

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
**«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Школа инженерного предпринимательства
Направление подготовки 27.03.05 Инноватика

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

Тема работы			
Франчайзинг как эффективная форма инновационного развития бизнеса			
УДК 005.591.43:316.422:334.012.32			
Студент			
Группа	ФИО	Подпись	Дата
3н51	Глушко В.А.		

Руководитель

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент	Корниенко А.А.	к.т.н		

КОНСУЛЬТАНТЫ:

По разделу «Социальная ответственность»

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Старший преподаватель	Фех А.И.			

Нормоконтроль

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Ассистент	Акчелов Е.О.			

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ:

Руководитель ООП	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент	Корниенко А.А.	к.т.н.		

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
**«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Школа инженерного предпринимательства
Направление подготовки 27.03.05 Инноватика
Уровень образования бакалавриат
Период выполнения (осенний / весенний семестр 2018/2019 учебного года)

Форма представления работы:

Бакалаврская работа

**Франчайзинг как эффективная форма инновационного развития
бизнеса**

**КАЛЕНДАРНЫЙ РЕЙТИНГ–ПЛАН
выполнения выпускной квалификационной работы**

Срок сдачи студентом выполненной работы:

Дата контроля	Название раздела (модуля) / вид работы (исследования)	Максимальный балл раздела (модуля)
	Определение темы ВКР и получение задания	20
	Подбор и изучение материалов по теме исследования	20
	Анализ деятельности компании	20
	Анализ рынка аренды автомобилей	20
	Разработка рекомендаций по повышению эффективности франшизы	20

Составил преподаватель:

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент	Корниенко А.А	к.т.н.		

Принял студент:

ФИО	Подпись	Дата
Глушко В.А.		

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель ООП	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент	Корниенко А.А.	к.т.н.		

Планируемые результаты обучения по направлениям подготовки

27.03.05 Инноватика

Код результата	Результат обучения (выпускник должен быть готов)
P1	Использовать логически верную, аргументированную и ясную речь на русском и одном из иностранных языков в рамках осуществления межличностной и групповой коммуникации в деловом взаимодействии.
P2	Анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции, воспринимая межкультурное разнообразие общества в социально–историческом, этическом и философском контекстах.
P3	Понимать значения гуманистических ценностей, принимать на себя нравственные обязательства по отношению к обществу и природе для сохранения и развития цивилизации, использовать методы и средства физической культуры для обеспечения социальной и профессиональной деятельности, следовать принятым в обществе и профессиональной среде этическим и правовым нормам, использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности, использовать приемы оказания первой помощи, методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций.
P4	Использовать основные положения и методы социальных, гуманитарных, философских и экономических наук, законы естественнонаучных дисциплин, методы, способы, средства и инструменты работы с информацией в профессиональной деятельности в процессе самоорганизации и самообразования, в т. ч. для формирования мировоззренческой позиции.
P5	Находить и принимать решения в нестандартных ситуациях, нести ответственность за принятые решения; организовать работу исполнителей, находить и принимать управленческие решения в области организации работ по проекту и нормированию труда, управления персоналом с соблюдением основных требований информационной безопасности, правил производственной безопасности и норм охраны труда.
P7	Применять знания математики, физики и естествознания, химии и материаловедения, теории управления и информационные технологии для выбора и обоснования оптимальности проектных, конструкторских и технологических решений; выбирать технические средства и технологии, учитывая экологические последствия реализации проекта и разрабатывая меры по снижению возможных экологических рисков, применять знания истории, философии, иностранного языка, экономической теории, русского языка делового общения для организации инновационных процессов.
P8	Применять конвергентные и мульти дисциплинарные знания, современные методы исследования и моделирования проекта, использовать современные информационные технологии и инструментальные средства, в том числе пакеты прикладных программ деловой сферы деятельности, сетевые компьютерные технологии и базы данных для решения прикладных инженерно–технических и технико–экономических задач, исследования и моделирования, разработки и управления проектом, выполнения работ по сопровождению информационного обеспечения и систем управления проектами.
Профиль «Предпринимательство в инновационной деятельности»	

Р6	Анализировать проект (инновацию) как объект управления, систематизировать и обобщать информацию по использованию и формированию ресурсов, затратам, рискам реализации проекта, использовать нормативные документы по качеству, стандартизации в практической деятельности, излагать суть проекта, представлять схему решения.
Р9	Использовать когнитивный подход и воспринимать (обобщать) научно–техническую информацию, отечественный и зарубежный опыт по тематике исследования, спланировать необходимый эксперимент, получить адекватную модель и исследовать ее.
Р10	Разрабатывать проекты реализации инноваций с использованием теории решения инженерных задач и других теорий поиска нестандартных, креативных решений, формулировать техническое задание, использовать средства автоматизации при проектировании и подготовке производства, составлять документацию, презентовать и защищать результаты проделанной работы в виде статей и докладов.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
**«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Школа инженерного предпринимательства
Направление подготовки 27.03.05 Инноватика

УТВЕРЖДАЮ:
Руководитель ООП

(Подпись) (Дата) (Ф.И.О.)

ЗАДАНИЕ

на выполнение выпускной квалификационной работы

В форме:

Бакалаврской работы

(бакалаврской работы/магистерской диссертации)

Студенту:

Группа	ФИО
3н51	Глушко В.А.

Тема работы:

Франчайзинг как эффективная форма инновационного развития бизнеса	
Утверждена приказом Директора ШИП	№1998/с от15.03.2019
Срок сдачи студентом выполненной работы:	

ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ:

Исходные данные к работе	Публикации в периодической печати, отчетность организации, самостоятельно собранный материал
Перечень подлежащих исследованию, проектированию и разработке вопросов <i>(соотносится с названием параграфов или задачами работы).</i>	Изучить теоретические аспекты франчайзинга, проанализировать рынок автопроката в г. Томске, разработать рекомендации по повышению

	эффективности франшизы
Перечень графического материала	<p>Рисунок 1 – Работа франчайзинга</p> <p>Рисунок 2 – Схема отношений при товарном франчайзинге</p> <p>Рисунок 3 – Отношения при производственном франчайзинге</p> <p>Рисунок 4 – Отношения при сервисном франчайзинге</p> <p>Рисунок 5 – Отношения в бизнес формате франчайзинга на примере ресторана</p> <p>Рисунок 6 – Динамика развития франчайзинга на территории РФ</p> <p>Рисунок 7 – Структура франчайзинга в РФ</p> <p>Рисунок 8 – Запросы по фразе «Автопрокат Томск»</p> <p>Рисунок 9 – Сезонность запросов «Автопрокат Томск»</p> <p>Рисунок 10 – Количество запросов «РосАвтоПрокат Томск»</p> <p>Таблица 1 – Сравнительная характеристика видов франчайзинга</p> <p>Таблица 2 – По данным компании E.M.T.G. и Всемирного совета по франчайзингу (WFC)</p> <p>Таблица 3 – Сравнение конкурентоспособности франшиз автопроката г. Томска</p>

	Таблица 4 – Анализ слабых и сильных сторон франшизы «РосАвтоПрокат» Таблица 5 – Возможности и угрозы Таблица 6 – Возможные опасные и вредные факторы Приложение А – Преимущества и недостатки франчайзинга
Консультанты по разделам выпускной квалификационной работы <i>(с указанием разделов)</i>	
Раздел	Консультант
По разделу «Социальная ответственность»	Фех А.И., старший преподаватель

Дата выдачи задания на выполнение выпускной квалификационной работы по линейному графику	17.12.2018
---	------------

Задание выдал руководитель

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент	Корниенко А.А	к.т.н.		

Задание принял к исполнению студент:

Группа	ФИО	Подпись	Дата
Зн51	Глушко В.А.		

Реферат

Выпускная квалификационная работа 68 страниц, 10 рисунков, 6 таблиц, 29 использованных источников, 1 приложение.

Ключевые слова: ООО «Дарья Групп», «РосАвтоПрокат», франчайзинг, франшиза инновации, прокат автомобилей.

Объектом исследования является франшиза «РосАвтоПрокат», представителем услуг в г. Томске которых является ООО «Дарья Групп».

Цель работы – провести анализ конкурентоспособности франшизы, на основе полученных данных разработать рекомендации по возможной модификации модели франчайзинга.

Предметом исследования является модель предоставляемых услуг франшизы.

Актуальность работы обусловлено увеличением количества компаний предоставляющих вид услуг по аренде автомобиля на необходимый срок, что вызывает повышение конкуренции.

В процессе исследования проведён анализ конкурентоспособности компании франшизы «РосАвтоПрокат» на рынке проката автомобилей в г. Томске.

В результате были разработаны рекомендации для повышения уровня конкурентоспособности франшизы и способа ее продвижения в других регионах России.

Оглавление

Введение	11
1 Франчайзинг как модель ведения бизнеса	13
1.1 Ключевые понятия, модели франчайзинга, их преимущества и недостатки	13
1.2 Современное состояние и перспективы развития франчайзинга	21
1.3 Франчайзинг как инструмент развития малого и среднего бизнеса в России	25
2 Франчайзинг как форма инновационного развития бизнеса на примере франшизы «РосАвтоПрокат»	30
2.1 Компания ООО «Дарья Групп», виды ее деятельности и организация бизнеса	30
2.2 Анализ рынка предоставления услуг аренды автомобиля в городе Томске, оценка конкурентоспособности франшизы «РосАвтоПрокат»	33
2.3 Франчайзинговая модель как фактор инновационного развития «РосАвтоПроката»	41
2.4 Рекомендации по повышению эффективности франшизы «РосАвтоПрокат» и дальнейшему инновационному развитию бизнеса	47
3 Социальная ответственность	51
3.1 Правовые и организационные вопросы обеспечения безопасности	52
3.2 Профессиональная социальная безопасность	53
3.3 Экологическая безопасность	58
3.4 Безопасность в чрезвычайных ситуациях	59
Заключение	61
Список использованных источников	63
Приложение А (информационное) Преимущества и недостатки франчайзинга	66

Введение

Актуальность работы обусловлена увеличением конкурентов на рынке аренды авто, что ведет за собой ужесточением конкуренции, что вынуждает организации искать способы привлечения потенциальных клиентов.

Объектом исследования является франшизы «РосАвтоПроката», представителем услуг в г. Томске которых является ООО «Дарья Групп».

Предметом исследования является модель предоставляемых услуг франшизы.

Цель работы – провести анализ конкурентоспособности франшизы, на основе полученных данных разработать рекомендации по возможной модификации модели франчайзинга.

Для достижения данной цели необходимо решить следующие задачи:

1. изучить особенности франчайзинга как формы ведения бизнеса и существующие модели франчайзинга;
2. охарактеризовать организацию ООО «Дарья Групп»;
3. проанализировать рынок аренды автомобилей в г. Томске
4. провести сравнительный анализ ООО «Дарья Групп» и ее конкурентов на рынке аренды авто;
5. разработать рекомендации по модификации действующей модели франчайзинга.

