



Министерство науки и высшего образования РФ
МФ ФГБОУ ВПО «Московский государственный технический университет
имени Н.Э. Баумана»
(МФ МГТУ им. Н.Э. Баумана)

Кафедра К4 – МФ «Экономика и управление»

**Выпускная квалификационная работа на
тему:
«ФРАНЧАЙЗИНГ В
ЛОГИСТИКЕ»**

**Студент группы К4-87Б
Руководитель: доцент, к.э.н.**

**Назаркин С.А.
Джамалдинова М.Д.**

АКТУАЛЬНОСТЬ ТЕМЫ, ОБЪЕКТ И ПРЕДМЕТ ИССЛЕДОВАНИЯ

АКТУАЛЬНОСТЬ **ТЕМЫ** **ВЫПУСКНОЙ**
КВАЛИФИКАЦИОННОЙ **РАБОТЫ** обусловлена
потребностью в бесперебойном обеспечении внимания
организаций к созданию эффективного механизма адаптации
сотрудников, который влечет за собой недовольство работника
организации, уменьшение производительности труда, уход из
компании.

ОБЪЕКТ ИССЛЕДОВАНИЯ -	выражен в формировании логистических моделей интеграции франчайзинга.
ПРЕДМЕТ ИССЛЕДОВАНИЯ -	процесс формирования эффективных франчайзинговых моделей в логистической деятельности

ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ИССЛЕДОВАНИЯ

ЦЕЛЬ -	изучение теоретических аспектов осуществления франчайзинга в логистике, анализ логистических моделей интеграции и исследование современного состояния и тенденций логистического франчайзинга в России.
ЗАДАЧИ:	<ol style="list-style-type: none">1) изучить теоретические аспекты франчайзинга в логистике: историю развития франчайзинга, основные понятия, виды франчайзинга и технологию франчайзинга;2) изучить франчайзинговые логистические модели интеграции;3) выявить и проанализировать Преимущества и недостатки франчайзинга;4) выявить проблемы в развитии франчайзинговых систем распределения товаров и услуг, возникающих в результате глобализации мировой экономики;5) исследовать подходы управления логистическими процессами в франчайзинговых розничных торговых сетях;6) изучить законодательно-правовая база развития франчайзинга в России;7) исследовать современное состояние рынка логистического франчайзинга в России и выделить основные тенденций, по которым данный рынок будет развиваться в будущем.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФРАНЧАЙЗИНГА В ЛОГИСТИКЕ

Определение франчайзинга учеными

Автор	Определение
Григорьев М. Н	Франчайзинг – это контрактное партнерство между владельцем прав, которого называют франчайзером и независимым участником канала, который, приобретая франшизу получает право продавать товар или услугу, указанную в ней.
Райзберг Б.А	Смешанная форма крупного и мелкого предпринимательства, при которой крупные корпорации, материнские компании (франчайзеры) заключают договоры с мелкими фирмами, «дочерними» компаниями, бизнесменами (франчайзи) на право, привилегию действовать от имени франчайзера.
Российская Ассоциация Франчайзинга	Франчайзинг – способ организации бизнес-отношений между независимыми компаниями и/или физическими лицами, в рамках которой одна из сторон (франчайзи) получает от другой (франчайзера) официальное разрешение на использование знака обслуживания, фирменного стиля, деловой репутации, ноу-хау и готовой бизнес-модели за определенную плату – роялти.

КЛАССИФИКАЦИЯ ФОРМ ФРАНЧАЙЗИНГА ПО ПРОФИЛЮ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Критерий	Формы (сферы) франчайзинга	Характеристика
1. Профиль экономической деятельности	1.1 Промышленный (производственный). (Сотрудничество в промышленной области)	Осуществляется между производственными структурами. Франчайзер, являясь собственником патентов, технологий, представляет франчайзи право на их использование и реализацию на определенной территории.
	1.2 Франчайзинг распределения (Сотрудничество в сфере товарного обращения; «франчайзинг продукта (торгового имени)»)	В данном случае франчайзер является либо производителем, либо оптовиком, реализующими товары под своей маркой через франчайзинговую сеть. Обязанности франчайзера заключаются в предоставлении консультаций, подготовке персонала, предоставлении прав использования марок товаров, являющихся предметом франшизы.
	1.3 Франчайзинг услуг (Сотрудничество в сфере услуг; сервис франчайзинг)	Франчайзинг в области услуг заключается в том, что франчайзер, обладающий специфическим методом или практикой предоставления определенных услуг, уполномочивает франчайзи использовать эти же методы или практики в предоставлении таких же услуг.
	1.4 Бизнес в форме франчайзинга (Деловой франчайзинг; «франчайзинг бизнес-формата»)	При этом способе франчайзер продает лицензию частным лицам или другим компаниям на право открытия магазинов, киосков или целых групп магазинов для продажи покупателям набора продуктов и услуг под именем франчайзера.

