

Министерство образования и науки Российской Федерации
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра туризма и культурного наследия

**«Франчайзинг как способ организации и расширения сетевого бизнеса в
сфере услуг (на примере ООО “Hookah Place”)»**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

студента (ки) __4__ курса __431__ группы

направление 43.03.01 – Сервис

Института Истории и Международных Отношений

Самохина Антона Алексеевича

Научный руководитель

доцент, к.э.н.

Е. С. Милинчук

Зав. кафедрой

проф., д.э.н.

Т. В. Черевичко

Саратов 2017

Введение

Франчайзинг - это один из действительно результативных методов, позволяющих повысить продуктивность малого бизнеса. Предприятия становятся более конкурентоспособными, когда получают технологии и поддержку на основе франчайзинга.

В настоящее время изучение франчайзинга считается одним из актуальнейших вопросов экономики РФ. Франчайзинг пользуется популярностью в России и нуждается в выработке комплексного знания о нем. А также, наблюдая значительный рост популярности франчайзинга в сфере услуг, он свидетельствует о том, что данная форма ведения бизнеса будет и дальше пользоваться спросом в сфере предоставления услуг и не только.

Современная практика экономически развитых стран показывает, что наиболее распространенным способом взаимодействия предприятий сферы услуг является франчайзинг. Франчайзинг обладает следующими преимуществами: для существующей компании – это быстрое расширение рынков сбыта при минимальном инвестировании и значительное снижение издержек за счет эффекта масштаба, а для начинающего предпринимателя – снижение риска банкротства за счет использования отработанных франчайзером технологий. Что же до недостатков, то основными являются: для франчайзера - это трудности сохранения конфиденциальности коммерческой тайны и невозможность завершить отношения с франчайзи, который не следует правилам системы, в свою очередь для франчайзи – возможное отсутствие поддержки со стороны франчайзера и взгляд на франчайзинговую систему, как ограничивающую инициативу франчайзи.

Теоретические и методические вопросы для исследования обозначенной проблемы представлены в работах следующих отечественных и зарубежных экономистов и предпринимателей: Рыкова И.В., Довгань В.В., Мюррей Я., Абчук В.А., Козгунов К., Васильева Е.Н., Стэнворт Д., Смит Б., Назаренко Е., Черепанова Е.А., Танин Ю.В., Шахова М.С., Акулов В.Б.,

Рудаков М.Н., Буданов В.Н, Пирогов К.М. Для исследования зарождения франчайзинга были использованы публикации таких авторов как Буданов В.Н., Колесников В., Парабеллум А., Мрочковский Н., Смирнова Н., Фридман В., Руденко А., Дельтей Ж.

Основной целью выпускной квалификационной работы является исследование специфики франчайзинга как инструмента развития бизнеса в сфере услуг на примере торговой сети «Hookah Place» (г. Севастополь). Для осуществления обозначенной цели служат приведённые ниже задачи:

1. изучить понятие и виды франчайзинга, а также выделить его особенности в сфере услуг;
2. исследовать структуру управления франчайзинговой сетью;
3. выявить особенности развития франчайзинга в России и сравнить с зарубежным опытом;
4. проанализировать эффективность деятельности предприятия в составе франчайзинговой сети «Hookah Place»;
5. разработать рекомендации по минимизации возможных рисков в деятельности предприятия ООО «Hookah Place» (г. Севастополь).

Работа состоит из введения, двух глав, заключения и списка использованных источников. Во введении приводится обоснование актуальности выбранной для выпускной квалификационной работы темы, ставятся цели и задачи работы. В первой главе раскрывается специфика использования такого метода ведения бизнеса как франчайзинг, его виды и особенности в сфере услуг, а также дается обзор законодательной составляющей франчайзинга, включающий описание договора коммерческой концессии. Вторая глава носит практический характер, в ней исследуется деятельность предприятия франчайзинговой сети «Hookah Place» в г. Севастополе. Проводится анализ эффективности работы заведения сети, а также исследуются возможные риски предприятия как для франчайзи, так и для франчайзера; даются рекомендации по минимизации данных рисков. Заключение содержит краткие основные выводы по всей работе.

