Департамент образования города Москвы
Государственное бюджетное общеобразовательное учреждение города Москвы «Школа 1505 «Преображенская»»

ИНДИВИДУАЛЬНАЯ ПРОФИЛЬНАЯ РАБОТА

на тему

Франшиза или антифраншиза - что лучше для начинающего предпринимателя

Выполнила:

Сорокина Варвара Евгеньевна

# Консультант:

# Иванова Екатерина Андреевна

# Рецензент:

#  Москва

# 2019/2020 уч.г.

**Оглавление**

Введение.

1. Франчайзинг

 1.1 Основные виды франчайзинга

 1.2 Критерии эффективности франчайзинга

 1.3 Преимущества и недостатки франчайзинга

2. Антифранчайзинг

 2.1 Критерии эффективности антифранчайзинга

 2.2 Преимущества и недостатки антифранчайзинга

3. Собственный бизнес по франчайзингу (на примере кофейни)

 3.1 Анализ рынка кофеен

 3.2 Конкуренты

 3.3 Компании, предоставляющие франшизу в этой сфере

 3.4 Составление таблицы с финансовыми показателями и анализом окупаемости

 3.5 Перспективы дальнейшего ведения бизнеса

4. Собственный бизнес по антифранчайзингу (на примере кофейни).

 4.1 Конкуренты

 4.2 Компании предоставляющие антифраншизу в этой сфере

 4.3 Составление таблицы с финансовыми показателями и анализом окупаемости

 4.4 Перспективы дальнейшего ведения бизнеса

5. Анализ и сравнение двух способов ведения бизнеса

 5.1 Сравнение финансовых показателей окупаемости ведения бизнеса по франшизе и антифраншизы на примере кофейни

6. Составление бизнес-планов для каждого способа открытия собственного бизнеса

7. Вывод

.

.

.

.

.

Введение

Современная экономическая система России дает возможность любому гражданину выходить на рынок с собственным бизнесом, индивидуальными идеями, товарами и услугами. Людей, желающих заняться предпринимательством огромное количество, многие из них считают, что бизнес-это плавающий график работы, который можно подстраивать под себя, а также бесконечно растущий заоблачный доход. Однако, предпринимательская деятельность скрывает в себе много подводных камней, и успешно вести человеку собственный бизнес не так просто, как кажется.

Когда же все-таки человек решает открыть свой стартап, перед ним встает вопрос, c чего начать и в каком направлении развиваться и двигаться, поэтому вопрос, рассматриваемый в исследовании актуален в наши дни.

В своей индивидуальной профильной работе я рассмотрю две системы ведения бизнеса: франчайзинг и антифранчайзинг.

Цель исследования : показать эффективность двух форм ведения бизнеса : франчайзинга и антифранчайзинга. Для достижения данной цели необходимо решить следующие задачи:

* -Рассмотреть рынок франчайзинга
* -Выяснить эффективность , преимущества и недостатки франчайзинга
* -Рассмотреть рынок антифранчайзинга
* -Выяснить эффективность , преимущества и недостатки антифранчайзинга
* -Анализ и сравнение двух способов ведения бизнеса
* -Составление таблицы с финансовыми показателями и анализом окупаемости
* -Составление бизнес-планов для каждого способа открытия собственного бизнеса

Основными методами исследования, помогающие достичь цели и решить задачи, будут являться сравнение и анализ.

* Предмет исследования – франшиза и антифраншиза
* Объект исследования – открытие собственного бизнеса по системе франшизы и антифраншизы

Выбор сферы деятельности

 1.Пекарня

Очевидным преимуществом открытия пекарни является то, что несмотря на общий спад расходов населения на товары и услуги, спрос на хлеб остается стабильным. Кроме того, аналогичная импортная продукция возрастает в цене, а изделия отечественных хлебозаводов не способна конкурировать с продукцией пекарни по вкусовым свойствам. Средний чек мини-пекарни — 100 рублей. Проходимость в течение дня может составить до 1000 человек, что гарантирует выход на полную производственную мощность в течение 3-х месяцев работы.