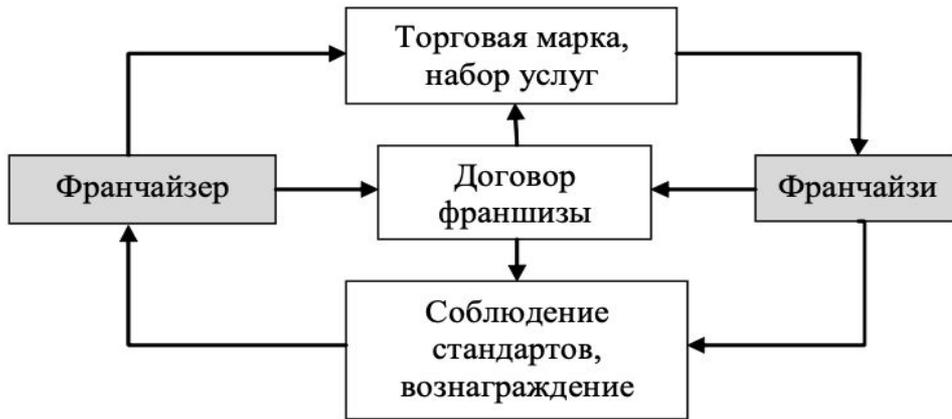
КЛАССИФИКАЦИЯ ФОРМ ФРАНЧАЙЗИНГА ПО УРОВНЮ ПОСРЕДНИЧЕСТВА

Критерий	Формы (сферы) франчайзинга	Характеристика
2. Уровни посредничества	2.1 Прямой франчайзинг	представляет собой традиционную форму франчайзинга и заключается в том, что франчайзер сотрудничает напрямую со всеми франчайзи, действующими на различных территориях и входящими в его сеть.
	2.2 Мастер франчайзинг	заключается в том, что франчайзер подписывает договор Мастер франчайзинга (базовый договор) с подфранчайзером на определенной территории, а последний, в свою очередь – договора франчайзинга с множеством франчайзи на соответствующей территории.

КЛАССИФИКАЦИЯ ФОРМ ФРАНЧАЙЗИНГА ПО СТЕПЕНИ УЧАСТИЯ ПАРТНЕРА В УСТАВНОМ КАПИТАЛЕ

Критерий	Формы (сферы) франчайзинга	Характеристика
3. Степени участия партнера в уставном капитале	<p style="text-align: center;">3.1 Франчайзи – учредитель</p>	<p>В классической форме франчайзинг не предполагает участия франчайзера в уставном капитале; привлекаются лица, желающие и умеющие управлять бизнесом, но предпочитают минимизировать предпринимательский риск посредством сотрудничества с опытным партнером.</p>
	<p style="text-align: center;">3.2 Совместное учреждение предприятия</p>	<p>В практике бизнеса встречаются такие условия, когда предпочтение отдается совместному участию партнеров (франчайзи и франчайзера) в создании предприятия - франчайзи. Обычно доля франчайзера в УК меньше 50%, так как его первоначальной целью не является полный контроль бизнеса.</p>
	<p style="text-align: center;">3.3 Привлечение органов местной власти в качестве учредителя</p>	<p>В учреждении предприятия участвуют франчайзер, с одной стороны, и местная публичная власть, с другой. Определенные ограничения в этом отношении должны быть оговорены в учредительных документах.</p>

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ФРАНЧАЙЗЕРА И ФРАНЧАЙЗИ



МЕХАНИЗМ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ФРАНЧАЙЗЕРА И ФРАНЧАЙЗИ



СЛАЙД

8

ПРИНЦИПЫ ИНТЕГРАЦИИ ФРАНЧАЙЗИ В ЛОГИСТИЧЕСКУЮ СИСТЕМУ ФРАНЧАЙЗЕРА



Модели управления логистикой в сетевой розничной компании, развивающей франчайзинг



