агентства, вошедшие в сеть, стремятся поддерживать высокий уровень качества обслуживания клиентов, который является визитной карточкой всей компании.

Рассмотрим условия вступления турагентов в туристские сети России (табл. 2). Главным недостатком франчайзинга является обязательность учета интересов партнера – крупной компании, необходимость регулярных отчислений не от прибыли, а от объема продаж, которая может поставить держателя лицензии в трудные финансовые условия.

Таблица 2

**Условия вступления турагентов в туристские сети России**  
*Conditions for tour agents entering tourism networks in Russia*

Название сети	Первоначальный взнос	Франчайзинговые платежи (региональные)
«Магазин горящих путевок»	–	\$3,6–7,5 тысяч
«Горячие туры»	\$400	\$180 (в высокий сезон), \$120 (в низкий сезон)
«Глобал тревэл»	–	при нахождении в сети 3 месяца – 6500 руб., за 6 месяцев – 11700 руб., в течении года – 21600 руб.
ЗАО «Интурист»	\$1000	от 8000 руб.–25000 руб.
«Велл»	–	от 2000руб. – 12 000 руб./мес.
Сеть Бюро путешествий «Кенгуру»	–	3000 руб.

Согласно данным табл. 2, видно, что ряд компаний отказался от введения первоначальных франчайзинговых взносов, а именно «Велл» «Глобал тревел». ЗАО «Интурист» предложило максимальный взнос в \$1000. За получаемые деньги управляющие компании разных сетей предоставляют разный набор услуг. Главное – это использование своей торговой марки. К стандартным услугам относятся: реклама, предоставление поисковой системы по турам, юридическая поддержка в спорах с туристами и туроператорами, повышенная комиссия, информационная поддержка (обучение, консультации), помощь в организации бизнеса. В сети «Интурист» большинство этих услуг уже включены во франчайзинговые платежи. Преимуществом является возможность подключения терминалов АСБ «Габриэль», «Сирена», «Амадеус», иных терминалов для продажи железнодорожных и авиабилетов – при условии заключения субагентского договора; сотрудничество при продаже железнодорожных и авиабилетов без подключения специального оборудования по договорам комиссионного вознаграждения; обучение, участие в семинарах по странам.

Кроме турагентств, в Белгородской области существуют гостиницы, осуществляющие свою деятельность по договору франчайзинга. Примером такой гостиницы является отечественная сеть «АМАКС Конгресс Отель». Данную сеть от иностранных франчайзинговых сетей отличает «знание региональной специфики и гибкий подход». Сеть отелей «Амакс» является одной из трех крупнейших гостиничных сетей России. Основное направление развития сети отелей «Амакс» - реконструкция старых гостиниц в крупных городах России, в том числе и г. Белгород. Это современный бизнес-отель высокого класса, который предлагает гостям широкие возможности для организации и проведения деловых мероприятий, полноценный отдых. Расположение и инфраструктура отеля соответствуют договору франчайзинга.

Анализируя рынок франчайзинга в туризме Белгородской области, следует отметить, что потенциальные возможности для внедрения франчайзинга в регионе велики, однако данная форма ведения бизнеса недооценена и находится на стадии формирования спроса. На рынке услуг преобладают отечественные франшизы.

Текущее состояние франчайзинговой деятельности по Белгородской области объясня-

ется общими тенденциями, происходящими на рынке, а именно:

- изменением политической ситуации в мире;
- высоким курсом иностранной валюты;
- крахом крупнейших туроператоров России;
- снижением объемов закупок импортных товаров;
- развитием собственного производства;
- ростом потребительской активности;
- изменениями тенденций в моде;
- высоким уровнем конкуренции и т.д.

Отставание сектора услуг от других секторов экономики в предыдущий период времени в Белгородской области во многом связано с общероссийскими тенденциями в сфере услуг с точки зрения франчайзинга. Это оправдано более длительным и сложным характером разработки концепции и системы франчайзинга в фирмах, оказывающих услуги населению. Нематериальный характер услуги требует разработки стандартов по всем этапам процесса оказания услуги, широкого спектра критериев оценки качества менеджмента и профессионализма сотрудников, непосредственно работающих с потребителями услуги. Однако обозначенным проблемам не уделяется достаточного внимания компетентными структурами, как на федеральном, так и на региональном уровнях.

