

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye->

%D0%BD%D0%B0%D1%8F%20%D0%BA%D0%B2%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D1%84%D0%B8%D0%BA%D0%B0%D1%86%D0%B8%

Тип работы: ВКР (Выпускная квалификационная работа)

Предмет: Коммерция

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ 7

Глава 1. Теоретические основы формирования системы франчайзинга. 9

1.1. Основные понятия франчайзинга, его виды, правовое регулирование 9

1.2. Современное состояние франчайзинга на российском рынке 16

1.3. Особенности организации франчайзинга в розничной торговле 24

Глава 2. Исследование и оценка отношений франчайзинга предприятия розничной торговли ИП Иванова М.В. 34

2.1. Организационно-экономическая характеристика предприятия 34

2.2. Анализ внутренней и внешней среды торгового предприятия 45

2.3. Анализ и оценка эффективности отношений франчайзинга предприятия 49

Глава 3. Разработка рекомендаций по развитию и повышению эффективности отношений франчайзинга предприятия розничной торговли ИП Иванова М.В. 55

3.1. Мероприятия по повышению эффективности деятельности торгового предприятия на основе отношений франчайзинга 55

3.2. Оценка экономической эффективности предложений 63

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 66

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ 69

ПРИЛОЖЕНИЯ 73

франшизы сопровождают подводные камни, крайне мало открытой информации. Вторая проблема гораздо проще — нехватка помещений, которые соответствуют требованиям франчайзеров.

Лидирующую позицию традиционно занимает торговля — доля франшиз в этой сфере свыше половины рынка. Вторая по величине сфера — проекты в сфере общепита. Далее следуют франшизы в сфере услуг, бытового обслуживания, ремонта автомобилей, здравоохранения. Специалисты прогнозируют рост франшиз в области сервиса и B2B. Примечательно, что внимание на франшизы начали обращать госслужащие. Недавно было выдвинуто предложение внедрить систему франшиз в сферу ЖКХ, что может стать первым шагом в реорганизации этой отрасли.

В масштабах нашей страны региональное распределение франшиз имеет особое значение для развития экономики в регионах. На фоне экономически успешных Москвы и Санкт-Петербурга развитие франчайзинга становится особенно важно в крупных городах: Нижний Новгород, Ростов-на-Дону, Пермь, Волгоград, Красноярск, Воронеж, Новосибирск, Екатеринбург и других городах-миллионниках. Развитие франшиз в относительно небольших регионах — вопрос времени.

Доля международных проектов продолжает снижаться и уже составляет 14%. Географическое распределение российских франчайзеров выглядит следующим образом :

Москва – 19%

Санкт-Петербург – 10%

Регионы – 71%

Увеличилось число региональных проектов, вследствие чего значительно поменялась географическая структура рынка франчайзинга.

За 2020 год изменилась структура предложений франшиз в сторону увеличения доли более бюджетных проектов до 1 млн. рублей. Большинство франшиз, которые выходили на рынок в 2020 году, принадлежат к сегменту до 3 млн. рублей. Высокостоимостные франшизы практически не появлялись. При этом многие франшизы вводили усеченные форматы со сниженными инвестициями для увеличения количества продаж. Таким образом, в 2020 году средний чек российского рынка франшиз продолжил сокращаться четвертый

год подряд.

На рисунке 11 указаны франшизы по бюджету.

Рис.11. Франшизы по бюджету

Несмотря на кризисный 2020 год, замедление темпов развития сетей, большинство опрошенных франчайзеров ставят амбициозные цели на 2021 год - развитие сети и выходы на новые рынки.

На рисунке 12 показаны инвестиционные возможности покупателей.

Рис.12.Инвестиционные возможности покупателей

Инвестиционная ниша до 1 млн рублей остается самой привлекательной для покупателей франшиз, за кризисный год доля таких "низкобюджетных" покупателей франшиз увеличилась с 65% до 72%. Со второй половины марта падение интереса к франчайзингу составило -40%, цифры были ниже 2019 года до августа. В августе наметился значительный прирост интереса к франчайзингу и в сентябре достиг показателей 2019 года .

Таким образом, развитие франчайзинга способствует улучшению экономики в целом и благоприятно влияет на уровень жизни.