МЯГКАЯ ЛОГИСТИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ ИНТЕГРАЦИИ



ЖЕСТКАЯ ЛОГИСТИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ ИНТЕГРАЦИИ



ГИБРИДНАЯ ЛОГИСТИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ ИНТЕГРАЦИИ



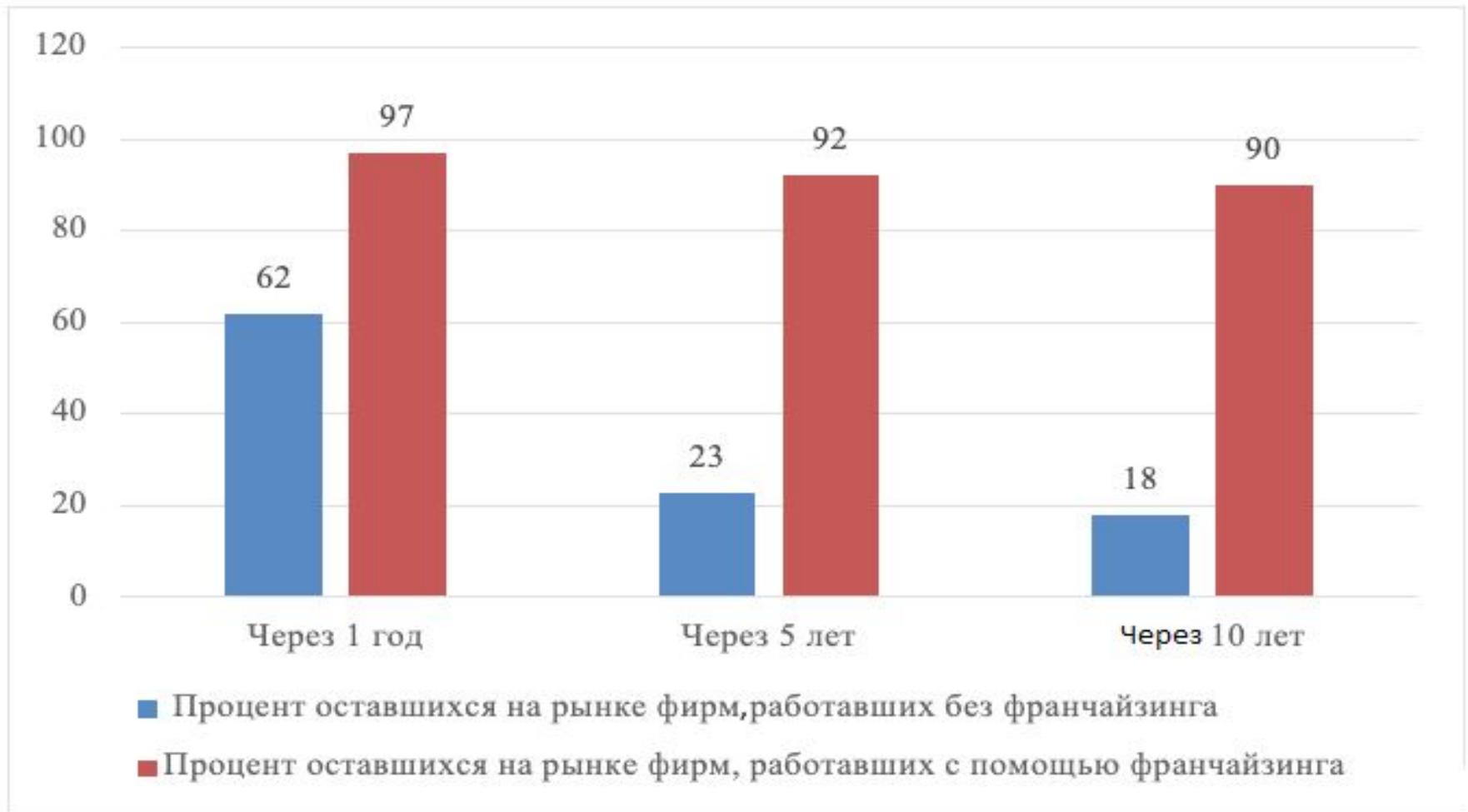
ПРЕИМУЩЕСТВА ДЛЯ ФРАНЧАЙЗЕРА

Преимущества	Характеристика
1. Расширение бизнеса с минимальными инвестициями	Организация производства и реализация продукции в условиях франчайзинга осуществляется гораздо быстрее, так как используются предпринимательские усилия и капитал франчайзи. Иногда франчайзинг предоставляет, таким образом, единственную возможность проникновения на зарубежные рынки.
2. Получение дополнительных доходов	Платежи, осуществляемые франчайзи (первоначальный взнос, роялти и рекламная плата) представляют собой серьезный источник доходов для франчайзера.
3. Избежание законодательных барьеров	Антимонопольное законодательство предусматривает определенные ограничения относительно договоров по разделению территорий между различными компаниями и согласования цен. Система франчайзинга позволяет обойти эти препятствия.
4. Экономия общехозяйственных расходов	Так как франчайзер нуждается в меньшем количестве менеджеров, сокращаются и затраты, связанные с оплатой за их труд, и прочие общехозяйственные расходы.

ПРЕИМУЩЕСТВА ДЛЯ ФРАНЧАЙЗИ

Преимущества	Характеристика
1) Присоединение к успешно развивающемуся бизнесу	Так как имя франчайзера и его товар/марка широко известны, успех сопутствует франчайзи с самого начала его деятельности. Следовательно, риск банкротства намного ниже по сравнению с обычным индивидуальным бизнесом.
2) Обучение персонала и контроль над ведением бизнеса со стороны франчайзера	Заинтересованность в успехе бизнеса проявляется с обеих сторон, поэтому франчайзер обеспечивает обучение менеджеров и персонала франчайзи до начала бизнеса и в процессе его деятельности.