Структурно работа состоит из двух разделов:

В первом разделе рассматривается франчайзинг как модель ведения бизнеса: исследуются преимущества и недостатки франчайзинга, современное состояние и перспективы развития. Уделяется внимание франчайзингу как модели ведения малого и среднего бизнеса

Во втором разделе франчайзинг рассматривается как инструмент инновационного развития бизнеса на примере франшизы «РосАвтоПрокат». Во втором разделе дана характеристика ООО «Дарья

Групп», анализируется рынок предоставления услуг по аренде автомобилей в г. Томске, оценивается конкурентоспособность франшизы «РосАвтоПрокат». По результатам анализа предлагаются рекомендации по повышению эффективности франшизы.

1 Франчайзинг как модель ведения бизнеса

1.1 Ключевые понятия, модели франчайзинга, их преимущества и недостатки

В наше время на потребительском рынке России действует модель ведения бизнеса своеобразной формы интеграции крупного и малого бизнеса – франчайзинг.

Франчайзинг – бизнес покупка.

Франчайзинг – это предпринимательская деятельность, согласно которой на договорной основе одна сторона (франчайзор) передает другой стороне (франчайзи) за вознаграждение право использования: знаков для товаров и услуг, фирменного наименования, услуг и производства товаров, технологического процесса, специализированного оборудования. Франшиза – право на работу в сети под конкретной торговой маркой ТМ (Trade Mark), включая все вышеуказанные понятия. Договор коммерческой концессии – договор между франчайзором и франчайзи, регламентирующий использование франшизы. Наглядный пример в рисунке 1.

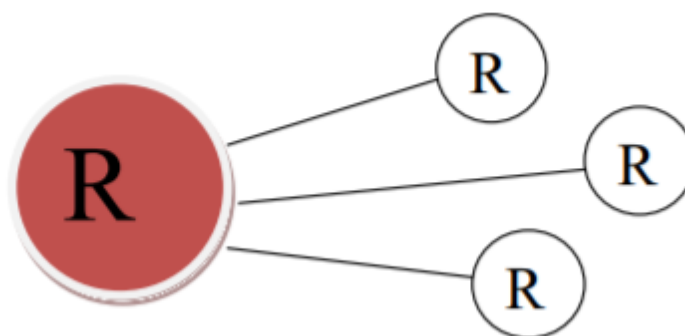


Рисунок 1 – Работа франчайзинга

Франчайзинг следует понимать следующим образом:

- форма организации и осуществления предпринимательской деятельности на основании кооперации материальных и финансовых ресурсов и усилий различных предприятий;
- сделка, при которой производитель или единоличный распространитель продукции или услуги, которые защищены товарным

знаком, дает эксклюзивные права на распространения на определенной территории своей продукции или услуг независимым предпринимателям (розничным торговцам) в обмен на получение от них платежей (роялти) при условии соблюдения технологий производственных и обслуживающих операций.

Правовые и деловые взаимоотношения между субъектами франчайзинга определяются франчайзинговой соглашением, по которому одно лицо (франчайзор), которая имеет разработанную систему ведения определенной деятельности, дает разрешение другому лицу (Франчайзи) использовать эту систему в соответствии с требованиями франчайзора в обмен на вознаграждение (компенсацию). Эта система называется франшизная система, или франшиза (от англ. franchise – привилегия, льгота, особое право).

Одним из ключевых понятий в системе франчайзинговых отношений является франшиза (франчайзинговый пакет), то есть полная бизнес–система, включая пособия по ведению работ, программное обеспечение, документацию и другие материалы, которые франчайзор передает франчайзи. Наличие франшизы позволяет последнем работать достаточно эффективно, даже при отсутствии предыдущего опыта и знаний в определенной сфере бизнеса[22].

Франчайзинговая система как особый метод ведения коммерческой деятельности строится с самого начала таким образом, чтобы франчайзор получил выгоду от быстрого роста при ограниченном риске, а франчайзи – от того, что входит в проверенную коммерческую систему, то есть получил уже опробован и достигнутый успех на рынке. Этот метод относится к франчайзингу второго поколения и чаще всего называется деловым франчайзингом, или франчайзингом бизнес–формата. Предприятия гостеприимства применили этот метод первыми.

Франчайзор заинтересован в привлечении в свою рыночную сеть новых партнеров. С этой целью он готовит для заинтересованных лиц

документы, наиболее важным из которых является Стандартный пакет франчайзингового предложения (UFOC – Uniform Franchise Offering Circular). Этот документ предоставляет франчайзи информацию о том, кто является франчайзор, какой характер имеет его бизнес.

Правоотношения между франчайзором и франчайзи закрепляются подписанием договора. В договоре франчайзинга франчайзор предоставляет франчайзи право на использование своего фирменного знака, технологии и методов работы, системы резервирования, отработанных маркетинговых процедур, системы скидок и т.д. Обязательным условием такого договора является участие франчайзора в формировании рыночной стратегии франчайзи.

Франчайзинг распространяется на любую хозяйственную деятельность, для которой разработаны процессы производства, переработки и продажи товаров и услуг.

Франшиза

Франшиза – это полная бизнес система, которую франшизор продает франчайзи. Другим названием для подобной системы служит франчайзинговый пакет, который обычно включает пособия по ведению работ и другие важные материалы, принадлежащие франшизор[8].

Любой вид бизнеса можно превратить во франшизу. Международная Ассоциация Франчайзинга (мировой центр распространения франчайзинга. Является независимой, некоммерческой организацией расположенной в Вашингтоне) выделяет около семидесяти отраслей хозяйства, в которых можно использовать методы франчайзинга. Такие как: обучение, образование, кафе и рестораны, фотостудии, риэлтерские услуги, прокат специального оборудования, туристические агентства и т.д.

Франчайзор.

Франчайзор – это компания или человек, который передаёт лицензию или право использовать свой товарный знак, ноу–хау и операционные системы. Например, франчайзор создаёт успешный продукт или услуги, аренда автомобилей на недлительный срок. Франчайзор исследует и развивает бизнес, вкладывает свои средства на его продвижение, создаёт положительный облик и узнаваемое имя («бренднэймг»). После того как компания доказала прибыльность своей бизнес концепции и успешные тенденции этого бизнеса, она может начать предлагать бизнесменам, которые хотят повторить подобный успех, купить ее франшизу.

Франчайзи.

Франчайзи – это лицо или компания, которые приобретают возможность обучения и помощь в создании бизнеса у хозяина торговой марки, и выплачивает сервисную плату (роялти – компенсация расходов франчайзера, за оказанную помощь) за использование товарного знака, ноу–хау и системы ведения работ франчайзера. Покупатель сам оплачивает затраты на создание бизнеса. Очень часто франчайзор предоставляет очень выгодные условия (скидки) на важные поставки (материалы, расходные средства). Эти условия (скидки) всегда дают возможность франчайзи покупать продукты у поставщика по более низкой цене, и таким образом это стоит дешевле, чем развивать бизнес без самостоятельно. Франчайзи делает первоначальный взнос за помощь по созданию и открытию бизнеса. Франчайзи принимает на себя обязанность выплачивать ежемесячные взносы за право пользование торговым знаком и бизнес системой и за поддержку, обучение и консалтинг, предоставляемые франчайзором. Если все идет по плану, то франчайзи ведет прибыльный бизнес, и его прибыль превосходит затраты.

В Приложении 1 будут представлены преимущества и недостатки франчайзинга.

На сегодняшний день франчайзинговые системы можно разделить по многим критериям. Рассмотрим самую популярную классификацию:

1. Согласно продукту, который реализуется через франшизу, франчайзинг бывает: торговый франчайзинг, сервисный франчайзинг, производственный франчайзинг, и смешанный;

2. Согласно ноу-хау франчайзера: франчайзинг дистрибуции продукта, франчайзинг бизнес-формата;

3. Согласно организации системы: прямой франчайзинг, субфранчайзинг, развитие территории и мастер-франчайзинг.

Товарный франчайзинг представляет собой продажу товаров, производимых франчайзером. Он также предоставляет право использовать разработанную методику продаж и товарный знак, при этом осуществляется поддержка в оформлении торговой точки, выборе ассортимента, обучении персонала.

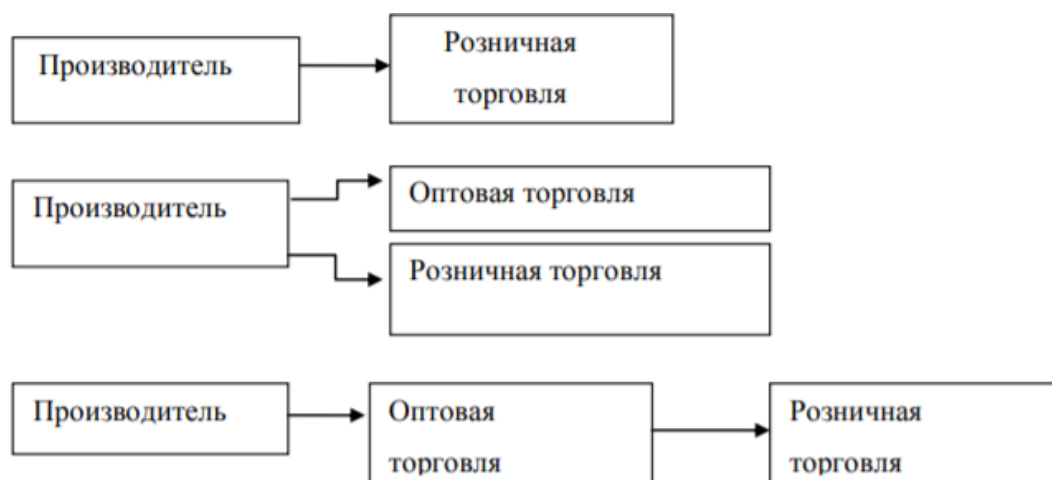


Рисунок 2 – Схема отношений при товарном франчайзинге

Производственный франчайзинг – это наиболее эффективная организация производства определенного вида продукции. В этом случае фирма, владеющая технологией изготовления некоего продукта, продает местным или региональным заводам сырье для изготовления (например, завод по разливу безалкогольных напитков).

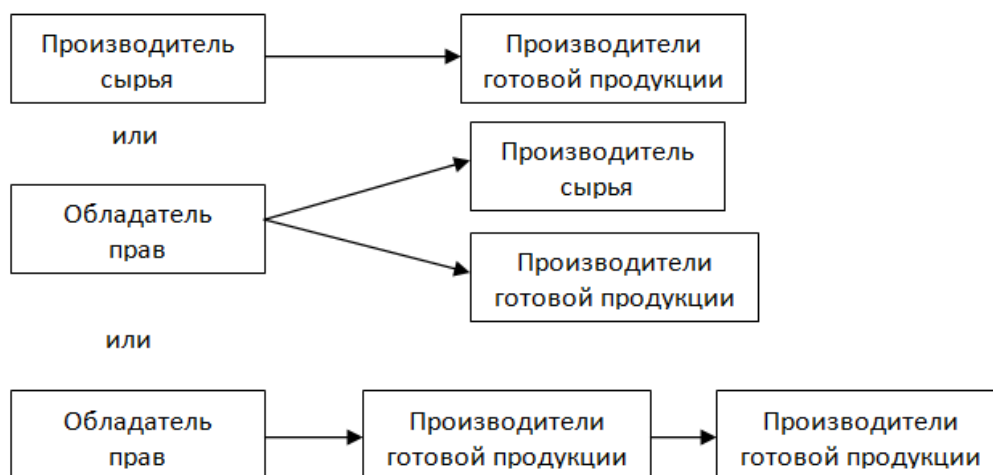


Рисунок 3 – Отношения при производственном франчайзинге

Сервисный франчайзинг относится к сфере услуг. Франчайзи покупает право заниматься определенным видом деятельности под торговой маркой франчайзера. Он становится своеобразным филиалом и представителем солидной фирмы. Ему вручается, как правило, пакет из нескольких запатентованных прав, при этом он обязан вкладываться в рекламную деятельность по продвижению продукции. Именно по такой схеме в разных регионах открываются сети туристических фирм, кофеен, бистро.