Основное содержание выпускной квалификационной работы

Традиционно во франчайзинге присутствуют две группы предпринимателей. Франчайзи подписывает договор, согласно которому ему нужно продавать эти товары и/или услуги по заранее строго установленным правилам — цене, условиям, которые устанавливает головная организация. За соблюдение правил, уважение имиджа и репутации головной компании и гордое несение бренда франшизодателя франчайзи получает разрешение использовать этот бренд и зарабатывать на нем деньги. Это и наименование компании, и репутация, и имидж, и товары и услуги, и маркетинговые стратегии, и рекламные кампании. Франчайзи обязуется сбывать этот продукт или услуги по заранее установленным законам и правилам ведения бизнеса, устанавливаемых франчайзером.

В ходе работы были исследованы такие виды франчайзинга, как товарный, производственный и деловой, а также сервисный франчайзинг, охватывающий сферу услуг.

Изучая правовую основу франчайзинга, была затронута информация о договоре коммерческой концессии, а именно источник в лице Российского патентного законодательства. Договор коммерческой концессии является одним из наиболее сложных соглашений, регулируемых гражданским законодательством, т.к. может охватывать неисчисляемое количество форм интеллектуальной собственности с присущими им нюансами. Вознаграждение по договору коммерческой концессии выплачивается в формах, прописанных в договоре. Наиболее распространенные формы вознаграждения: отчисления от выручки, фиксированные разовые и периодические платежи, а также наценки на оптовую цену товаров, передаваемых правообладателем для перепродажи.

Изучая зарождение франчайзинга, были приняты во внимание компании-родоначальники, оказавшие огромное влияние на развитие данного типа ведения бизнеса в целом, а именно: «General Motors», «Rexall»,

«McDonald's» и «Kentucky Fried Chicken». Уделено внимание и продукту, которые знаком более чем 90% людей на земле - The Coca-Cola Company.

Изучая локальное развитие франчайзинга внутри стран: Великобритания, Франция, США и России выявили различные особенности возникновения и утверждения данного типа ведения бизнеса. В Англии развитию поспособствовали следующие причины: движение акцентов в экономике от изготовления к реализации услуг, общий ход урбанизации, увеличение заработков, однако на момент 1991 года, 90% франшиз обнаруживали рентабельность, а на момент 2013 года, лишь 32%. Франция, вместе с Великобританией и США, выступает в тройке лидеров по количеству франшиз. На момент 2010 года, общий оборот франчайзи составил 510 000 евро и треть французских франчайзинговых сетей уже открыли хотя бы одну точку за рубежом. Больше 50% из них приходится на сферу торговли и сферу услуг. Неоспоримым мировым лидером и родоначальником современного франчайзинга являются США. На конец 2009 года в Штатах было создано 883,292 франчайзинговых компании. Они обеспечили 9,5 млн. рабочих мест и произвели \$844,7 млн. продукции для национальной экономики. Принято считать, что старт франчайзинга в России состоялся 31 декабря 1990 года с открытия в Москве первого ресторана «McDonald's». Однако на деле, в Россию франчайзинг пришел в 1993 году, и это была компания фирма «Allied Domestq», обладающая правами на торговую марку «Baskin Robbins». За 4 года существования франчайзинга на ее территории возникли 42 франчайзинговые системы, и, если на момент 2010 года было около 18.5 тыс. франшиз, то сейчас, в 2016-2017 годах эта цифра исчисляется сотнями тысяч.

К сожалению, в связи с тем, что российское законодательство, регулирующее проблемы франчайзинга, несовершенно, многие предприниматели, реально работающие по франчайзинговым схемам, стараются не позиционировать себя как франчайзеры и франчайзи. Это вызывает большие проблемы при сборе информации о состоянии дел в этой

сфере. Однако, основными проблемами, помимо правовой, следует считать: сверхбюрократизацию федеральных административных структур, неэффективность российской налоговой системы. А также немаловажно то, что в сознании самих предпринимателей еще не утвердилось понятие ценности и неприкосновенности чужой интеллектуальной собственности, которая является неотъемлемой составной частью франчайзинга.