3) Распространение успешного опыта в рамках франчайзинговой сети	Франчайзер никогда не остается один на один с проблемами бизнеса. Опыт других франчайзи систематизируется и обобщается франчайзером и используется в разработке новых деловых решений.
4) Предоставление других выгод со стороны франчайзера	Они включают в себя и другие услуги, которые не были отмечены выше: использование результатов исследований франчайзера, выгоды от общенациональных рекламных компаний франчайзера, услуги по проектированию и размещению зданий и помещений, юридические услуги и пр.
5) Частичное финансирование со стороны франчайзера	Оно может осуществляться в прямой форме (кредиты, участие в капитале), но чаще – в косвенном виде (оборудование по лизингу, материалы и товары с отсрочкой платежа или оплаты частями).
6) Преимущества, связанные с высокой покупательной способностью франчайзера	Так как франчайзер располагает развитой франчайзинговой сетью, он может осуществлять оптовые закупки всего необходимого для деятельности франчайзи, а, следовательно, имеет возможность добиваться строгого соблюдения качества и некоторых скидок от поставщиков.
7) Выгоды, связанные с эксклюзивными правами распределения	Если это условие предусмотрено в договоре, тогда франчайзер не имеет право предоставлять больше франшиз на соответствующей территории.

СРАВНИТЕЛЬНЫЕ ДАННЫЕ ВЫЖИВАЕМОСТИ ФИРМ ПРИ РАЗЛИЧНЫХ ВИДАХ ОРГАНИЗАЦИИ



Рейтинг *Forbes*: Инвестиции в открытие франчайзинговой точки 5 — 25 млн. руб.

Место	Имя	Инвестиции в открытие франчайзинговой точки, млн. руб	Число франчайзинговых точек	Годовая выручка франчайзинговой точки, млн руб	Годовая прибыль франчайзинговой точки, млн руб	Итоговый балл
1.	 Papa John's	6	109	36	5	56,7
2.	 2GIS	24,5	86	40	8,8	55,6
3.	 FIT Service	5	213	28,2	6,7	53,6
4.	 Burger Club	5,4	246	37,8	4,8	53,4
5.	 IL PATIO	20	73	67	10,1	51,4
6.	 Sun School	11,5	87	16,8	3,6	49,7
7.	 Cofix	5	179	26,4	2,9	40,7
8.	 Додо Пицца	11,5	580	42,2	4,2	40,3
9.	 Бэби-клуб	5,8	214	4,8	1,3	35,1
10.	 be free	6,5	63	24	2,4	34,1

Рейтинг *Forbes*: Инвестиции в открытие франчайзинговой точки 1 — 5 млн. руб.