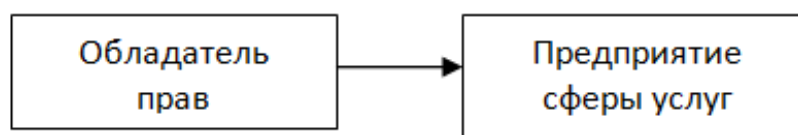


Рисунок 4 – Отношения при сервисном франчайзинге

Производственный франчайзинг является наиболее эффективной организацией производства определенного вида продукции, например таких напитков как кока-кола, фанта, спрайт. Фирма, обладающая секретом производства и запатентованной технологией изготовления, обеспечивает франчайзи сырьем и передает права на использование своей технологии. Наиболее ярким представителем, использующим систему производственного франчайзинга, является компания Coca-Cola.

Смешанный франчайзинг – сочетает в себе признаки предыдущих видов. Франчайзер может быть производителем товара, а франчайзи занимается реализацией его товара через свою франчайзинговую точку и одновременно предоставляет услуги связанные с использованием этой продукции.

Франчайзинг дистрибуции продукта характеризуется тем, что франчайзер делает ставку на интенсивное количественное развитие франчайзинговой сети, то есть увеличение территории сбыта своего товара. Франчайзи имеет право на продажу ассортимента товаров или предоставления перечня услуг под торговой маркой франчайзера.

Франчайзинг бизнес – формата является наиболее комплексным. Франчайзер передает франчайзи товарный знак, технологию ведения бизнеса, свои конкурентные преимущества и оказывает поддержку на всем протяжении действия договора. При этом ведение бизнеса осуществляется по единой методологии. Франчайзи полностью идентифицируется с франчайзером и становится частью общей корпоративной системы.



Рисунок 5 – Отношения в бизнес формате франчайзинга на примере ресторана

Ниже в таблице 1 будет представлена сравнительная характеристика видов франчайзинга

Таблица 1 – Сравнительная характеристика видов франчайзинга

Вид франчайзинга	Тип франшизы	Достоинства	Недостатки
Товарный франчайзинг	Товар	Этот вид франчайзинга прост в использовании	Франчайзи работает в ограниченной сфере деятельности, узкая специализация
Производственный франчайзинг	Технология/ исходный компонент	Франчайзеру легко контролировать франчайзи, высокая эффективность	Необходимы большие начальные затраты на приобретение франшизы, франчайзи сильно зависит от франчайзера
Деловой франчайзинг	Модель франшизного бизнеса	Большая сфера применения, быстрая приспособляемость к условиям рынка	Инициативность франчайзи часто подавляется чрезмерной регламентацией деятельности

Прямой франчайзинг является самым простым и наиболее распространенным методом развития сети. Договор на открытие одной точки заключается непосредственно между франчайзером и франчайзи.

Контроль, поддержка, предоставление сопутствующих услуг и прочее описанное в договоре выполняется самим франчайзером.

Развитие территории – при данном виде франчайзер предоставляет право на открытие определенного количества франчайзинговых точек на оговоренной территории в установленные сроки. Обычно привлекаются суб–франчайзи, которые уже имеют право работать под торговой маркой франчайзера.

Субфранчайзинг отличается тем, что франчайзер вместе с заключением договора предоставляет франчайзи часть своих прав, например, право продажи франшизы третьим лицам. Передача прав также свидетельствует о переходе ответственности за развитие территории франчайзи.

Мастер – франчайзинг подразумевает полное делегирование своих полномочий. Франчайзи получает практически такие же права и обязанности как и франчайзер. Он получает полное право создавать предприятия и продавать франшизу третьим лицам. Обычно этот вид франчайзинга имеет очень крупные масштабы – территорией развития может быть целая страна или сразу несколько стран.

Среди выделенных видов франчайзинга наиболее медленному освоению рынка соответствует прямой франчайзинг, наиболее агрессивными методами завоевания рынка, считаются субфранчайзинг и мастер–франчайзинг.

1.2 Современное состояние и перспективы развития франчайзинга

В настоящее время франчайзинг приобрел общее признание и стал особенно актуальным во всем мире. Много стран создали для развития франчайзинга выгодные условия и достигли значительного роста количества фирм, которые используют данную модель ведения бизнеса.

Привлекательность франчайзинга объясняется комплексным характером отношений, достаточно высоким уровнем их прозрачности, а

также преимуществами взаимовыгодных системных связей, что, в свою очередь, позволяет сформировать однородную сеть с эффективным распределением капиталовложений; создать широкую систему сбыта товаров и услуг; усилить конкурентные преимущества членов сети по отношению к другим участникам аналогичного рынка; обеспечить возможность более быстрого выхода на рынок с минимальными рисками новых представителей системы. Функционирование сферы услуг по формату франчайзинга, является высокоэффективной формой организации коммерческой деятельности, имеет высокий уровень доходности и достаточно низкий уровень риска.

Сегодня франчайзинг получил развитие во многих отраслях хозяйства.

Франчайзинг признан в мире как наиболее прогрессивная форма ведения бизнеса и широко распространен в зарубежной практике.

В России франчайзинг получил известность с приходом на рынок таких крупных компаний как «PizzaHut», «Kodak», «McDonalds», «Coca-Cola» и других хорошо известных в мире компаний. Однако, существующая система экономики и отсутствие правового регулирования этого направления не позволило развивать этот формат в России до 1996 года.

Основные проблемы, сдерживающие развития франчайзинга в РФ можно классифицировать по причинам их возникновения:

1. Экономические проблемы;
2. Социально–психологические проблемы;
3. Образовательные проблемы;
4. Правовые проблемы.

Экономические проблемы.

К данным проблемам можно отнести нестабильность развития экономики РФ, франчайзинговая схема требует стабильность и

предсказуемость экономики. Отсутствие у большинства предпринимателей стартового капитала для приобретения прав на франшизу. Сложность и порой невозможность получения кредитов для стартового капитала.

Правовые проблемы.

Франчайзинг это экономический инструмент и большинство его проблем связано с экономической стороны, но существует и одна главная проблема, которая мешает развитию франчайзинга в РФ, это отсутствие правового обеспечения для франчайзинга в России.

Социально–психологические проблемы

К таким проблемам относятся:

- Отсутствие опыта и боязнь провала как у франчайзера, так и у франчайзи;
- Отсутствие должного уважения к интеллектуальной собственности;
- Боязнь потерять себя как предпринимателя и бизнесмена.

Образовательные проблемы.

Они связаны с тем, что в стране слабо развита подготовка к предпринимательской деятельности.

Решение образовательных проблем связано с необходимостью создания сети учебных и консультационных центров по франчайзингу, что требует решения чисто экономических проблем. В то же время образовательные проблемы франчайзинга приведут к расширению познаний франчайзи в области права и экономики.

Как видно из сказанного выше, взаимосвязь экономических, организационно–правовых, социально–психологических и образовательных проблем франчайзинга возможно только в комплексе, когда решение одной проблемы связано с необходимостью решения других.

Ниже на рисунке 6 будет представлена динамика и прогноз развития франчайзинга на территории РФ до 2025 года.

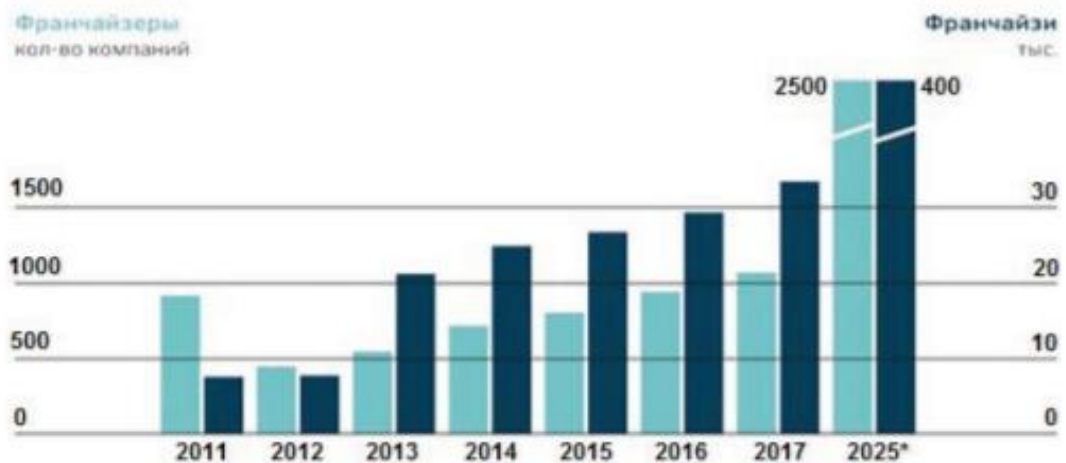


Рисунок 6 – Динамика развития франчайзинга на территории РФ

Лидерами на территории РФ по количеству открытых франшиз, являются рестораны быстрого питания такие как «SUBWAY», «KFC» и «MacDonalds». По данным аналитического отдела Российской Ассоциации Франчайзинга, в 2017 году в РФ наблюдался большой подъём интереса к такому виду бизнеса, как франчайзинг. За 2017 год в РФ появилось 123 компании разрабатывающих франшизы для открытия бизнеса.

На 2016 год Россия по данным компании E.M.T.G. и Всемирного совета по франчайзингу является лидером по количеству роста франчайзинговых компаний (98% за три года) что можно увидеть в таблице 2.

Таблица 2 – По данным компании E.M.T.G. и Всемирного совета по франчайзингу (WFC)[26]

Страны	Количество франчайзеров	Количество франчайзи	Количество объектов сетей	Количество занятых в сетях (чел.)	Процентное отношение к GDP (ВВП страны)
РФ	485	8,615	20,731	277,480	–
США	2,200	250,000	854,511	21,000,000	15%
Великобритания	842	34,800	34,800	465,000	–
Франция	1,369	51,600	53,002	82,587	–
Германия	960	58,000	58,000	452,000	–
Бразилия	1,643	79,988	–	–	–
Корея	2,500	240,000	–	1,200,000	8.5%

1.3 Франчайзинг как инструмент развития малого и среднего бизнеса в России

Финансовый кризис 2008 года показал, что франчайзинг может быть ключом к установлению эффективного партнерства и защиты капитала в условиях инфляции и нестабильной экономики. Компании, развивающиеся по системе франчайзинга, оказались более жизнеспособными. Согласно данным Международной Ассоциации Франчайзинга во время кризиса потерпели неудачу только 6% предприятий развивающихся по франчайзингу. В то время как, более 30% компаний малого и среднего бизнеса, работавших самостоятельно разорились.