В последнее время намечается тенденция ускоренного развития и распространения франшизного метода ведения бизнеса. Исследование этого направления развития российского франчайзингового рынка позволяет сделать вывод, что по мере роста конкуренции в ближайшие годы в России увеличится спрос на франшизы в сфере услуг и производстве.

В практической части была представлена общая характеристика сети «Hookah Place» и отдельного заведения в г. Севастополь. Автор пришел к следующим выводам: в течение исследуемого периода ООО «Hookah place» располагает высоким объемом финансовых вложений - 62,7% от общей суммы оборотных активов за 2016 г.

На протяжении всего анализируемого периода наблюдается положительное значение величины чистого оборотного капитала. С увеличением абсолютной величины чистого оборотного капитала на протяжении исследуемого периода наблюдается и увеличение доли ЧОК в общей сумме средств предприятия - так называемого уровня чистого оборотного капитала. Из сказанного выше можно сделать заключение об увеличении уровня финансовой устойчивости всей сети.

Главная цель анализа прибыльности - оценка способности предприятия получать прибыль на вложенные в текущую деятельность средства. Работа предприятия в 2014 - 2016 г. характеризуется прибыльностью от основной деятельности. У компании в 2016 г. по сравнению с 2014 г. прибыль увеличивалась в геометрической прогрессии, прибыль до налогообложения увеличилась на 900 тыс. руб., а чистая прибыль увеличилась на 690 тыс. руб.

Заведения «Hookah Place» далеко не всегда являются лидером в своем городе, но всегда входит в тройку лидеров, поэтому все равно все всегда идут туда, зачастую из-за того, что просто знают о том, что там приятно и привычно, и им этого достаточно.

Выявляя конкурентные преимущества заведения «Hookah Place» в г. Севастополь, стало видно, что основное преимущество — это «широта ассортимента» и «качество обслуживания», однако и «площадь заведения» с его «местоположением» не оценивается ниже 8 баллов из 10. Оценка конкурентоспособности произведена по анализу конкурентных преимуществ за 2016 год.

Были выявлены типичные риски данного вида ведения бизнеса для обеих сторон, в деятельности франчайзи можно выделить: риск выхода за границы законодательных актов, риск возникновения непредвиденных расходов, риск неожиданного расторжения соглашения.

Способами минимизации рисков в данном случае будут являться:

- детальное изучение законодательных актов, которые могут быть связаны непосредственно с работой заведения, включая Федеральный закон от 23 февраля 2013 года № 15;
- установление суммы максимальных дополнительных расходов, которая будет выражаться как процентное отношение к прибыли франчайзи за тот период, в котором они осуществляются, а также определение частоты уплаты данных платежей;
- предвидение в договоре, во-первых, четких условий расторжения договора, во-вторых, компенсации в результате возникновения неправомерных действий сторон соглашения, в-третьих, обязанностей франчайзера продлить договор при отсутствии нарушений и других условий, которые могут препятствовать дальнейшему сотрудничеству.

А так же риски в деятельности франчайзера: риск неустойчивости спроса, риск увеличение предложений у конкурентов, риск появления альтернативной услуги у конкурентов, риск роста налогов, риск

возникновения трудностей с персоналом компании, риск неправомерного использования интеллектуальной собственности, риск потери материальных ценностей, риск не покрытия убытков, риск неправомерного перераспределения ответственности, риск неполучения прибыли, риск неожиданного расторжения соглашения, риск проведения неэффективной кадровой политики франчайзи, риск незаконного использования прав франчайзера франчайзи, риск отказа от выплаты роялти.

Способы минимизации рисков в деятельности франчайзера включают:

- определение только конкретных лиц, которым предоставляется доступ к интеллектуальной собственности, установление штрафов за ее неправомерное использование;
- предотвращение распространения и возможностей копирования с помощью технических средств информации, которая содержит в себе коммерческую тайну;
- определение четкого перечня имущества, которое нельзя реализовывать без согласия франчайзера;
- осуществление периодического лабораторного анализа продукции, а также контрольных закупок сотрудниками франчайзера;
- осуществление постоянного контроля за деятельностью франчайзи;
- постоянное обновление товара при появлении новой продукции на рынке;
- постоянный анализ конкуренции;
- проведение инструктажа и обучения для работы персонала в новом заведении;
- резервирование денежных средств.