2. Ресторан быстрого питания

Одним из наиболее развитых и пользующихся популярностью направлений на рынке услуг является фаст-фуд индустрия. Эти точки общепита представляют собой кафетерии с самообслуживанием, где готовится и предлагается к продаже различная простая пища из полуфабрикатов и напитки. Здесь можно быстро перекусить в обеденный перерыв или полноценно поужинать во время встречи с друзьями.
Бизнес-план закусочной предусматривает выгодное расположение предприятия. Это значит, что основными клиентами могут быть посетители рынков, пассажиры автобусов, водители, студенты.Средний чек в заведениях фаст-фуда Москвы составляет 245 руб.

3. Покупка товарного франчайзинга

Наиболее распространен в сфере розничной торговли. Франчайзи использует в названии торговой точки название производителя и обязуется продавать только продукцию франчайзера. Франшизы такого рода наполняют на 90% моллы по всему миру – Bershka, P&B, PepsiCo и т.д.

4. Открытие кофейни в формате острова

Также достаточно распространенный вариант при рассмотрении покупки франшизы. Тут уже все на 90 процентов зависит от того места, где вы хотите разместить свою кофейню. Если место же выбрано успешно, то франчайзеры обещают окупаемость уже через 3 месяца, после открытия заведения. Средний чек – 300р.

Итак, проанализировав самые лучшие идеи малого бизнеса, я остановилась на последней и в дальнейшем буду ее развивать, потому что считаю ее наиболее перспективной.

 **1. Понятие франчайзинга**

 Безусловно, я не могу не отметить тот факт, что для экономики нашей страны франчайзинг является относительно новым явлением, в то время как в развитых странах он столетиями практиковался как средство обеспечения потребностей общества в различных товарах и услугах.

 **1.1 Основная терминология**

 **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. Так же, приобретая франшизу вы платите франчайзеру паушальный взнос.

**Франчайзи** - физическое или юридическое лицо, действующее в соответствии с приобретенной франшизой

**Франчайзер** - физическое или юридическое лицо, предлагающее на продажу соглашения на условиях франшизы и обеспечивающее со своей стороны выполнение условий такого соглашения

**Паушальный взнос** — это стоимость франшизы. Вы платите владельцу франшизы за то, что он дает вам право работать под своими товарными знаками, по своим технологиям, со своими товарами.

**Роялти** - вознаграждение в виде периодических отчислений фиксированных ставок, определяемых франчайзером на основании собственной оценки стоимости права использования торговой марки единой франчайзинговой сети, которые выплачиваются франчайзи франчайзеру ежемесячно

**Франчайзинговый договор** - договор, по которому одна сторона (правообладатель) передает другой стороне (пользователю) за соответствующую плату и на определенный или неопределенный срок права на использование фирменного наименования, на коммерческую информацию, на товарный знак, знак обслуживания и т.д. Сторонами по договору коммерческой концессии могут быть юридические и физические лица, зарегистрированные в качестве индивидуальных предпринимателей.

**1.2 Критерии эффективности франчайзинга**

По моему мнению, главное, что нужно начинающему предпринимателю при приобретении франшизы, — это то, что он может использовать уже проработанные и успешно показавшие себя технологии, работать под известной и популярной маркой, обучаться и получать необходимые наставления и консультации. Все это могут предоставить те люди, которые уже имеют опыт знания и познали тонкости в предпринимательстве. Система ведения бизнеса, которая носит название «франчайзинг», как раз дает необходимые возможности для реализации всего этого.

Помимо единовременного взноса и капиталовложений в основные фонды, франчайзер может определить регулярную плату за рекламу торговой марки, которую использует франчайзи. Обычно, эта плата составляет от 1 до 5% от выручки.