В настоящее время в России около 500 компаний франчайзеров и почти 20000 франчайзи. Большинство франчайзинговых компаний представляют сферы продуктов питания и ресторанного бизнеса; розничной торговли одеждой и обувью; достаточно широко представлена сфера услуг. При этом доля иностранных франшиз на нашем рынке порядка 40%. Можно назвать такие известные бренды как: KFC, Subway, Baskin Robbins, Burger King, Синнабон, Pizza Hut; из ритейла это – Terranova, TOM TAILOR GmbH, CALLIOPE, Tommy Hilfiger, Mango и другие.

Наш рынок весьма привлекателен для развития новых западных брендов, которые в поисках партнеров в России. Международная Ассоциация Франчайзинга совместно с компанией Деловой базар представляет сегодня интересы следующих брендов для развития в нашей стране на условиях мастер франшизы: Fatburger, Dressed, Coffee Planet, Bar-B-Cutie, The Cheesecake Cafe. Каждая из предложенных концепций уникальна в своем роде. Это бренды доказавшие своим успехом на рынке эффективность своей концепции, что является лучшим доказательством надежности бизнеса[10].

Отечественные компании франчайзеры также показывают завидный прирост партнеров в последние 2 года. Наконец 2011 года российская компания «Экспресс Ритейл», развивающая франчайзинг сети Перекресток экспресс и Копейка, насчитывала 29 партнеров и 61 франчайзинговый магазин. Увеличение количества магазинов происходит как за счет увеличения количества партнеров, так и за счет увеличения количества магазинов одного франчайзи, что свидетельствует об успешности проекта. На начало 2012 года по схеме обратного франчайзинга в сети уже работают 8 партнеров и 24 магазина[27].

В индустрии фаст фуд следует выделить такие компании как Елки Палки, Иль Патио, Планета Суши, BurgerCLUB. Последняя демонстрирует просто фантастический рост в отрасли с высокой конкурентной средой: 29

франшизных предприятий за 2 года и заявка на открытие 20 новых ресторанов на ближайший год.

Область ритейла достойно представляют такие отечественные бренды как: Oggi, Savage, ТВОЕ, Sela, Gulliver, Буду Мамой, Love Republic и др. Традиционно наиболее активно развивающаяся отрасль франчайзинга.

Особо следует отметить прирост франшизных компаний в сфере услуг. Например, молодая компания Fast & Shine, открыла более 50 представительств за прошедший год, в некоторых городах действует несколько партнеров. Компания вышла на рынки Украины, Киргизии, Туркменистана и на данный момент готовит международный сертификат для поставок химической продукции в Европу. Все это благодаря новому уникальному продукту на рынке услуг.

Компания Меббери ни менее значимый бренд, сеть насчитывает 90 магазинов, в планах на этот год расширить ее до 150 представительств. Уникальность бренда основана на собственном производстве, представляющем сбалансированный востребованный на рынке ассортимент мебельной продукции

Сфера развлекательных услуг представлена компактными МиниСтудиями Dance Heads®, количество которых за прошлый год увеличилось в 86 раз. В этом году планируется открыть еще 50 студий.

Услуги кредитования представлены такими брендами как ФОСБОРН ХОУМ, Удобные Займы. Рынок кредитования растет, соответственно растет количество франшизных предприятий предоставляющих новые возможности для бизнеса.

Сувениры и подарки традиционно представлены широким спектром франшиз: Экспетро, Конфаэль, Gift Idea, Красный куб, Экспедиция и др.

Активно развиваются франшизы отрасли красоты и здоровья: EYEKRAFT, Кладовая Здоровья, ИВ РОШЕ, Инвитро, Active Lady далеко не полный перечень компаний данного сектора услуг.

Одним из главных тенденций прошедшего года можно считать увеличение франшизных предприятий в регионах России. Это обусловлено как перенасыщением столичного рынка, так и активным развитием бизнеса на местах.

Особо следует отметить активную позицию банковского сектора в развитии франчайзинг отрасли. ОАО Сбербанк России предлагает молодым предпринимателям помощь в запуске собственного бизнеса по франчайзингу. Кредитная программа «Бизнес старт» призвана активизировать интерес потенциальных франчайзи к запуску собственного дела под крылом сильного бренда. Финансовая группа «Лайф», представляющая собой объединение 7 самостоятельных коммерческих банков, также предлагает собственную программу кредитования для потенциальных франчайзи «Лайф франчайзинг»[9]. Ожидается, что этот список пополнится и другими финансовыми учреждениями, которые также захотят отхватить свой «кусочек пирога» в активно развивающемся мире франчайзинга.

Эксперты надеются, что популяризация франчайзинга будет способствовать снижению уровня дефрагментации нашей экономики и изменит структуру ВВП России в пользу увеличения доли малого и среднего бизнеса в его составляющем. Это в свою очередь должно уменьшить долю предприятий, ориентированных на экспорт сырья[11].

Укрепление позиций зарождающегося среднего класса является основным приоритетом государственной политики. Это дает основания надеяться на продолжение активного роста франчайзинг отрасли, как одного из главных инструментов развития малого и среднего бизнеса в стране. Структуру Российского франчайзинга можно увидеть на рисунке 7.



Рисунок 7 – Структура франчайзинга в РФ[12]

2 Франчайзинг как форма инновационного развития бизнеса на примере франшизы «РосАвтоПрокат»

2.1 Компания ООО «Дарья Групп», виды ее деятельности и организация бизнеса

Организация ООО «Дарья Групп» или Общество с Ограниченной Ответственностью "ДАРЬЯ ГРУПП" зарегистрирована 27 августа 2013 года местным органом ФНС "Межрайонная инспекция Федеральной налоговой службы №7 по Томской области". Компании были присвоены ОГРН 1137017017081 и ИНН 7017336700. Основной вид деятельности по ОКВЭД–2017: "Деятельность агентов по оптовой торговле текстильными изделиями, одеждой, обувью, изделиями из кожи и меха", дополнительные виды деятельности: "Прочие виды полиграфической деятельности", "Торговля розничная текстильными изделиями в специализированных магазинах", "Торговля розничная одеждой в специализированных магазинах", "Деятельность рекламных агентств". Фирма "ДАРЬЯ ГРУПП" официально зарегистрирована по адресу: 634027, Томская область, г. Томск, улица Ленская, дом 59/1, квартира 32. Директор – Шашов Максим Владимирович, ИНН 701900458203 [2].

На 2019 год основным видом деятельности компании является франшиза «РосАвтоПрокат», так же компания занимается другими видами дополнительной деятельности такими как (ниже числами будут указаны код и наименование вида деятельности):

- 46.16 Деятельность агентов по оптовой торговле текстильными изделиями, одеждой, обувью, изделиями из кожи и меха;
- 18.12 Прочие виды полиграфической деятельности;
- 47.51 Торговля розничная текстильными изделиями в специализированных магазинах;
- 47.71 Торговля розничная одеждой в специализированных магазинах;
- 73.11 Деятельность рекламных агентств;

- 77.11 Аренда и лизинг легковых автомобилей и легких автотранспортных средств (является основным видом деятельности организации);
- 49.32 Деятельность легкового такси и арендованных легковых автомобилей с водителем;
- 47.30 Торговля розничная моторным топливом в специализированных магазинах;
- 46.73 Торговля оптовая лесоматериалами, строительными материалами и санитарно–техническим оборудованием;
- 46.71 Торговля оптовая твердым, жидким и газообразным топливом и подобными продуктами.;
- 46.17 Деятельность агентов по оптовой торговле пищевыми продуктами, напитками и табачными изделиями;
- 77.12 Аренда и лизинг грузовых транспортных средств;
- 46.13 Деятельность агентов по оптовой торговле лесоматериалами и строительными материалами;
- 63.11.1 Деятельность по созданию и использованию баз данных и информационных ресурсов;
- 46.12 Деятельность агентов по оптовой торговле топливом, рудами, металлами и химическими веществами;
- 63.11 Деятельность по обработке данных, предоставление услуг по размещению информации и связанная с этим деятельность;
- 43.31 Торговля автомобильными деталями, узлами и принадлежностями;
- 55.90 Деятельность по предоставлению прочих мест для временного проживания;
- 45.20.3 Мойка автотранспортных средств, полирование и предоставление аналогичных услуг;
- 55.20 Деятельность по предоставлению мест для краткосрочного проживания;

- 45.20.1 Техническое обслуживание и ремонт легковых автомобилей и легких грузовых автотранспортных средств;
- 55.10 Деятельность гостиниц и прочих мест для временного проживания;
- 38.32.12 Сортировка неметаллических материалов для дальнейшего использования;
- 49.42 Предоставление услуг по перевозкам;
- 38.32.11 Сортировка металлических материалов для дальнейшего использования;
- 49.41 Деятельность автомобильного грузового транспорта;
- 38.32.1 Сортировка материалов для дальнейшего использования[1].

Как видно из списка компания имеет 27 зарегистрированных видов деятельности, 1 из них основной и 26 дополнительных.

Франшиза «РосАвтоПрокат» – крупнейшая сеть автомобильного проката в России.

Данная франшиза предлагает прокат легковых автомобилей для туристических поездок по стране и поездок на деловые встречи, так же найдутся и автомобили для тех, у кого свои средства передвижения находятся на ремонте[20].

Франшиза начала работу в сфере автопроката в начале 2009 года.

На сегодняшний день компания насчитывает более 600 легковых автомобилей, а штат компании уже перевалил за 200 человек.

Компания создала крупнейший в России сервис по сохранению базы недобросовестных клиентов автопроката, которым пользуются более 300 компаний по прокату в России и миру. Была разработана собственная CRM–система специально для автопроката. На сегодняшний день является единственной в мире. Более 250 автопрокатных организаций помимо франчайзи «РосАвтоПроката» пользуются данным сервисом арендуя CRM–систему. Данной CRM–системой пользуются не только российский

компании, но и прокатные организации в Турции, Таиланде, ОАЭ и даже в Доминикане

2.2 Анализ рынка предоставления услуг аренды автомобиля в городе Томске, оценка конкурентоспособности франшизы «РосАвтоПрокат»

Франшиза «РосАвтоПрокат» является лидирующей франшизой по количеству городов, в которых она ведет свою деятельность на начало 2019 года, франшиза была открыта в 55 крупных городах России. В Сибирской части компания работает в Кемерово, Томске, Омске и Новосибирске.

В г. Томске рынок насчитывает 7 компаний:

- «А–Прокат»;
- «Прокат–Центральный»;
- «Альянс автопрокат»;
- «АлиАвто»;
- «Сибирский Автопрокат»;
- «АвтоРеал 70»;
- «РосАвтоПрокат».

Из этих 7 компаний в сфере бизнеса франчайзинга представлены 2 компании это: РосАвтоПрокат и А–прокат.

Во время роста рынка автомобилей, растёт и рынок автопроката. Многие компании, которые находятся в близлежащих городах таких как: Новосибирск, Кемерово, готовы предоставить свои услуги на территории других городов. Что повышает конкуренцию в этой отрасли услуг. «РосАвтоПрокат» старается удерживать клиентов и приобретать новых клиентов, посредством акций и скидок постоянным клиентам.

