

УДК 338

## ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ФРАНЧАЙЗИНГА В ТУРАГЕНТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ Г. КЕМЕРОВО

Д.А. Чечнева, студент гр. СТт-101, V курс

Научный руководитель: О.Н. Кавкаева, ст. преподаватель

Кузбасский государственный технический университет имени Т.Ф. Горбачева

Туристический рынок России растет. Вместе с ним растет и количество предпринимателей, желающих открыть собственное дело в сфере туризма. Купить франшизу турагентства при этом кажется одним из самых простых и логичных способов достижения цели на данный момент. Предложений хватает – на сегодняшний день для большинства игроков рынка франчайзинг является приоритетным направлением развития.

Франчайзинг в турбизнесе – явление весьма распространенное: по этой схеме работает более одной десятой всех российских турфирм. Популярность данной модели ведения бизнеса легко объяснима: для предпринимателя, желающего работать в области туризма, это одна из самых простых и понятных схем «вставания на ноги», начать работать по которой можно практически с нуля – без опыта на рынке и при минимальном вложении средств. В свою очередь, и для продающих себя брендов франчайзинг крайне выгоден – успешно привлекая агентства в городах страны, можно провести быструю экспансию в регионах и завоевать региональные рынки, а значит – увеличить прибыль, как прямую, так и косвенную. Впрочем, как и любая бизнес-схема, франчайзинг имеет как плюсы, так и минусы, о чем напрямую свидетельствует тот факт, что большинство агентств все же не входит ни в одну сеть, предпочитая работать под собственной маркой.

Франчайзинг – это партнёрский бизнес, в котором один из партнёров – давно и уверенно ведущая своё дело компания (франчайзер), а другой партнёр – начинающий предприниматель (франчайзинг). Это возможность начать свое дело с гарантией успеха, благодаря поддержке франчайзера. [1]

Франчайзинг дает франчайзеру возможность развивать свою сеть и продвигать свою торговую марку при ограниченных собственных средствах. За счет данного вида деятельности франчайзер «приближается к потребителю». Ко всему прочему, у участников сети повышается чувство ответственности: если бы франчайзер выбрал традиционный путь развития с опорой на собственные ресурсы, то в его отделениях работали бы наемные сотрудники, чья заинтересованность в успехе предприятия имеет определенный предел. При развитии путем франчайзинга франчайзи, который является независимым предпринимателем, принадлежит весь доход от его предприятия, за исключением роялти, а успех его деятельности напрямую зависит от собственных усилий. [2]

На сегодняшний день в г. Кемерово зарегистрировано 224 туристических организаций, из них 47 зарегистрированы в реестре туроператоров Кемеровской области. Система ведения бизнеса по системе франчайзинга представлена у 39 агентств, что составляет 17,41 % от общего количества фирм.

В г. Кемерово представлены фирменные офисы туристических операторов, организующих полетную программу из Сибирского региона такие как: «Sunmar», «Coral Travel», «Anex Tour» «Pegas Touristik», а также представлено единственное агентство, работающее под франшизой туроператора «Sunraise». Общее количество таких агентств – 24 фирмы. Лидирует на рынке г. Кемерово – «Pegas Touristik». У туристического оператора представлено 14 точек продаж в городе. Второе место занимает «Anex Tour» - 4 фирменных офиса. Третье место занимает «Coral Travel», который представил 3 фирменных точки в г. Кемерово. На четвертом месте располагается «Sunmar». У компании на данный момент насчитывается всего лишь 2 фирменных офиса в г. Кемерово, но это достаточно хороший результат, т.к. система франчайзинга была запущена сравнительно недавно. В г. Кемерово первые предложения о франчайзинге от «Sunmar» появились летом 2014 года.

Основную долю рынка туристических агентств, работающих под системой франчайзинга, занимают всем известные туристические бренды: «1001Тур», «Банк Горящий Туров», «География», «Велл», «Путевка маркет», «Турлидер», «Мой Горящий Тур», «Роза Ветров» и «РоссТур». Количество данных агентств на рынке Кемерово составляет 16 фирм.

На рынке существует множество предложений о предоставлении франшиз в туроператорской деятельности. На рынке Кемеровской области представлены два основных вида франшиз.

Первый предлагают крупные сетевые туристические агентства, такие как «Магазин Горящих Путевок», «1001 тур», «География», «ВЕЛЛ», «Turlider» и прочие. Плюсы таких франшиз заключаются, прежде всего, в относительной свободе выбора туроператоров и продаже тур.

Второй тип – это франшиза туроператоров. Её предлагают такие компании как «Pegas Touristik», «Tez Tour», «TUI», «Coral Travel», «Натали Турс», «Sunmar» и другие. Как правило, большинство из них ставят условие своим партнёрам продавать только собственные путёвки и туры, а также арендовать под офисы определённые площади в определённых местах.

Таким образом, можно отметить, что франчайзинг получил распространение на рынке туруслуг г. Кемерово. Предприниматели выбирают данную форму ведения бизнеса, так как у них будет уже известный бренд, и, следовательно, возможность минимизировать затраты на рекламу. Каждый год на рынок нашего города приходят новые, неизвестные бренды и достаточно успешно встраиваются в его функционирование.

### **Список литературы:**

1. Ватутин, С. Клонирование бизнеса. Франчайзинг и другие модели быстрого роста. – СПб: Питер, 2013. – 192 с.
2. Информационный портал о бизнесе [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.openbusiness.ru/encyclopedia-of-franchising> (дата обращения 11.04.2015)