В ближайшее время, по прогнозам экспертов, на территории Белгородской области можно ожидать увеличения числа франчайзеров и, особенно, франчайзи. Главными причинами роста рынка франчайзинга в 2013 г. и в последующие годы в Белгороде будут следующие:

1. По данным Белгородстата уровень зарегистрированных безработных в процентном соотношении к численности экономически активного населения на 1 июля 2013 года составил 1,25. При таких условиях ожидается рост рынка франчайзинга. Ведь покупка франшизы позволяет основать собственный бизнес под брендом уже известной в стране или даже в мире организации. Таким образом, население, оставшееся без работы, все больше заинтересовывается созданием собственного дела и рассматривает франчайзинг как перспективный вариант ее внедрения, потому что бизнес по франчайзингу имеет гораздо больше шансов на успех, чем самостоятельное учреждение предприятия.

2. Намечилась тенденция уменьшения индекса промышленного производства в 2011 г. к 2010 году в сопоставимых ценах индекс со-

ставил 106,7%, в 2012 г. 104%. Следовательно, в настоящее время экономика Белгородской области находится в стадии рецессии (некритический спад производства), в то время как рынок франчайзинга растет. Ведь франчайзинг охватывает почти все сферы экономики, к которым относятся и те, которые при любых экономических условиях будут прибыльными, например, фармацевтика, туристские услуги, услуги общественного питания и т.п.

3. Незначительное увеличение стоимости недвижимости и арендной платы. При таких условиях основание бизнеса на условиях франчайзинга создает дополнительные преимущества, основным из которых является выгодные начальные капиталовложения.

Ожидается значительное увеличение использования франчайзинга по следующим направлениям деятельности: услуги в области спорта и здоровья; розничная реализация товаров длительного пользования; услуги в сфере информационных технологий; гостиничный бизнес; туристический бизнес.

Анализируя тенденции развития деятельности франчайзингового предпринимательства в Белгородской области, следует отметить динамичность и успешность внедрения франчайзинговых схем в большинство секторов предпринимательства, однако существует ряд региональных проблем, характерных для этого бизнес-формата, а именно:

- отсутствие у потенциальных франчайзи необходимого стартового капитала;
- отсутствие необходимой инфраструктуры для франчайзинга;
- отсутствие региональных программ поддержки франчайзи;
- недостаточная информированность будущих предпринимателей о возможностях ведения бизнеса в формате франчайзинговых соглашений;
- высокие арендные платежи.

Все перечисленные выше проблемы затрудняют использование франчайзинга в экономике Белгородской области. Преодоление названных отрицательных факторов позволит более быстрыми темпами и на более высоком уровне развивать бизнес на основе франчайзинга и в целом улучшит позиции предпринимательства в регионе. В частности, для этого необходимо:

- создание законов о франчайзинге;
- включение системы развития франчайзинга в правительственную программу поддержки малого предпринимательства;

- разработка местной программы поддержки малого предпринимательства, системы развития франчайзинга с предоставлением грантов;
- создание органа контроля деятельности рынка франчайзинга;
- наличие льготных условий аренды торговых и производственных площадей для приобретателей франшиз, расширение возможностей для их долгосрочной аренды, лизинга или приватизации;
- построение государственно-партнерских отношений в франчайзинговых системах;
- организация конференций, форумов и семинаров, посвященных развитию и внедрению франчайзинга;
- создание программы обучения для подготовки специалистов в сфере франчайзинга, сети учебно-консультационных центров по франчайзингу;
- привлечение в Белгородскую область крупных инвесторов и мировых лидеров франчайзинга;
- создание франшиз региональными предпринимателями;
- продвижение региональных продуктов за пределы области;
- создание преференций в области налогообложения для франчайзи, особенно на первых этапах развития бизнеса;
- строительство новых торговых площадей и предприятий гостиничного и ресторанного бизнеса.

Прогнозируя развитие франчайзинга в Белгородской области, необходимо отметить, что в области в ближайшее время следует ожидать увеличения интереса к рассматриваемой форме открытия и развития бизнеса.

