

УДК 334.02

ФРАНЧАЙЗИНГ В ТУРИСТИЧЕСКОМ БИЗНЕСЕ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

© **Пивоваров Александр Николаевич**, кандидат экономических наук, доцент,
Бурятский государственный университет
Россия, 670000, г. Улан-Удэ, ул. Смолина, 24а
E-mail: panbgu@yandex.ru .

© **Очирова Яна Андреевна**, студент,
Бурятский государственный университет
Россия, 670000, г. Улан-Удэ, ул. Смолина, 24а
E-mail: yana1394@gmail.com

Формирование новой модели туристического бизнеса Республики Бурятии, обеспечивающая согласованное взаимодействие государственных, научных и коммерческих структур, на основе принципов государственного — частного партнерства.

Ключевые слова: Республика Бурятия, франчайзинг, государственное — частное партнерство.

В рыночной экономике повышение региональной управляемости, весьма актуально. Концепция нового государственного менеджмента предполагает возможность применения бизнес — технологий в государственном и муниципальном управлении, где активно используются рыночные механизмы, программно — целевой метод, стратегический менеджмент и другие инструменты бизнеса. Упрочение связей между органами государственного и муниципального управления позволит консолидировать усилия всех уровней власти, направленные на социально — экономическое развитие, более эффективно устранять возникшие противоречия, развивать муниципальное образование в интересах жителей всего региона, получая синергетический эффект от совместного развития. Некоммерческий характер деятельности обеспечивает нейтралитет и беспристрастность, возможность конструктивного диалога всех заинтересованных сторон. Организация такой структуры позволит установить баланс между удовлетворением научно — исследовательской потребности туристов и стабильным экономическим развитием региона. Позволит вовлечь инфраструктурные туристические объекты в коммерческий оборот.

Основными принципами функционирования такой структуры должно быть:

- принцип согласования, заключающийся в необходимости взаимодействия трех основных субъектов (органов власти, научного сообщества и коммерческих структур.

- принцип саморегулирования и самоокупаемости, заключается в том, что любая туристическая дестинация ориентирована на собственную целевую

аудиторию и функционирует как самостоятельная социально — экономическая система.

– принцип администрирования, заключается в осуществлении управления единым органом, включающим представителей государственной власти, представителей коммерческих структур, научных сотрудников и экспертов.

Такой структурой может стать франчайзинговая компания (рис. 1).

Франчайзинг — это способ организации и развития системы управления регионом, при котором администрация региона передает администрациям муниципальных образований право оказывать государственные и муниципальные услуги посредством системы управления, а также технологии, информационные и иные ресурсы.

Франчайзинг практикуется во всех экономически развитых государствах, где он обеспечивает значительные доли национального продукта и занятости. Эффект достигается путем единовременного государственно — муниципального воздействия на те сферы жизнедеятельности, которые требуют приоритетного внимания в данный период времени. Данный механизм способен решать многие экономические и финансовые проблемы как отдельных компаний и предпринимателей, так и региона в целом. Деятельность франчайзинговой компании направлено, в том числе и на привлечении более широкого круга субъектов и их результативного взаимодействия.

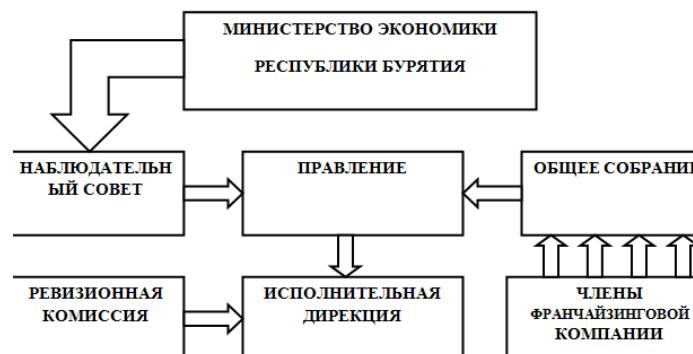


Рис. 1. Организационная структура франчайзинговой компании Республики Бурятия

Применение франчайзинга в качестве инструмента развития региональной системы, позволяет привлечь дополнительные ресурсы (финансовые, трудовые, материально — технические и пр.) и найти альтернативные источники финансирования для текущей деятельности и конкретных мероприятий.

Эффективное функционирование франчайзинговой компании основанное на принципах государственного — частного партнерства обусловлено разделением функциональной нагрузки между участниками научного туризма. Применение франчайзинга в качестве инструмента региональной системы в туристическом бизнесе, позволит разделить функциональные нагрузки между

участниками и на этой основе достичь наиболее эффективного его управления, а именно:

– научное сообщество — отвечает за проведение научных исследований и участие в формировании туристического продукта. Развитие существующих и формирование новых — неосвоенных территорий функционирования научного туризма, совершенствование механизмов взаимодействия, включая организацию государственных и научных учреждений, высших учебных заведений в подготовке кадров (в частности синхронных переводчиков), малых предприятий в целях сохранения имеющегося наследия региона и

производства комплексного туристического продукта.

– партнёры — отвечает за организацию научных мероприятий, обеспечивая комплексную её подготовку, в том числе: управление бюджетом, рекламно — информационную поддержку, услуги секретариата и общую координацию. В состав партнёров могут входить: гостиницы, рестораны, транспортные компании, международный аэропорт.