Ниже в таблице 3 будут представлены сравнения компаний действующими на территории г. Томска.

Таблица 3 – Сравнение конкурентоспособности франшиз автопроката г. Томска

	РосАвтоПрокат [19]	А-прокат [18]	Авторокат Центральный [14]	Альянс Автопрокат [17]	Али Авто [16]	Сибирский автопрокат [22]	АвтоРейл 70 [15]
Возможность сдачи собственного авто в аренду	+	+	–	–	–	–	–
Предоплата	3000 рублей	От 2400 рублей	% от времени проката	100% оплата	100% оплата	5000 рублей	100% оплата + 4000 рублей залог
Количество автомобилей	23	9	18	17	7	8	5
Разные виды оплаты	+	+	+	+	–	+	–
Возможность аренды с водителем	+	+	+	+	+	+	–
Лимит пробега	–	300 км в сутки	300 км в сутки	300 км в сутки	300 км в сутки	200 км в сутки	350 км в сутки
Стаж вождения	От 3 лет	От 2 лет	От 5 лет	От 5 лет	От 3 лет	От 3 лет	От 3 лет
Возраст	От 25 лет	–	От 25 лет	От 25 лет	От 23 лет	От 23 до 73 лет	От 21 года
Возможность аренды иностранцам	+	+	–	–	–	–	–

Проведя анализ всех организаций предоставляющих аренду автомобилей в г. Томске можно сказать, что у франшизы «РосАвтоПрокат» одни из лучших условий для сотрудничества.

Данная франшиза предоставляет возможность сотрудничества с частными лицами путём сдачи ими личного автотранспорта. Что позволяет увеличить автопарк, тем самым привлечь большее количество

потенциальных клиентов. В этом сегменте у нее только один конкурент по данному признаку это «А–Прокат», компания так же позволяет частным лицам сдавать свой автотранспорт для сотрудничества.

При сдаче аренды автотранспорта в организации А–Прокат, арендодатель сам устанавливает стоимость суточной аренды за его автомобиль. При этом максимальный заработок арендодателя в месяц является 40 000 рублей. В «РосАвтоПрокате» существует фиксированная стоимость от 15 000 до 55 000 рублей в месяц.

У остальных компаний такая функция как сотрудничество с частными лицами аренды авто отсутствует.

Предоплата у всех компаний разная, но наиболее выгодной является так же предоплата у «РосАвтоПроката» 3 000 рублей. Самой же не выгодной является компания «АвтоРеал» 70, у которой для аренды автотранспорта необходимо предоставить 100% оплату всего времени аренды автомобиля и 4 000 залога.

Количество автотранспорта варьируется от 5 до 23 автомобилей. Самый большой выбор транспорта у «РосАвтоПроката», самый же маленький у «АвтоРеала 70». Что позволяет заполучить больше клиентов исследуемой франшизе.

В 2019 году большинство людей переходит на электронные деньги, что бы быстрее и легче оплачивать свои расходы. Поэтому разные виды оплаты является большим преимуществом в наше время. Почти у всех организаций кроме «АлиАвто» и «АвтоРеал 70» есть такая услуга как оплата удобными вам денежными средствами, такими как наличные или банковская карта.

Возможность аренды с водителем, так же важно для компании предоставляющей услуги аренды автотранспорта, частное или юридическое лицо, а так же компания может не иметь водительского удостоверения или водителя, но иметь необходимость в личном автотранспорте в другом городе. Поэтому возможность компании

предоставить авто с водителем повышает ее конкурентоспособность в данном сегменте рынка[25].

Лимит пробега является отрицательным фактором. Что ограничивает возможность передвижения. В каждой компании, в которой присутствует лимит, при превышении лимита за каждый последующий километр оплата составляет от 5 до 7 рублей. Так же в компаниях существует ограничение по передвижению, запрещён выезд из области, а в «АвтоРеал 70» даже выезд за пределы города. Что ограничивает туристические услуги.

Стаж вождения при некоторых условиях является положительным фактором для компании, что позволяет ей ограничить себя от водителей, которые провели за рулём автотранспорта мало времени. Что позволяет сократить издержки на ремонт авто. Но с другой стороны при слишком большом стаже теряется большая клиентская база.

Возможность аренды автомобиля иностранным лицам, повышает конкурентоспособность организации путём повышения потенциальных клиентов. Во время такой развитости туристического бизнеса возможность дачи аренды иностранным лица, увеличивает прибыль организации.

Так же для оценки конкурентоспособности франшизы «РосАвтоПрокат» необходимо провести анализ сильных и слабых сторон франшизы. Ниже в таблице 4 будут представлены сильные и слабые стороны франшизы[19].

Таблица 4 – Анализ слабых и сильных сторон франшизы «РосАвтоПрокат»

Сильные стороны	Слабые стороны
Наличие необходимых финансовых ресурсов	Плохое месторасположение
Наличие скидок	Отсутствие рекламы
Индивидуальная работа с клиентом	Стандартный вид франшизы

Продолжение таблицы 4

Наличие постоянных клиентов	Много конкурентов
Работа с организациями	Быстро растущий рынок
Возможность начала работы в странах СНГ	Отсутствие сотрудничества с сайтами типа booking.com
Большая клиентская база	
Дополнительные услуги	
Собственная CRM–система	
Разные пакеты франшизы	

Как видно из таблицы у франшизы «РосАвтоПрокат» больше сильных сторон, но так же присутствуют и слабые стороны, которые уменьшают популярность франшизы, отсутствие необходимой рекламы, так же отсутствие сотрудничества с сайтами типа booking.com которыми пользуется большинство иностранных туристов.

Собственная CRM–система позволяет регистрировать новых клиентов и иметь информацию о уже имеющихся, что позволяет уменьшить риски сотрудничества с недоброжелательными клиентами, и предоставлять систему акций и скидок для постоянных клиентов. Что способствует увеличению конкурентоспособности компании и зарекомендовать себя как одну из лучших компаний в разделе аренды авто.

Таблица 5 – Возможности и угрозы

1. Выход на новый рынок	1. Спад в экономике – уменьшения клиентской базы
2. Завоевание новых сегментов рынка	2. Возможность появления новых конкурентов в данном сегменте

Продолжение таблицы 5

3. Возможность расширения деятельности	3. Политические угрозы – уменьшение клиентской базы
4. Увеличение темпов роста рынка	

На основании SWOT – анализа, можно сказать, что деятельность, осуществляемая франшизой «РосАвтоПрокат» в целом положительна, франшиза имеет как сильные, так и слабые стороны. Руководству франшизы есть над, чем работать, стараясь избегать угроз. Отсутствие более сильных конкурентов позволяет завоёвывать более широкий охват клиентской базы.

Так же для оценки конкурентоспособности компании в 2019 году в эпоху развития интернета, необходимо провести анализ оценки пользовательского интереса для SEO–оптимизации и контекстной рекламы. А так же при помощи Wordstat Yandex оценить сезонность и географическую зависимость поисковых запросов.

Ниже на рисунке 8 показана статистика поисков фразы «Автопрокат Томск» за месяц май 2019 года. Как видно всего 73 запроса 47 из которых приходится на Сибирский федеральный округ, где 38 запросов исходят из Томской области.

Все Десктопы Мобильные Только телефоны Только планшеты Список Карта

Всего показов по фразе «автопрокат томск»: 73

Все	Регионы	Города	Показов в месяц	Региональная популярность
Россия			73	112%
Евразия			73	101%
Сибирский федеральный округ			47	691%
Томская область			38	10 344%
Северо-Западный федеральный округ			13	172%
Мурманская область			13	4 274%
Центральный федеральный округ			10	42%
Москва и Московская область			7	44%
Новосибирская область			6	329%
Кемеровская область			3	325%
Дальневосточный федеральный округ			2	87%
Курская область			2	468%
Камчатский край			2	2 562%
Уральский федеральный округ			1	17%
Владимирская область			1	184%
Ханты-Мансийский автономный округ - Югра			1	153%

Рисунок 8 – Запросы по фразе «Автопрокат Томск»

Для определения сезонности данного рынка на рисунке 9 будут показаны данные по сезонности запроса «Автопрокат Томск».

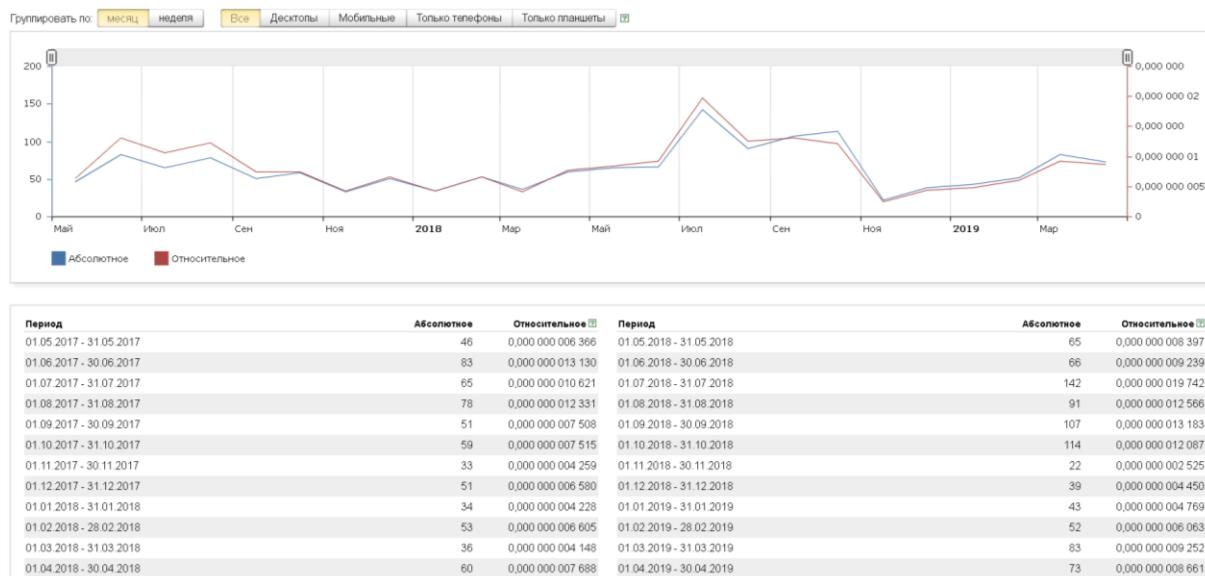


Рисунок 9 – Сезонность запросов «Автопрокат Томск»

Как видно из выше представленного рисунка 9, пик запросов пришёлся на июль 2018 года, а в целом данные по запросу стабильны, что говорит об отсутствии явной сезонности запросов автопроката.

