

UDC 330

## Franchise as a Way to Organize Travel Industry in Abkhazia

<sup>1</sup> Daut V. Adzhba<sup>2</sup> Sergey A. Bagretsev<sup>1</sup> Abkhazian State University, Republic of Abkhazia

1, Universitetskaya street, Sukhumi

student

<sup>2</sup> Abkhazian State University, Republic of Abkhazia

1, Universitetskaya street, Sukhumi

Dr. (economic), Professor

E-mail: absu1@mail.ru

**Abstract.** The contribution states the franchise system importance amid the financial crisis, which can be regarded as one of the ways to overcome crisis situations and develop tourism industry in Abkhazia.

**Keywords:** franchise; franchiser; franchise; startup capital.

В мире франчайзинг чаще всего представлен в сфере услуг: рестораны, гостиницы, магазины, туристические бюро, сервисные центры, автозаправки, рекламные агентства. Успех франчайзинга начался в 1970-х гг. и уверенно растет; сегодня в США франчайзинговые предприятия составляют более 3 % всей экономики, а в сфере услуг «контролируют» 35 % рынка.

Франчайзер – юридическое или физическое лицо, имеющее высокую репутацию на определенном рынке, собственный товарный знак и заключившее договор- франчайзинг с другим предприятием.

Франчайзи – юридическое или физическое лицо, которому предоставляют право на рынок товаров или услуг франчайзера в определенной области и территории на основе франчайзингового договора.

Франшиза – деловая концепция, разработанная для использования в пределах франшизной системы.

Роялти – периодические выплаты вознаграждения, установленные пропорционально показателям деятельности, согласованным сторонами договора.

Для экономики Абхазии франчайзинг является относительно новым явлением, в то время как в развитых странах он столетиями практиковался как средство обеспечения потребителей общества в различных услугах.

Франчайзинг можно рассматривать как соглашение, при котором производитель или единоличный распространитель продукта или услуги, защищенных торговой маркой, дает эксклюзивные права на распространение на данной территории своей продукции или услуг независимым предпринимателям (розничным торговцам) в обмен на получение от них платежей при условии соблюдения технологий производственных и обслуживающих операций.

Новым турагенствам в Абхазии, на сегодняшний день, очень сложно конкурировать с теми, кто уже давно работают в сфере туризма. Им необходимы большие средства для раскручивания фирмы. Для тех, кто стремится занять прочные позиции в данной нише с относительно небольшими капиталовложениями, целесообразно воспользоваться франчайзинговой системой.

Франчайзинг имеет как преимущества, так и недостатки.

Преимущества:

1) Уникальная возможность начать собственное дело. Даже абсолютно неподготовленный в предпринимательстве человек, желающий заняться бизнесом, может с высокой степенью надежности открыть собственное дело.

2) Получение готовой «ниши» в бизнесе. Франчайзи покупает готовый бизнес, завоевавший определенную нишу на рынке, зарекомендовавший себя с положительной стороны, опробованный всесторонне франчайзором на практике.

3) Использование известного товарного знака. Франчайзи покупает право пользоваться относительно известным, уважаемым, популярным брендом, фирменным знаком или стилем.

4) Помощь и поддержка. Франчайзор передает франчайзи комплект методических материалов в виде четких инструкций по оборудованию, материалам, поставщикам, системе сбыта, технологии ведения дела и проводит курс обучения для того, чтобы франчайзи мог в самые кратчайшие сроки начать свой новый бизнес и т.д.

Недостатки:

1) Нужен начальный капитал. Для того чтобы купить франшизу и начать работать, необходимо иметь начальный капитал.

2) Во франчайзинге меньше свободы, чем в обычном предпринимательстве. Существует категория людей, для которых предпринимательство в форме франчайзинга противопоказано из-за того, что они предпочитают самостоятельное принятие решений, болезненно воспринимают контроль над их деятельностью и требования, советы и указания своего «старшего» партнера, которые предусмотрены франшизным договором.