– органы власти — за формирование положительного имиджа республики, стимулирование внебюджетного финансирования, создание институциональных и правовых условий для развития инвестирования в проекты и программы региона.

Взаимодействие органов власти с другими структурами в рамках франчайзинговой компании будет осуществляться через наблюдательный совет.

Таблица 1

Источники и результаты франчайзинговой компании научного туризма

Источники средств	Возможные представители	Результаты франчайзинга
Бюджет Республики Бурятия	Правительство Республики Бурятия	– выделение денежных средств в рамках республиканских целевых программ.
	Администрация г. Улан-Удэ и муниципальных образований.	– выделение денежных средств. – оказание услуг.
Внебюджетные средства		
Коммерческие структуры		– инвестирующие и спонсирующие строительство туристических объектов.
Международные, национальные, местные фонды	Фонд развития Республики Бурятия	– информационная, методическая и консультационная поддержка.
Научно-исследовательские организации и высшие учебные заведения.	Бурятский научный центр. Бурятский государственный университет. Восточно — Сибирский государственный универ-	– проведение научных исследований. – подготовки переводческих кадров – разработка и подго-

Источники средств	Возможные представители	Результаты франчайзинга
	ситет технологии и управления. Бурятская сельскохозяйственная академия; Восточно — Сибирская государственная академия культуры и искусств.	товка документации по развитию территорий. – поддержка по охране природного наследия и биоразнообразия. – содействие подготовки кадров для природоохранной и туристической деятельности. – предоставление оборудования и приборов.
Физические лица	Инвесторы; Волонтеры; Меценаты.	– выделение денежных средств. – время волонтеров. – предоставление товаров и услуг.

В структуру франчайзинговой компании, должны входить:

профессиональные организаторы научных мероприятий — компании, которые обеспечивают комплексную подготовку, включая управление бюджетом, рекламно — информационную поддержку, услуги секретариата и общую координацию. Оказание определенного набора услуг для планирования международных мероприятий на бесплатной основе является одной из важнейших функций франчайзинговой компании. На современном рынке международных встреч полнота и качество этих услуг являются одним из решающих факторов при выборе места проведения. В набор этих услуг входит: предоставление информационных материалов, культурно — развлекательных возможностях города; предоставление информации и содействию в выборе поставщиков услуг; предварительная аренда залов и бронирование гостиничных номеров; составление пакета документов по проведению научного мероприятия, а в некоторых случаях с предоставлением предварительного бюджета.

Предлагаемая структура франчайзинговой компании позволит:

- расширить возможности Республики Бурятии по продвижению своего туристического потенциала, не только на внутреннем, но и на международных рынках туристических услуг;
- привлечь широкий круг участников туристического рынка;
- привлечь органы власти всех уровней республики через наблюдательный совет.

Ресурсные возможности Республики Бурятию позволяют при соответствующем уровне развития туристской инфраструктуры увеличить прием российских и иностранных туристов в несколько раз.

Литература

1. Концепция федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2016 годы)» (утв. распоряжением Правительства РФ от 19 июля 2010 г. №1230-р)
2. Закон РБ от 14.03.2011 № 1903-IV «О Программе социально-экономического развития на период до 2020 года»
3. Биржаков М.Б. Индустрия туризма / М. Б. Биржаков. М.: Герда, 2012.
4. Боголюбов В.С. Экономика туризма: учеб. пособие / В.С. Боголюбов. М.: Академия, 2013.
5. Дурович А. П. Организация туризма: учеб. пособие / А.П. Дурович, Г.А. Бондаренко, Т.М. Сергеева. — Минск : Новое знание, 2014.
6. Пивоваров А.Н. Очирова Я.А. «Некоторые проблемы туристического кластера Республики Бурятия и пути их решения» // Вестник Бурятского государственного университета. Сер. Экономика, Право, Экономика. Улан-Удэ, 2012. Вып. 2.
7. Пивоваров А. Н., Васильев А. В. Проблемы кадров в туристской отрасли Республики Бурятия // Вестник Бурятского государственного университета. Сер. Экономика, Право, Экономика. Улан-Удэ, 2012. Вып. 2.
8. Кряжев Е. Туризм в Бурятии // Байкал Медиа Консалтинг
9. e-baikal.ru
10. Наговицын В. В. Бурятию уже нельзя назвать депрессивным регионом. URL: <http://www.baikaltravel.ru> (дата обращения 16.10.2015)

FRANCHISING IN THE TOURISM BUSINESS: PROBLEMS AND PROSPECTS

Pivovarov Aleksandr Nikolaevich, candidate of economic sciences,
Buryat State University
24a Smolina st., Ulan-Ude, 670000 Russia
E-mail: panbgu@yandex.ru .

Ochirova Yana Andreevna, Student,
Buryat State University
24a Smolina st., Ulan-Ude, 670000 Russia
E-mail: yana1394@gmail.com

Formation of a new model of tourism business of the Republic of Buryatia, ensure coordinated cooperation between government, academic and commercial structures, based on the principles of public — private partnership.

Keywords: Republic of Buryatia, franchising, public — private partnership.