Наличие рисков естественно ведь стабильности нет в любом виде бизнеса.

Деятельность предприятия как субъекта рыночных отношений протекает в условиях жесткой конкуренции. И именно конкурентная рыночная среда создает наиболее благоприятные условия для экономического

развития, как отдельного заведения в г. Севастополь, так и всей сети в целом. Ведь учитывая то, что речь идёт о заведении, предоставляющем услуги развлекательного характера, спрос на заведения такого типа не статичен. Это означает, что несмотря на то, что сеть «Hookah Place» занимает лидирующие позиции на рынке, вероятность возникновения финансовых проблем нельзя исключать.

Заключение

Исследование развития франчайзинга показало насколько результативным является данный вид ведения бизнеса как в странах Европы, так и на территории России, в особенности в сфере услуг.

В процессе изучения были рассмотрены задачи, связанные с определением сути франчайзинга, использования договора коммерческой концессии, а также выявления прибыльности открытия франшизы.

На основе проведенного исследования можно сделать следующий вывод: рынок франшиз в РФ в ближайшие годы заметно увеличился, так как этот способ организации бизнеса имеет ряд преимуществ. Среди достоинств можно выделить, что благодаря франчайзингу начинающие предприниматели имеют возможность открыть свой бизнес, сотрудничая с уже раскрученным брендом тем самым, уменьшая во много раз собственные риски, и франчайзи приобретает весомую поддержку от франчайзера при этом оставаясь обособленным обладателем своего бизнеса. Однако также выявлено несколько барьеров и недостатков описанной системы, а именно - франчайзи обязан соблюдать правила франчайзинговой системы. Эти правила сформулированы во франчайзинговом договоре и их должны выполнять все франчайзи без исключения. Кроме того, к недостаткам можно отнести несовершенство законодательства; практика невыполнения обязательств между партнерами; излишняя бюрократическая регламентация бизнеса.

На основе проведенного исследования было выявлено, что роль франчайзинга в экономике любой страны чрезвычайно велика, поскольку он является самым эффективным каналом дистрибуции, по которому товары и услуги распространяются внутри стран и по всему миру. Предприятия могут стать более конкурентоспособными, когда получают технологии и поддержку на основе франчайзинга.

Практической частью выпускной квалификационной работы стало детальное изучение одного из предприятий франчайзинговой сети «Hookah Place» в г. Севастополе и сравнение его с другими заведениями данной отрасли других франчайзинговых сетей, расположенных в Российской Федерации.

Исследуя деятельность сети «Hookah Place», а также одного из заведений данной сети были выявлены преимущества и недостатки ведения бизнеса по франчайзинговой схеме. Использование франчайзинговой системы ведения бизнеса приводит к возникновению специфических рисков, присущих только данной схеме работы, в данном случае как для стороны, приобретающей франшизу (франчайзи), так и для стороны, продающей право на использование своей торговой маркой (франчайзер). Автором были предложены такие меры по снижению рисков, как четкое описание обязанностей в договоре франчайзинга, осуществление постоянного контроля за деятельностью франчайзи, обновление ассортимента товаров при появлении новой продукции на рынке, постоянный анализ конкуренции и др. Несмотря на существующий огромный набор рисков и недостатков, которых можно было бы избежать, используя другой вид ведения бизнеса, преимущества франчайзинга являются очевидными. Франчайзинг является перспективным способом ведения бизнеса, который позволяет поддерживать особенно развитие малого предпринимательства. Также франчайзинг является альтернативной формой выхода на зарубежные рынки и действенной формой формирования сбытовой сети. В целом следует заключить, что, хотя франчайзинг и является доказанной успешной концепцией, где преимущества превосходят недостатки, покупка конкретной франшизы не дает гарантии на 100% успех.