Ниже на рисунке 10 будет представлена количество показов за май месяц 2019 года по запросам «РосАвтоПрокат Томск»

РосАвтоПрокат Томск Подобрать

По словам **По регионам** История запросов

Все **Десктопы** Мобильные Только телефоны Только планшеты Список Карта

Всего показов по фразе «росавтопрокат томск»: 19

Все	Регионы	Города	Показов в месяц	Региональная популярность
Россия			19	112%
Евразия			19	101%
Сибирский федеральный округ			17	961%
Томская область			14	14 642%
Томск			14	20 009%
Городской округ Томск			14	20 009%
Новосибирская область			3	632%
Новосибирск			3	730%
Городской округ Новосибирск			3	730%
Северо-Западный федеральный округ			1	51%
Южный федеральный округ			1	72%
Санкт-Петербург и Ленинградская область			1	76%
Краснодарский край			1	168%
Санкт-Петербург			1	87%

Рисунок 10 – Количество запросов «РосАвтоПрокат Томск»

Как видно из представленного выше рисунка 10 количество запросов составляет 19 штук, что составляет 24% от общего количества запросов по автопрокату. Исходя из того что рынок автопроката Томска составляют 7 компаний, «РосАвтоПрокат» занимает весомую часть рынка.

В начале мая компания ООО «Дарья Групп» начала сбор необходимых документов для возможности участия в тендерах на аренду обычных автомобилей и спецтехники. Что позволит ей иметь больше клиентов и тем самым повышать свою конкурентоспособность.

Из выше представленных данных сделать заключение, что франшиза «РосАвтоПрокат» предоставляет оптимальные условия для взаимодействия с ними. Как физическим, так и юридическим лицам. При этом «РосАвтоПрокат» зарекомендовал себя на рынке услуг автопроката в России и с каждым днём продолжает укреплять свои позиции, стараясь выходить на международный уровень.

2.3 Франчайзинговая модель как фактор инновационного развития «РосАвтоПроката»

В современных реалиях при достижении определенного уровня развития, компания начинает думать, как ей развиваться дальше. Как предоставлять свои услуги в других регионах, или даже странах. На этот вопрос есть несколько путей развития, открытие своих дочерних компаний, филиалов, или же создание франчайзинга.

Для начала нужно разобраться, как они друг от друга отличаются.

Дочерние компании – юридически самостоятельная компания, контрольный пакет акций или уставной капитал которой принадлежит другой компании[3].

Филиал – обособленное подразделение юридического лица, расположенное вне места нахождения юридического лица и осуществляющее все его функции или их часть, в том числе функции представительства[4].

Франшиза – коммерческая концессия — вид отношений между рыночными субъектами, когда одна сторона (франчайзер) передаёт другой стороне (франчайзи) за плату (паушальный взнос) право на определённый вид бизнеса, используя разработанную бизнес–модель его ведения. Это развитая форма лицензирования, при которой одна сторона (франчайзер) предоставляет другой стороне (франчайзи) возмездное право действовать от своего имени, используя товарные знаки и/или бренды франчайзера[6].

И так, что дочерняя компания и филиал полностью принадлежат головной компании, в то время как франшиза это право на ведение бизнеса по предоставленной модели.

При открытии филиала или дочерней компании, материнская компания испытывает большие риски. При неудачной попытке открытия компания может понести большие финансовые потери. А при дальнейшем

развитии бизнеса как франшизы, компания в своём роде защищает себя от некоторых рисков.

При продаже прав на бизнес франчайзер взимает плату, которая никаким образом не возвращается франчайзи. Поэтому если бизнес «провалился» в другом регионе, то ответственность полностью перекладывается на плечи франчайзи.

С таким же выбором столкнулась и компания «РосАвтоПрокат», основанная в 2009 году. Рынок аренды авто в России тогда еще был новым. И компания вышла на новый рынок с новой по своей сути услугой. Дела у компании быстро пошли в гору. Но для получения большей прибыли, компании нужно было переходить и на рынок аренды автомобилей и в других регионах страны.

Изначально компанией был выбран традиционный метод распространения, а именно открытие филиалов в разных городах, но из-за нестабильного финансового положения в России, компания понесла большие финансовые потери. По этой причине для расширения рынка и диффузии новой услуги в масштабах России традиционная форма ведения бизнеса не годилась. В конечном итоге компания остановила свой выбор на франчайзинге, как форме ведения бизнеса, при которой темпы диффузии новой услуги были бы высокими при одновременном снижении рисков на минимум, и минимальной финансовой нагрузки на компанию.

В 2010 году компания, проведя маркетинговые исследования, разработала 5 пакетов франшизы:

1. Пакет АВТО–119, данный пакет подходит для прокатных организаций или физических лиц сдающих свои авто, стоимость 99 000 рублей (в т.ч НДС 20%), который включает в себя:

- общее обучение по Skype (обмен опытом);
- CRM–система «РосАвтоПрокат» со всеми удобствами;
- отдельный доменный сайт;

– полная переработка рекламной кампании, дополнительная реклама в каталогах;

– добавление в мобильное приложение «РосАвтоПрокат», рекламная продукция;

– доступ к сервису blacklistprokat.ru;

– увеличение Вашего автопарка за счет арендных автомобилей, а также автомобилей в лизинг;

– заявки на прокат легковых автомобилей;

– подключение к нашей системе РосАвтоБрокер.

2. Пакет АВТО–249, на 2019 год самая популярная программа, Обучение, выделенный сайт, CRM–система, автомобили в аренду и одобренные предложения лизинга. Данная программа подходит для начинающих бизнесменов. Стоимость данного пакета составляет 179 000 рублей (в т.ч НДС 20%) Данный пакет включает в себя:

– фиксированный и бессрочный договор на город/территорию (1 договор на 1 город);

– доступ к диспетчерской службе 8–800;

– Ваш личный сайт с доменом gorod.rosautoprokat.ru;

– CRM–система «РосАвтоПрокат» с единым и персональным доступом, а также автоматическим выводом документов;

– мобильное приложение «РосАвтоПрокат» на базе iOS/Android;

– лизинговые продукты с одобрением на любой автомобиль;

– помощь в подборе и привлечении транспортных средств в субаренду и под выкуп;

– 5 GPS–трекеров с обслуживанием без абонентской платы (возможность подключения собственных GPS–трекеров);

– рекламная продукция;

– рекламная кампания и бюджет на SEO–раскрутку Вашего сайта;

– выезд и обучение в Ваш город нашего сотрудника;

– подключение к программе РосАвтоБрокер;

– доступ к справочной системе неблагонадежных клиентов blacklistprokat.ru.

3. Пакет АВТО–449, стоимость которого составляет 399 000 (в т.ч НДС 20%). Данный пакет включает в себя:

– фиксированный и бессрочный договор на город/территорию (1 договор на 1 город);

– доступ к диспетчерской службе 8–800;

– Ваш личный сайт с доменом gorod.rosautoprokat.ru;

– CRM–система «РосАвтоПрокат» с единым и персональным доступом, а также автоматическим выводом документов;

– мобильное приложение «РосАвтоПрокат» на базе iOS/ Android;

– лизинговые продукты с одобрением на любой автомобиль;

– помощь в подборе и привлечении транспортных средств в субаренду и под выкуп;

– 5 GPS–трекеров с обслуживанием без абонентской платы (возможность подключения собственных GPS–трекеров);

– рекламная продукция;

– рекламная кампания и бюджет на SEO–раскрутку Вашего сайта

– выезд и обучение в Ваш город нашего сотрудника;

– подключение к программе РосАвтоБрокер;

– доступ к справочной системе неблагонадежных клиентов blacklistprokat.ru;

– увеличенные бюджеты на рекламную и SEO, а также настройка социальных групп;

– 1 автомобиль в лизинг (оформляется на Ваше юридическое лицо) с оплаченным авансом (КАСКО и ОСАГО включено на 12 месяцев; к расчету представлен новый автомобиль KIA RIO 1.4AT или Hyundai Solaris 1.4AT), автомобили могут быть заменены на согласованные позиции или увеличенный бюджет на продвижение города/территории.

4. Пакет АВТО–699, стоимость которого составляет 599 000 рублей (в т.ч НДС 20%) включающий в себя:

- фиксированный и бессрочный договор на город/территорию (1 договор на 1 город);
- доступ к справочной службе 8–800;
- Ваш личный сайт с доменом rosautoprokat.ru;
- CRM–система «РосАвтоПрокат»;
- мобильное приложение «РосАвтоПрокат» на базе iOS/ Android;
- 2 автомобиля в лизинг (оформляется на Ваше юридическое лицо) с оплаченным авансом (КАСКО и ОСАГО включено на 12 месяцев; к расчету представлен новый автомобиль KIA RIO 1.4AT или Hyundai Solaris 1.4AT), автомобили могут быть заменены на согласованные позиции или увеличенный бюджет на продвижение города/территории;
- 10 GPS–трекеров с обслуживанием без абонентской платы;
- брендированный офис оформленный в единый стиль: пресс–волл, баннер, печатная продукция с макетами и стойками;
- рекламная продукция, рекламная кампания и бюджет на SEO–раскрутку Вашего сайта;
- выезд и обучение в Ваш город сотрудника;
- подключение к программе РосАвтоБрокер;
- доступ к справочной системе неблагонадежных клиентов blacklistprokat.ru.

5. Пакет АВТО–999, стоимостью 849 000 рублей (в т.ч НДС 20%), включает в себя:

- бессрочный договор на город/территорию (1 договор на 1 город);
- доступ к справочной службе 8–800;
- Ваш личный сайт с доменом rosautoprokat.ru;
- CRM–система «РосАвтоПрокат» с базой клиентов и автоматической настройкой;
- мобильное приложение РосАвтоПрокат на базе iOS/ Android;

– 3 автомобиля в лизинг (оформляется на Ваше юридическое лицо) с оплаченными авансами (КАСКО и ОСАГО включено на 12 месяцев); к расчету представлен новый автомобиль (KIA RIO 1.4AT или Hyundai Solaris 1.4AT), автомобили могут быть заменены на согласованные позиции или увеличенный бюджет на продвижение города/территории;

– 10 GPS–трекеров с обслуживанием без абонентской платы;

– брендированный офис, оформленный в единый стиль: ПК или ноутбук, МФУ, стол, стулья, кресло, шкаф, пресс–волл, баннер, печатная продукция с макетами и стойками,

рекламная продукция;

– рекламная кампания и бюджет на SEO–раскрутку Вашего сайта;

– выезд и обучение в Ваш город сотрудника;

– подключение к программе РосАвтоБрокер;

– доступ к справочной системе неблагонадежных клиентов blacklistprokat.ru[24]. Исходя из выше представленных пакетов можно сказать, что каждый желающий открыть своё дело на рынке автопроката, может выбрать для себя необходимую программу. Данные программы подходят как для лиц имевших дело в бизнесе, так и для лиц которые впервые начинают заниматься собственным делом.

Таким образом, можно сказать, что франчайзинг предоставляет более широкий спектр возможностей для открытия бизнеса, что делает его более эффективным для развития бизнеса, так как он уменьшает количество возможных рисков для франчайзора и франчайзи.

Для франчайзора, уменьшение рисков состоит в том, что он получает прибыль от действий франчайзи в своём регионе, и получения прибыли от продажи франшизы.

Для франчайзи, уменьшение рисков состоит в том, что он покупает уже действующую систему бизнеса. Где были учтены предыдущие ошибки, так же существуют люди, которые уже работают в на этом рынке, которые помогут на начальных этапах.

Широкий спектр выбора пакетов, позволил франшизе «РосАвтоПрокат» на начало 2019 года распространиться более чем на 55 активных городов.