Место	Имя	Инвестиции в открытие франчайзинговой точки, млн. руб	Число франчайзинговых точек	Годовая выручка франчайзинговой точки, млн руб	Годовая прибыль франчайзинговой точки, млн руб	Итоговый балл
1.	 IQ007	1,7	592	21,6	11,4	78,5
2.	 Полиглотики	1,3	128	16,9	779	61,7
3.	 Этажи	1,9	110	82,4	12,4	52,7
4.	 Лабораторная служба Хеликс	2	392	24,9	6,7	52,3
5.	 Mr. Doors	2,9	109	54	5,9	46,2
6.	 Суши-Маркет	2,0	349	17	3	44
7.	 Пив&ко	2,3	438	18,8	4,7	39
8.	 MIXIT	2,5	119	12,6	3,6	36,7
9.	 Автомое	3,9	140	23,6	6	36,7
10.	 CENTURY 21	1,7	65	29,5	4,8	36

Рейтинг *Forbes*: Инвестиции в открытие франчайзинговой точки до 1 млн. руб.

Место	Имя	Инвестиции в открытие франчайзинговой точки, млн. руб	Число франчайзинговых точек	Годовая выручка франчайзинговой точки, млн руб	Годовая прибыль франчайзинговой точки, млн руб	Итоговый балл
1.	 СДЭК	0,3	2100	8,6	3	78,5
2.	 Юниор	0,7	486	5,7	4,1	69,4
3.	 Fast&Shine	0,4	750	5,2	2,1	64,2
4.	 Русский Балет	0,4	102	4,0	2,4	60,3
5.	 Gelateria Plombir	0,7	225	3,5	2,0	55,7
6.	 Чемпионика	0,7	760	2,1	0,9	53,2
7.	 White & Smile International	0,3	417	1,8	1,0	50,4
8.	 Мозгобойня	0,3	268	1,5	0,8	47,2
9.	 Футболика	0,3	132	1,8	0,8	45,7
10.	 33 Пингвина	0,8	1505	4,7	0,8	43,9

ТОП пять франшиз логистических компании 2021 года



	Паушальный взнос, тыс. рублей	Роялти	Сумма инвестиций, тыс. рублей	Окупаемость, мес.
МТК	300 - 500	3000 рублей/мес.	350 - 700	От 6
ГлавДоставка	200	30 000 рублей на рекламу	450 - 550	10 - 14
FLASH	2500	6%	2500	12
POSTBURO	490	До 25000 рублей за полгода	1500 - 2800	12-18
CAR-GO	150	нет	350 - 600	6 - 9

ВЫВОДЫ

- Франчайзинг исторически и прочно закрепился в развитых странах под воздействием объективных потребностей экономического развития.
- Более того, за рубежом эту форму деятельности считают не только полезной, но и престижной. Франчайзинг уже сейчас по достоинству оценили и в России. Любая франчайзинговая система строится исключительно на успешном бизнесе.
- Исследования показали, что одной из важнейших особенностей франчайзинга является снижение рисков предпринимателей. В соответствии со статистикой по данным Российской ассоциации франчайзинга в течение первых пяти лет ведения своей деятельности прекращает около 85% вновь образованных организаций, а среди фирм, открытых по франшизе – всего 14%.
- Основные услуги, которые оказывает логистическая компания: Формирование оптимального пути доставки; временное хранение груза на складе; своевременная доставка невредимого груза; оформление сопутствующей документации.
- Ситуация на транспортном рынке России в 2020 году говорит о том, что сейчас перспективно открывать бизнес в сфере логистики; логистический рынок ежегодно растет на 7%; производители все чаще доверяют перевозку груза специальным компаниям; в 68% перевозки осуществляются автотранспортом.
- Описывая актуальность бизнеса в сфере логистики, следует отметить, то, что в России с каждым годом увеличивается потребность в логистических услугах. Рынок развивается, маркетинг усложняется, а конкуренция во всех сферах повышается. Быстрая и простая схема доставки продукта дает возможность уменьшить затраты и снизить цену товара.

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

ДОКЛАД ОКОНЧЕН!



Министерство науки и высшего образования РФ
МФ ФГБОУ ВПО «Московский государственный технический университет
имени Н.Э. Баумана»
(МФ МГТУ им. Н.Э. Баумана)

Кафедра К4 – МФ «Экономика и управление»

**Выпускная квалификационная работа на
тему:
«ФРАНЧАЙЗИНГ В
ЛОГИСТИКЕ»**

**Студент группы К4-87Б
Руководитель: доцент, к.э.н.**

**Назаркин С.А.
Джамалдинова М.Д.**