1.3.Особенности организации франчайзинга в розничной торговле

Франшиза в торговле - это вид договоренности, при котором предприниматель имеет право использовать бренд крупной известной компании для реализации товара на своей торговой точке .

На рисунке 12 показана доля розничной торговли во франчайзинге.

Рис.13.Доля розничной торговли в структуре франчайзинга

Сфера услуг – 48%

Розничная торговля непродовольственная – 17%

Розничная торговля продовольственная – 9%

Общественное питание – 22%

Производство и строительство – 4%.

На рисунке 14 указано предложение франчайзинга в рознице.

Рис.14.Предложение франчайзинга в рознице

Такая торговля является взаимовыгодным сотрудничеством, поскольку обе стороны остаются в выигрыше.

По сравнению с прошлогодней аналитикой можно отметить, что сегмент услуг и сегмент продовольственной розницы продолжили расти. А вот доля франшиз общественного питания и непродовольственной торговли сократилась на 5% и 2% соответственно.

При работе по системе франчайзинга торговец получает следующие преимущества.

1. Активный рост продаж за счет увеличения количества торговых точек и оборота продукции.
2. Снижение риска потери бизнеса.
3. Небольшие вложения денежных средств для старта предпринимательской деятельности.
4. Быстрая окупаемость вложенных финансов.
5. Повышение профессионального опыта.

На рисунке 15 показана структура франчайзинга по направлениям торговли.

Рис.15.Структура франчайзинга по направлениям торговли

Для крупного предпринимателя франчайзинг также является выгодным видом бизнеса, учитывая не только экономический рост, но и повышение имиджа компании.

Кроме того, франчайзер может оказывать поддержку в рекламной деятельности, подборе и обучении новых

кадров, покупке оборудования, необходимого для работы, маркетинге.

Объектами франчайзинга могут являться :

- торговый знак;
- уникальные технологические новинки;
- различные виды интеллектуальной собственности;
- льготные условия и права.

Наиболее популярные отрасли для франчайзинга

Франчайзинг, как форма предпринимательской деятельности, используется в различных отраслях.

Можно выделить следующие типы бизнеса, где популярна такая модель .

1. Сети магазинов (H&M) и супермаркетов (Фикс прайс).
2. Заведения общественного питания, такие как кафе, рестораны, бары под названием известных марок.
3. Изготовление продукции под реализацию: сухари, чипсы, мороженое, конфеты и другие.
4. Открытие центров красоты, спортивных залов, СПА-салонов.
5. Строительные компании.
6. Филиалы интернет-магазинов, информационных порталов.

Требования к начинающему предпринимателю

Прежде чем разрешить использование своей торговой марки, компания выдвигает определенные требования к будущему торговому партнеру. Это необходимо для сохранения качества товара на высоком уровне и поддержания имиджа предприятия.

Можно выделить следующие условия для начала деятельности .

1. Расположение торговых площадей и магазинов на определенной территории :

- объемы помещений и высота потолков;
- размещение на этажах здания;
- присутствие рядов торговых точек с идентичной ценовой политикой;
- наличие отдельного входа.

2. Оформление помещения в соответствии с требованиями бренда.

3. Рекламные материалы торговой марки.

4. Уникальные разработки по обслуживанию клиентов.

5. Дресс-код продавцов.

6. Финансовые обязательства франчайзи.

Основные финансовые вклады

При заключении договора франчайзинга финансовый платеж может осуществляться несколькими способами .

1. В виде паушального взноса — представляет собой денежный взнос за вход на торговый рынок. Такой вид платежа является выгодным для малых компаний. При этом не контролируется денежная прибыль франчайзи. Деньги выплачиваются однократно, согласно отдельному пункту в подготовленном документе.

2. Роялти — оплата производится регулярно (каждый месяц) в виде постоянной суммы или процента от дохода за проданный товар. Размеры взносов оговариваются заранее, до подписания договора франчайзинга. Такой франчайзинговый договор чаще всего заключают крупные предприятия с раскрученной торговой маркой.

3. Комбинированный платеж включает в себя обязательный первичный взнос и текущие денежные поступления. Такой вид экономических отношений чаще требуют известные компании.

Франчайзи должен будет подумать и о текущих расходах.

При необходимости, можно оформить покупку франшизы в кредит, а затем выплачивать его за счет прибыли с ведения бизнеса.