2.4 Рекомендации по повышению эффективности франшизы «РосАвтоПрокат» и дальнейшему инновационному развитию бизнеса

Во франшизе «РосАвтоПрокат» действует классическая модель франчайзинга, что во многом ограничивает франчайзи, но так же если франчайзи новичок, который не разбирается в особенностях ведения бизнеса, поможет ему «встать на ноги».

Для разработки рекомендаций необходимо знать, что компания уже более 10 лет работает на рынке аренды авто, и зарекомендовала себя как достойный конкурент и как хороший партнёр для ведения бизнеса.

Первым вариантом смены модели является серебряная модель франчайзинга, которая предоставляет франчайзи уже готовый бизнес, в данной модели практически отсутствуют риски, так как франчайзер уже имеет помещение и персонал, франчайзи остаётся лишь купить права на франшизу.

Вторым вариантом является смена модели франчайзинга, на другую модель. Наилучшим вариантом будет свободная модель франчайзинга. При которой может происходить трансферт инноваций не только сверху вниз от франчайзера к франчайзи, но и в обратном направлении. Свободная модель обеспечивает обратную связь. И это значительно повышает инновационный потенциал бизнеса. В результате инновационные предложения франчайзи, при одобрении головной компании, могут, легко распространиться на всю сеть.

По поводу действующей модели франшизы, рекомендации заключаются в увеличении количества услуг, входящих в состав первоначальных пакетов франшизы.

Так, например, в пакет АВТО–199 включить рекламную продукцию франшизы, что позволит увеличить известность компании или увеличить количество клиентов, которые уже пользовались услугами данной компании в других регионах.

Так же в рекомендации входит и работа в рекламной деятельности, стоит начать сотрудничество с популярными системами бронирования отелей на примере [booking.com](https://www.booking.com). Что позволит увеличить число клиентов, так как на конец мая 2019 года в данном сервисе в Сибирском федеральном округе зарегистрирована всего одна компания из США Avis. Данный сайт открыт для совместной деятельности, регистрация на нём позволит увеличить число клиентов.

ЗАДАНИЕ ДЛЯ РАЗДЕЛА «СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ»

Студенту:

Группа	ФИО
Зн51	Глушко В.А.

Школа	ШИП	Отделение (НОЦ)	
Уровень образования	Бакалавриат	Направление/специальность	27.03.05 Инноватика

Тема ВКР:

Франчайзинг как эффективная форма инновационного развития бизнеса	
Исходные данные к разделу «Социальная ответственность»:	
1. Характеристика объекта исследования (вещество, материал, прибор, алгоритм, методика, рабочая зона) и области его применения	Объектом исследования является модель франчайзинга «РосАвтоПрокат».
Перечень вопросов, подлежащих исследованию, проектированию и разработке:	
<p>1. Правовые и организационные вопросы обеспечения безопасности:</p> <p>1.1 Специальные (характерные для проектируемой рабочей зоны) правовые нормы трудового законодательства;</p> <p>1.2 Организационные мероприятия при компоновке рабочей зоны</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ГОСТ 12.0.003–2015 ССБТ. Опасные и вредные производственные факторы. Классификация; • СП 52.13330.2016 «Естественное и искусственное освещение. Актуализированная редакция СНиП 23–05–95*»; • ГОСТ 12.1.006–84. Система стандартов безопасности труда (ССБТ). Электромагнитные поля радиочастот. Допустимые уровни на рабочих местах и требования к проведению контроля; • ГОСТ 12.1.045–84. ССБТ. Электростатические поля. Допустимые уровни на рабочих местах и требования к проведению контроля.
<p>2. Производственная безопасность:</p> <p>2.1. Анализ выявленных вредных и опасных факторов</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Недостаточная освещенность рабочей зоны; • Отсутствие или недостаток

2.2. Обоснование мероприятий по снижению воздействия	<p>естественного света;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Отклонение показателей от требуемых санитарно–эпидемиологических нормативов; • Повышенный уровень шума; • Повышенное содержание в воздухе рабочей зоны двуокиси углерода; • Повышенный уровень электромагнитного излучения.
3. Экологическая безопасность:	<ul style="list-style-type: none"> • Неправильная утилизация техники оказывает влияние на литосферу.
4. Безопасность в чрезвычайных ситуациях:	<ul style="list-style-type: none"> • Факторы возникновения ЧС при работе за персональным компьютером. • Определить порядок действий по предотвращению ЧС в офисных помещениях.

Дата выдачи задания для раздела по линейному графику	
--	--

Задание выдал консультант:

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Старший преподаватель	Фех А.И.			25.02.19

Задание принял к исполнению студент:

Группа	ФИО	Подпись	Дата
3н51	Глушко В.А.		

3 Социальная ответственность

При проведении исследований франшизы «РосАвтоПрокат» в организации ООО «Дарья Групп» использовался персональный компьютер, вред которого состоит в большой нагрузке на зрительную мышцу, электромагнитном излучении и в вынужденном статичном положении при работе.

Первичным этапом в задаче обеспечения безопасности труда является выявление возможных причин потенциальных несчастных случаев, производственных травм, профессиональных заболеваний, аварий и пожаров. Дальнейшими этапами являются разработка мероприятий по устранению выявленных причин и их реализация. Потенциальные причины и риски, а также конкретный набор мероприятий по их устранению, определяются спецификой выполняемых работ и априорными условиями труда (в частности, видом и состоянием рабочих мест исполнителей).

При проведении исследований рабочим местом являлся офисный стол с ноутбуком, находящийся в офисном помещении в Торговом Центре «Нокс» в г. Томске на улице Дербышевский переулок, 22.

На рабочем месте возможно возникновение вредных факторов, таких как: недостаточная освещенность рабочего места, повышение уровня шума, повышенная либо пониженная температура воздуха. Также на данном рабочем месте могут иметь место проявления опасных факторов среды, например, поражение электрическим током. Возможной чрезвычайной ситуацией на рабочем месте является возникновение пожара.

3.1 Правовые и организационные вопросы обеспечения безопасности

Согласно 197–ФЗ от 30.12.2001 работодатель должен 2 раза в месяц выплачивать заработную плату, делать выплаты в Пенсионный фонд РФ, обеспечивать нормальную продолжительность рабочего времени, оплачиваемые отпуска и режим отдыха на рабочем месте.

Отдельные нормы существуют для тех, кто использует в работе компьютеры – СанПиН 2.2.2/2.4.1340–03. Площадь рабочего места таких сотрудников не может быть менее 4,5 м² (если установлен плоский монитор) или менее 6 м² (если рабочее место оборудовано монитором старого типа с кинескопом). В офисе компании ООО «Дарья Групп» на площади 25 м² может работать не более 4 человек, что учитывает нормы по площади служебного помещения для работающих за компьютером с плоским монитором. Для обеспечения требуемых условий по микроклимату в офисе установлен кондиционер.

Работа в офисе относится ко второй категории тяжести труда – работы выполняются при оптимальных условиях внешней производственной среды и при оптимальной величине физической, умственной и нервно–эмоциональной нагрузки. Рабочие места с персональными компьютерами по отношению к световым проемам располагаются так, чтобы естественный свет падал сбоку.

Схемы размещения рабочих мест с персональными компьютерами учитывают расстояния между рабочими столами с мониторами: расстояние между боковыми поверхностями мониторов не менее 1,2 м, а расстояние между экраном монитора и тыльной частью другого монитора не менее 2,0 м.

Рабочие столы соответствуют нормам (СанПиН 2.2.2/2.4.1340–03) – имеется пространство для ног высотой не менее 60 см, шириной не менее 50 см, глубиной на уровне колен не менее 45 см и на уровне вытянутых ног – не менее 65 см. Принтер и ксерокс стоят на расстоянии более 60 см от

стены и более 1 м от проходов. Быстрое и точное считывание информации обеспечивается при расположении плоскости экрана ниже уровня глаз пользователя, предпочтительно перпендикулярно к нормальной линии взгляда (нормальная линия взгляда 15° вниз от горизонтали). Клавиатура располагается на поверхности стола на расстоянии 100–300 мм от края, обращенного к пользователю.

Оптимальный режим труда и отдыха – важнейшее условие поддержания высокой работоспособности человека. Под режимом труда понимают порядок чередования и продолжительность периодов труда и отдыха. При введении на определенное время в течение трудового дня физиологически обоснованных перерывов и их рациональном использовании можно предотвратить и замедлить наступление утомления. В офисе компании принят обеденный перерыв продолжительностью в 1 час в столовой. Также в течение дня существуют перерывы по 15 мин[29].

3.2 Профессиональная социальная безопасность

Исследования франшизы в данной работе проводились исключительно при помощи ноутбука (с плоским монитором).

При выполнении работ по исследованию на персональном компьютере согласно ГОСТу 12.0.003–74 «ССБТ. Опасные и вредные производственные факторы. Классификация» могут иметь место следующие факторы (Таблица 6).

Таблица 6 – Возможные опасные и вредные факторы

Факторы (ГОСТ 12.0.003– 2015)	Этапы работ			Нормативные документы
	Разработка	Изготовление	Эксплуатация	
Отклонение показателей от требуемых санитарно–эпидемиологических нормативов	+	+	+	1. СанПиН 2.2.1/2.1.1.1278–03. Гигиенические требования к естественному, искусственному и совмещённому освещению жилых и общественных зданий. 2. СанПиН 2.2.4.335916 «Санитарно–эпидемиологические требования к физическим факторам на рабочих местах». 3. СанПиН 2.2.2/2.4.1340–03. Санитарно–эпидемиологические правила и нормативы «Гигиенические требования к персональным электронно–вычислительным машинам и организации работы».
Отсутствие или недостаток естественного света	+	+	+	
Недостаточная освещенность рабочей зоны	+	+	+	
Повышенный уровень шума	+	+	+	

Продолжение таблицы 6

Повышенное содержание в воздухе рабочей зоны двуокиси углерода	+	+	+	
Повышенный уровень электромагнитного излучения	+	+	+	

Анализ опасных и вредных производственных факторов

Исследование проводилось с использованием персонального компьютера (ниже – ПК) – ноутбук Asus N56VV. Так же было выделено собственное рабочее место с персональной лампой для более четкого освещения рабочего места.

При выполнении работ на ПК, согласно ГОСТ 12.0.003–2015 «ССБТ. Опасные и вредные производственные факторы. Классификация», имеют место следующие вредные и опасные факторы:

Работа на ПК ведется на рабочих местах, где необходимо соблюдать требования по естественному и искусственному освещению. Согласно СанПиН 2.2.2/2.4.1340–03, естественное и искусственное освещение должно соответствовать требованиям действующей нормативной документации. Окна в помещениях, где эксплуатируется вычислительная техника, преимущественно должны быть ориентированы на север и северо–восток. Оконные проемы должны быть

оборудованы регулируемые устройства типа: жалюзи, внешних козырьков и др.

Искусственное освещение в помещениях для эксплуатации ПЭВМ должно осуществляться системой общего равномерного освещения. В случаях преимущественно работы с документами, следует применять системы комбинированного освещения (к общему освещению дополнительно устанавливаются светильники местного освещения, предназначенные для освещения зоны расположения документов). Освещенность на поверхности стола в зоне размещения рабочего документа должна быть 300–500 лк[6].