Интерес со стороны физических лиц – потенциальных предпринимателей, будет обусловлен ростом реальных доходов и возможностями формирования накоплений с последующим их использованием для открытия компаний. Данное утверждение подтверждается также тем, что по свидетельству ряда ученых – социологов наблюдается стремление активной части населения к открытию своих малых предприятий, способных обеспечить постоянный источник доходов, а в будущем, возможно, изменить социальный статус предпринимателя. Подобное явление в макросоциальном плане в ближайшие несколько лет способно заметно увеличить численность среднего класса и укрепить экономику России.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Балахонцев А.А. Формирование инфраструктуры франчайзингового бизнеса в России. М.: КНОРУС, 2009. 63 с.
2. Васильева Е.Н. Франчайзинг. Коммерческая концессия. Киев.: Харьков, 2013. 40 с.
3. Васильев Н.М. Франчайзинг и особенности его развития в России. М.: Финансы, 2011. 29 с.
4. Власова Л.Н. Франчайзинг: рецепт готового бизнеса. М.: Вершина, 2010. 113 с.
5. Волков А.С. Искусство финансирования. Выбор оптимальных схем. М.: Экономика и жизнь, 2010. 523 с.
6. Дельтей Ж. Франчайзинг. La franchise commerciale. Серия: Школа бизнеса. СПб.: Нева, 2003 г. 128 с.
7. Довгань В.В. Франчайзинг: путь к расширению бизнеса. Минск.: Польша, 2011. 50 с.
8. Ковалева Л.Ф. Франчайзинг, как форма инфраструктурного обеспечения малого предпринимательства в регионе. М.: Экономика и управление, 2011. 48 с.
9. Статистика франчайзинга в России и за рубежом: материалы Все-российской науч.-практ. конференции. Белгород, 20–21 апр. 2012 г. / В. К. Назаров, В. Ю. Степанов, Л.В. Юдин и др.; науч. ред. и сост. П.Е. Першпективная. Белгород: БУПК, 2011. 31 с.
10. Сорокина Т.А. Франчайзинг в розничных сетях. Управление компанией. № 8. 2009. С. 8-10.

## REFERENCES

1. Balakhontsy A.A. *Formation infrastructure franchising business in Russia*. MM: KNORUS, 2009. 63 p.
2. Vassiliev E.N. *Franchise. Commercial concession*. Kiev Kharkov, 2013. 40 p.
3. Vasiliev N.M. *Franchise and especially its development in Russia*. M.: Finance, 2011. 29 p.
4. Vlasova L.N. *Franchising: recipe ready business*. M.: Vertex, 2010. 113 p.
5. Volkov A. *Arts funding. Selection of optimal schemes*. M.: Business and Life, 2010. 523 p.
6. Delta J. *Franchising. La franchise commerciale*. Series: School of Business. SPb.: Neva, 2003 128 p.
7. Dougan V.V. *Franchising: a way to expand the business*. Minsk.: Polymya, 2011. 50 p.
8. Kovaleva L.F. *Franchising as a form of infrastructural support of small business in the region*. M.: Economics and Management, 2011. 48 p.
9. Statistics of franchising in Russia and abroad: Materials of All-Russian scientific-practical. conference. Belgorod, 20-21 April. 2012 / V.K. Nazarov, V. Stepanov, L.V. Yudin et al.; scientific. Ed. and comp. PE perspektivnaya. Belgorod: BUPK, 2011. 31 p.
10. Sorokin T.A. *Franchising in retail chains. Management of the company*. № 8. 2009. pp 8-10.

## ДАнные ОБ АВТОРАХ

**Комарова Марина Евгеньевна,**  
доцент, кандидат географических наук, доцент  
Белгородский государственный национальный  
исследовательский университет (НИУ «БелГУ»)  
ул. Победы, д. 85, г. Белгород, 308015, Россия  
E-mail: komarova@bsu.edu.ru

**Полевничая Инна Леонидовна,**  
начальник отдела туризма ООО «ВИЗИТ»,  
ул. Попова 34, офис 38, г. Белгород, РФ.  
E-mail: ooovizit@mail.ru

## DATA ABOUT THE AUTHORS

**Komarova M.E.,**  
Associate Professor, PhD in Geography,  
Belgorod State National Research University  
85, Pobedy St., Belgorod, 308015, Russia  
Belgorod State University, Pobedy ave., D.85 Belgorod,  
Russian Federation  
E-mail: komarova@bsu.edu.ru

**Polevnychaya I.L.,**  
head of the department of tourism of "visits",  
Ltd «Vizit»,  
34, Popova St., office 38, Belgorod, Russia.  
E-mail: ooovizit@mail.ru

## Рецензент:

**Нежелъченко Е.В.,** доцент, кандидат экономических наук,  
Белгородская государственная сельскохозяйственная академия имени В.Я. Горина