Модели деятельности по франшизе

Вид франчайзинга зависит от желаний и опыта предпринимателя, а также возможностей стартового вложения в дело.

Учитывая разнообразные формы ведения такого бизнеса, можно выделить следующие схемы работы франшиз :

1. Классическая— подразумевает начальный взнос, роялти и регулярный контроль со стороны компании-франчайзера за развитием предприятия.
2. Свободная — встречается чаще всего, учитывая небольшие размеры ежемесячных отчислений.
3. Импортозамещающая — позволяет производить продукцию под популярной торговой маркой.
4. «Бизнес под ключ» или серебряная — создается владельцем, как филиал, и отдается при условии

получения процентов денежных средств от дохода предприятия.

5. Сдача бизнеса в аренду — предусматривает работу на определенный срок, при которой доход распределяется между владельцем и предпринимателем согласно договору.

6. Мастер-франшиза или золотая — дорогостоящая, но выгодная модель. При покупке франчайзи обладает правом самостоятельного ведения и развития такого бизнеса.

7. Корпоративная — схема, при которой предпринимательскую деятельность контролирует владелец бизнеса.

Прежде чем купить франшизу в торговле, необходимо четко понимать, что это такое, дабы получить максимальную выгоду для обеих сторон.

Можно дать следующие рекомендации новичку для начала бизнеса .

1. Необходим тщательный выбор компании для старта такой деятельности. Стабильность предприятия определяется сроком существования и показателями продаж и расширением его на рынке.

2. Оптимальный баланс финансовых взносов, который определяется разумным расчетом расходов и прибыли.

При создании бизнеса без вложений нужно учитывать размер роялти.

3. Юридическая сторона письменного документа должна быть грамотно составлена, чтобы защищать интересы обеих сторон.

4. Пункты договора и возможные неточности нужно разрешить заранее. Нелишней будет помощь специалиста по данным вопросам.

5. По возможности лучше выбирать франшизы в торговле, где нет обязательных ежемесячных платежей — роялти.

6. Необходимо уточнить информацию о регистрации франшизы в налоговой инспекции, чтобы избежать штрафных санкций.

7. Оптимальным вариантом является выбор известной марки с эксклюзивным правом ее представителя на определенной территории. Это должно быть прописано в договоре.

Преимущества и особенности франшизы

Большинство предпринимателей, которые хотят начать работать без вложений в рискованные сферы, задаются вопросом: как работает франшиза.

Для того чтобы начать бизнес по схеме франчайзинга, нелишним будет изучить все положительные и отрицательные его стороны.

Можно выделить следующие основные преимущества ведения такого предприятия .

1. Применение популярного бренда увеличивает доверие покупателей. Таким образом, ускоряется реализация товара торговой марки.

2. Высокий старт бизнеса. В большинстве случаев значительный доход можно получить уже в первые дни после открытия.

3. Помощь компании владельца. Для расширения и успешного продвижения на рынке франчайзер готов поддерживать свои дочерние предприятия, оказывать юридические консультации, обучать персонал. Может осуществляться поставка необходимого оборудования или оформление помещений.

4. У франчайзи, зачастую, есть возможность пользоваться услугами рекламы, акционными предложениями без вложений со своей стороны.

5. Небольшой риск провала кампании. Основной владелец создает все условия для развития коммерческой деятельности.

6. Высокий экономический рост за короткий промежуток времени

Однако при такой модели работы существуют и негативные стороны .

1. Ограничение деятельности в рамках официального договора. Необходимость согласования рабочих моментов с франчайзером.

2. Покупка расходных материалов или оборудования возможна только у своего партнера, без права выбора.

3. Основная прибыль остается за владельцем бренда.

4. В некоторых случаях покупка франшизы является дорогостоящим предприятием, особенно при приобретении эксклюзивных прав на известную марку.

5. Меньшие возможности для креативного подхода или самостоятельных решений.

Приобретение франшизы без вложений

Существует возможность открыть бизнес без вложений со стороны франчайзи. Такой подход будет интересен новичкам, если отсутствует стартовый капитал для открытия своего дела. Однако стоит понимать, что такая схема будет сопровождаться некоторыми нюансами в процессе работы.

Учитывая, что владелец бренда станет вкладывать в развитие дочерних компаний значительные финансовые средства, размеры роялти могут быть достаточно внушительными. Иногда у начинающего торговца получается стать бизнес-партнером или самостоятельным владельцем предприятия.