3) Франшизный бизнес нельзя «попробовать» и затем безболезненно бросить. Для абхазского малого предпринимательства характерна большая диверсифицированность деятельности. Типичным случаем является, когда предприниматель занимается сразу несколькими видами деятельности, так сказать «пробует их на успех». То, что не очень хорошо идет, отпадает само собой. Так путем естественного отбора возникает некая специализация малых предприятий. Франшизный договор обычно заключается на относительно большой срок – от нескольких лет до нескольких десятков лет, что не дает возможности «попробовать» и, если не понравилось, бросить без существенных материальных потерь.

Указанные три недостатка являются естественной платой за получение вышеназванных семи преимуществ.

Общий лозунг франчайзи можно определить следующим образом: «Иметь собственный бизнес, не будучи в одиночестве».

Франчайзинг в Абхазии не получил широкого распространения, хотя потенциальные возможности внедрения его достаточно широки. Основные проблемы сдерживания развития франчайзинга в нашей стране можно классифицировать по причинам их возникновения:

1) Экономические проблемы. Франчайзинг – экономический инструмент, и для его внедрения необходимы соответствующие экономические предпосылки, которые в Абхазии не сформировались либо вообще, либо частично. К данным проблемам можно отнести: нестабильность развития экономики Абхазии. Франчайзинговые схемы требуют стабильности и предсказуемости экономики; отсутствие у большинства предпринимателей – потенциальных франчайзи – необходимого стартового капитала для вхождения во франчайзинговую систему; сложность получения кредитов для создания стартового капитала;

2) Организационно-правовые проблемы. В Абхазии сдерживание развития франчайзинга происходит, прежде всего, в правовой сфере. Основные проблемы здесь, связаны с практически полным отсутствием правового обеспечения франчайзинга в стране;

3) Социально-психологические проблемы, среди которых выделяют: отсутствие отечественного опыта и боязнь провала у субъектов франчайзинговой системы – франчайзера и франчайзи; отсутствие должного уважения к интеллектуальной собственности; боязнь франчайзи потерять самостоятельность и собственное «лицо» предпринимателя и менеджера.

Рассмотренные проблемы нельзя анализировать изолированно, они тесно связаны и оказывают серьезное влияние друг на друга.

Франчайзинг – эффективная система, позволяющая новым турагентствам в кратчайшие сроки повысить свою репутацию и статус, а более крупным компаниям подтвердить свою значимость на рынке и приумножить капитал. Все это подчеркивает

значимость франчайзинговой системы в условиях кризиса, которую можно рассматривать как один из инструментов выхода из различных кризисных ситуаций и развития туристической отрасли в Абхазии.

**Примечания:**

1. Александрова А.Ю. Международный туризм. М., 2007; Романова Г.М., Нубарян Г.Д. Показатели туристского центра мирового уровня // Вестник СГУТиКД. 2007. № 1–2. С. 13–24.
2. Ардзинба А.А., Джинджолия А.А. Социально-экономическая стратегия развития РА. М., 2009.
3. Шалашаа З.И. Государственное регулирование национальной экономики. М., 2008.

УДК 330

**Франчайзинг, как один из способов организации туристского бизнеса в Абхазии**

<sup>1</sup> Даут Владимирович Аджба

<sup>2</sup> Сергей Алексеевич Багрецев

<sup>1</sup> Абхазский государственный университет, Республика Абхазия  
г. Сухум, ул. Университетская, 1  
студент

<sup>2</sup> Абхазский государственный университет, Республика Абхазия  
г. Сухум, ул. Университетская, 1  
Доктор экономических наук, профессор  
E-mail: absu1@mail.ru

**Аннотация.** В данной работе подчеркивается значимость франчайзинговой системы в условиях кризиса, которую можно рассматривать как один из инструментов выхода из различных кризисных ситуаций и развития туристической отрасли в Абхазии.

**Ключевые слова:** франчайзинг; франчайзер; франшиза; франчайзи; начальный капитал.