Плюсом приобретения франшизы, также, является то, что приобретая ее, Вы можете использовать оборудование и технологии компании, франчайзер приобретает сырье и материалы, полуфабрикаты и рецептуры, мебель и униформу. Помимо единовременного взноса и капиталовложений в основные фонды, франчайзер может определить регулярную плату за рекламу торговой марки, которую использует франчайзи. Обычно, эта плата составляет от 1 до 5% от выручки.

1.3 Основные виды франчайзинга

Неотъемлемым фактором успешного открытия собственного малого бизнеса является четкое и полное знание предпринимателем сущности франчайзинга, его разновидности, структуры, преимуществ и возможных рисков при его использовании. Франчайзинг может быть определен как способ доставки продукции или услуг потребителю, способ развития бизнеса и завоевания рынка на основе кооперации материальных и финансовых средств и усилий различных предприятий.

Выделяют три основных вида франчайзинга.

* **Товарный франчайзинг;**
* **Производственный франчайзинг;**
* **Деловой франчайзинг или франчайзинг бизнес формата.**
* **Товарный франчайзинг**

Товарный франчайзинг используется, в основном, в торговой сфере. Франчайзи получает право реализовывать товары, выпущенные франчайзером или под его торговой маркой. Франчайзинговый договор устанавливает ассортимент услуг и товаров, технологию продаж и четкие правила использования торговой марки производителя. Франчайзинг товара популярен в секторах, где успехи продаж в значительной степени диктуются квалифицированностью продавца – например, в торговле автомобилями бытовой и электронной техникой, одеждой и обувью. Примером товарного франчайзинга является фирменный магазин по продаже обуви или одежды.

* **Производственный франчайзинг**

Франчайзи получает право на производство и продажу продукции под фирменным знаком франчайзера. Франчайзи также получает технологию и ключевое сырье. При этом оговариваются требования к производственному процессу, объёму выпускаемой продукции, её качеству, планы продаж, квалификация персонала, отчетность. Производственный франчайзинг может быть применен к различным отраслям промышленности: изготовлению пищевой продукции, мебели, производству строительных материалов и др.

* **Деловой франчайзинг**

Франчайзер передает партнеру не только права продаж, но и лицензию на организацию данного вида бизнеса. В документах четко оговаривается концепция бизнеса, даются подробные инструкции по обучению сотрудников, требования к оформлению интерьера, к униформе персонала. Регламентируется рекламная политика, ведение отчетности, взаимоотношения с поставщиками товара. У делового франчайзинга, ввиду его комплексной природы, самые разные точки приложения: продуктовые супермаркеты, магазины розничной торговли, гостиницы, точки общественного питания, образовательные центры  и др. Его популярность растет с каждым годом, и, по оценкам специалистов, это один из наиболее перспективных и устойчивых к кризису видов ведения бизнеса.

**1.4 Преимущества и недостатки франчайзинга**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Преимущества и недостатки**  | **Для франчайзера** | **Для франчайзи** |
| **Преимущества** | 1. Быстрое внедрение на новые рынки при минимальных вложениях2. Франчайзер сам определяет территорию ведения бизнеса 3. Снижение риска финансовых потерь4. Получение дополнительного дохода за счет роялти  | 1. Защита от рисков 2.Поддержка со стороны франчайзера (обучение, наставление, обучение персонала и т.д.) 3. Вы не должны создавать фирменный знак и можете начать работать эффективно сразу, с пустого места. Можно полагаться на репутацию, которая заработана предприятием до этого.4. Облегчение доступа к кредитным ресурсам, поскольку франчайзер может выступать гарантом по кредитам. |
| **Недостатки** | 1. Необходимость кропотливой работы с франчайзи, от которой фактически зависит успех бизнеса в целом.2. Возможность ухода особенно успешных франчайзи в «свободное плаванье»3. Затраты на обучение персонала франчайзи, контроль за исполнением условий франшизы. | 1. Ограничение в идеях2. Зависимость от репутации товарного знака3. Отсутствие быстрого выхода из бизнеса, т. к. договор обычно заключается на долгий срок.4. Ежемесячная выплата роялти.  |