Стоимость франшизы

Цена франшизы может варьироваться в широких пределах. Она, зачастую, зависит от вида франчайзинга, но также влияние оказывают и другие факторы.

1. Известность бренда.
2. Охват территорий франшизой.
3. Время, на которое заключен договор.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Нормативно-правовые акты

1. Конституция РФ (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020)// Консультант-Плюс

http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399/

2. Гражданский Кодекс РФ от 30 ноября 1994 года N 51-ФЗ// Консультант-Плюс

http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/

Научная и учебная литература

3. Абдалова, Е. Франчайзинг/ Е.Абдалова // Финансовая газета. Региональный выпуск. -2018. -№1. – С.114-117.
4. Багдасарян, А.Ф. Принцип обязательного предпродажного раскрытия и предоставления информации во франчайзинговых отношениях/ А.Ф.Багдасарян // Законодательство. -2019. -№6. – С.102-106.
5. Балян А. Исследование эффективности применения франчайзинга в сфере общепита / А.Балян. - М.: LAP Lambert Academic Publishing, 2015. - 775 с.
6. Васильева, Е.Н. Франчайзинг. Коммерческая концессия/ Е.Н.Васильева. - М.: ИКЦ «Академкнига». - 2017. - С.65
7. Васильева, О.С. Специфика реализации франчайзинга в крупных торговых сетях на отечественном потребительском рынке/ О.С.Васильева //Актуальные проблемы экономики и права. -2018. -№ 2. -С. 80-86.
8. Воробьев, Л. Правовое регулирование франчайзинга / Л.Воробьев. - М.: LAP Lambert Academic Publishing. - 2019. - 232 с.
9. Еремин, А.А. Франчайзинг и договор коммерческой концессии. Теория и практика применения / А.А. Еремин. - М.: Юстицинформ, 2017. - 992 с.
10. Жукова, М.А. Франчайзинг – эффективная форма управления в гостиничном и туристском бизнесе / М.А.Жукова. - М.: КноРус, 2016. - 359 с.
11. Зинчук, Э.А. Коммерческое (торговое) право :учебник / Э. А. Зинчук. -М.: Инфра-М, 2018. -736 с.
12. Золотов, М. Франчайзинг как метод корпоративного роста в сфере сервиса / М.Золотов. - М.: LAP Lambert Academic Publishing, 2018. - 144 с.
13. Иванов, Г. Г. Франчайзинг в торговле: Уч.пос. / Г.Г. Иванов, Е.С. Холин. - Москва: Огни, 2016. - 167 с.
14. Иванов, Г.Г. Франчайзинг в торговле. Учебное пособие / Г.Г. Иванов. - М.: Форум, 2017. - 890 с.
15. Кац, Р.Б. Франчайзинг. Построение предприятия, бухгалтерский учет, правовые аспекты / Р.Б. Кац. - М.: РОСБУХ, 2018. - 136 с.
16. Коршунова, М. Повышение уровня развития франчайзинга / М. Коршунова. - М.: LAP Lambert Academic Publishing, 2018. - 144 с.
17. Мажинская, Н.Г. Услуга в составе договора коммерческой концессии (франчайзинг). (параграф 5 глава 1)//Ситдикова Л.Б. Обязательственные отношения в частном праве России: монография/Л.Б. Ситдикова . - М.: ВАКО: РГСУ. - 2018. - С. 47-57.
18. Маклаков, Г. В. Эффективность коммерческой деятельности / Маклаков Г.В. — М.: Дашков и К, 2020. — 232 с.
19. Максимова, А.Н., Иванов, Н.Н. Стратегия франчайзинга в современных условиях функционирования организаций сферы услуг//Проблемы современной экономики. -2019. -№ 1(45). -С. 212-214.
20. Меркулов А. Франчайзинг от А до Я: как получить сверхприбыль и развить свой бизнес за счет партнеров? / А.Меркулов. - М.: Феникс, 2018. - 559 с.
21. Нагаев, С.В. Соотношение понятий «франчайзинг» и «коммерческая концессия»//Бизнес в законе: экономико-юридический журнал. -2017. -№ 5. -С. 128-129.

<https://studservis.ru/gotovye->