ПК в течение своей работы генерирует электромагнитные поля радиочастотного диапазона. Согласно СанПиН 2.2.4.3359–16, требования распространяются на работников, подвергающихся воздействию электромагнитных полей диапазона радиочастот (10 кГц – 300 ГГц).

Проводятся измерения плотности потока энергии ЭМП в диапазоне частот 300 МГц – 300 ГГц, создаваемых антеннами Wi-Fi-роутеров и базовых станций сотовой связи. На рабочем месте, оборудованном стационарным ПК с подключенным к системному блоку USB-модемом, измерения должны проводиться в точке наибольшего приближения пользователя к этому устройству, работающему в режиме поиска и/или скачивания информации из интернета.

Экранирование источников электромагнитных полей радиочастот (ЭМП РЧ) или рабочих мест должно осуществляться посредством отражающих или поглощающих экранов (стационарных или переносных).

Микроклимат помещений – совокупность метеорологических условий внутренней среды помещения, которые определяются действующими на организм человека сочетаниями температуры, влажности и т.д.

Микроклимат оказывает весомое влияние на самочувствие и работоспособность человек. Переносимость человеком температуры во

многим зависит от влажности и скорости циркуляции воздуха. Чем выше показатель влажности, тем быстрее наступает перегрев человеческого организма, а малая влажность приводит к сухости кожи и слизистой, способствуя заражению болезнетворными микроорганизмами. Долгое воздействие высокой и низкой температур может привести к перегреву или переохлаждению организма. Поэтому очень важно создание оптимальных условий для теплового обмена тела человека и окружающей среды.

В офисе организации ООО «Дарья Групп» площадью 25м² может работать не более 3-х человек, что учитывает нормы по площади служебного помещения. Для обеспечения требуемых условий по микроклимату в офисе установлен кондиционер (СанПиН 2.2.4.335916 «Санитарно-эпидемиологические требования к физическим факторам на рабочих местах»).

СанПиН 2.2.4.548–96 («Гигиенические требования к микроклимату производственных помещений») нормирует параметры микроклимата на рабочих местах производственных помещений на функциональное состояние, самочувствие, здоровье и работоспособность человека. На основе интенсивности общих затрат организма в ккал/ч (Вт) осуществляется разграничение работ по категориям (Ia, Ib, IIa, IIб, III). Работа выполняемая при исследовании франшизы относилась к категории Ia с интенсивностью энергозатрат до 120 ккал/ч[27].

Работа на ПК сопровождается постоянным и значительным напряжением функций зрительного анализатора, а также является монотонным трудом. Согласно ТООИ Р-45-084-01, продолжительность непрерывной работы с компьютером без регламентированного перерыва не должна превышать 2-х часов. Во время регламентированных перерывов с целью снижения нервно-эмоционального напряжения, утомления зрительного анализатора, устранения влияния гиподинамии и гипокинезии, предотвращения развития утомления выполнять комплексы упражнений. Основная особенность это иной принцип чтения информации с монитора

ПК, чем при обычном чтении. При обычном чтении текст на бумаге, расположенный горизонтально на столе, считывается работником с наклоненной головой при падении светового потока на текст. При работе на ПК оператор считывает текст, почти не наклоняя голову. Глаза смотрят прямо или почти прямо вперед, текст (источник – люминесцирующее вещество экрана) формируется по другую сторону экрана, поэтому пользователь не считывает отраженный текст, а смотрит непосредственно на источник света, что вынуждает глаза и орган зрения в целом работать в несвойственном ему стрессовом режиме длительное время.

С целью уменьшения отрицательного влияния монотонности целесообразно применять чередование операций осмысленного текста и числовых данных (изменение содержания работ), чередование редактирования текстов и ввода данных (изменение содержания работы).

3.3 Экологическая безопасность

В ходе исследования для выпускной квалификационной работы влияние на окружающую среду осуществляются посредством использования ПК. При работе, компьютер образует вокруг себя электростатическое поле, которое ионизирует окружающую среду, а при нагревании корпуса и аккумулятора ноутбука они испускают в воздух вредные вещества.

Мощность блока питания среднестатистического ноутбука составляет 70–100 Вт. Потребление электроэнергии компьютером зависит от того, какие функции он выполняет, насколько будет загружен процессор. Ежемесячный расход электричества можно существенно сократить, грамотно выполняя настройки ПК. Например, отрегулировав яркость экрана, применяя энергосберегающий режим или не заряжать уже заряженный аккумулятор.

Согласно Федеральному классификационному каталогу отходов, компьютеры портативные (ноутбуки), утратившие потребительские свойства, относятся к IV классу опасности – малоопасным отходам.

Степень вредного воздействия опасных отходов на окружающую среду – низкая. Происходит нарушение экологической системы. Период самовосстановления не менее 3–х лет[28].

3.4 Безопасность в чрезвычайных ситуациях

В ходе проведения исследования для выпускной квалификационной работы происходило взаимодействие с компьютером, что предполагает существование риска возникновения пожара. Причинами возгорания при работе с компьютером могут быть:

- токи короткого замыкания;
- неисправность устройства компьютера;
- Неисправность электросетей;
- Небрежность оператора при работе с компьютером;
- Воспламенение ПК из-за перегрузки.

В связи с этим, согласно ГОСТ 12.1.004–91 «Пожарная безопасность. Общие требования», при работе с компьютером необходимо соблюдать следующие нормы пожарной безопасности:

- для предохранения сети от перегрузок запрещается одновременно подключать к сети, превышающие допустимую нагрузку количество потребителей;
- работы за компьютером проводить только при исправном состоянии оборудования, электропроводки

Возможно возникновение пожара, и поэтому необходимо предусмотреть меры пожарной профилактики: соблюдение противопожарных требований при проектировании и эксплуатации систем вентиляции согласно СНиПу 41–03–2003; соблюдение условий пожарной безопасности электроустановок согласно ПУЭ — 2002; наличие средств оповещения:

1. Пожарные извещатели (линейные, тепловые, дымовые и т.д.);
2. автоматические установки пожаротушения (газовые централизованного и модульного типа, углекислотные);

3. инструкции по мерам противопожарной безопасности;
4. план эвакуации людей и технических средств[7].

Избежать дополнительной пожарной опасности поможет соблюдение соответствующих мер пожарной профилактики.

Деятельность организации – это адекватная реакция на быстрые перемены, непрерывно меняющиеся технологии и неопределенность среды.

Поэтому технологии современного управления должны включать сбалансированное сочетание человеческих ценностей, организационных изменений и непрерывных адаптаций к изменениям внешней среды. Все это требует существенных изменений в принципах, методах и формах работы организации и подходах к формированию системы корпоративного управления, которая, в свою очередь, должна базироваться на принципах социальной ответственности.

В работе был проведён анализ опасных и вредных факторов производства и разработаны мероприятия по снижению уровня действия данных факторов на рабочих

В наше время во многих компаниях сотрудники не знают всех правил, что ставит под угрозу их здоровье и жизнь.

Заключение

Франчайзинг сегодня – это модель бизнеса, подходящая для всех, как для начинающих бизнесменов, так и для тех кто уже не первый год в данном виде деятельности. Франчайзинг помогает развивать как малый, так и крупный бизнес. Развитие малого бизнеса одна из целей развития экономики России, она делает ее более гибкой по отношению к изменяющимся условиям деятельности, что обеспечивает самозанятость населения, снижая нагрузку на бюджетную систему всех уровней ее организации.

Целью дипломной работы было - проанализировать конкурентоспособности франшизы «РосАвтоПрокат», на основе полученных данных разработать рекомендации по использованию модели франчайзинга для дальнейшего инновационного развития бизнеса.

Для достижения поставленной цели в работе были рассмотрены: теоретические аспекты франчайзинга, а именно: преимущества и недостатки франчайзинга, современное состояние и перспективы развития, и франчайзинг как инструмент развития малого и среднего бизнеса.

Кроме того был рассмотрен франчайзинг как инструмент инновационного развития бизнеса на примере франшизы «РосАвтоПрокат», проанализирован рынок проката автомобилей в городе Томске и по результатам анализа были разработаны рекомендации по повышению эффективности франшизы «РосАвтоПрокат»:

1. Реклама – активная работа, с туристическими сайтами (например [booking.com](https://www.booking.com)), что позволит привлечь больше потенциальных клиентов;
2. «Серебряная» модель – вариантом смены модели является «серебряная» модель франчайзинга, которая предоставляет франчайзи уже готовый бизнес, в данной модели практически отсутствуют риски, так как франчайзер уже имеет помещение и персонал, франчайзи остаётся лишь купить права на франшизу;

3. Свободная модель - наилучшим вариантом будет свободная модель франчайзинга. При которой может происходить трансферт инноваций не только сверху вниз от франчайзера к франчази, но и в обратном направлении. Свободная модель обеспечивает обратную связь. И это значительно повышает инновационный потенциал бизнеса. В результате инновационные предложения франчази, при одобрении головной компании, могут легко распространиться на всю сеть.

Следование данным рекомендациям позволит франшизе активно развиваться дальше.

Список использованных источников

1. Rusprofile: ООО «Дарья Групп» [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.rusprofile.ru/id/6941520> (дата обращения: 10.05.2019);
2. Бизнес справочник REABIZ [Электронный ресурс]. – URL: <https://reabiz.ru/organization/1137017017081-darya-grupp> (дата обращения: 10.05.2019);
3. Википедия: Дочерняя компания [Электронный ресурс]. – URL: [https://ru.wiktionary.org/wiki/дочерняя компания](https://ru.wiktionary.org/wiki/дочерняя_компания) (Дата обращения 20.05.2019);
4. Википедия: Филиал [Электронный ресурс]. – URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Филиал> (Дата обращения 20.05.2019);
5. Википедия: Франчайзинг [Электронный ресурс]. – URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Франчайзинг> (Дата обращения 20.05.2019);
6. ГОСТ 12.0.003–2015. Система стандартов безопасности труда (ССБТ). Опасные и вредные производственные факторы. Классификации // [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/1200136071> (дата обращения: 12.05.2019) (дата обращения: 12.05.2019);
7. ГОСТ 12.1.004–91 Система стандартов безопасности труда (ССБТ). Пожарная безопасность. Общие требования (с Изменением N 1) [Электронный ресурс]. – URL: <http://docs.cntd.ru/document/9051953> (дата обращения: 12.05.2019);
8. Дедиков С.В. Франшиза // Финансы. – 2015. – № 7. – С. 47–49;
9. Дюков И. Стратегия развития бизнеса. – СПб.: Питер, 2012. 400 с;
10. Майер А. Франчайзинг как наиболее успешная система ведения малого бизнеса // Клуб франчайзи: журнал о бизнесе по франшизам. 2010. №1. С. 7–17;

11. Новосельцев, О. Оценка коммерческой концессии / О. Новосельцев // Менеджмент в России и за рубежом. – 2016. – № 3. – С. 22–25.;
12. Нуралиев Б.Г. Поддержка развития франчайзинга в России / Б.Г.Нуралиев, В.С.Пуцин, А.Р. Салимов // Закон. – 2013. –№ 12. – С.124–128.;
13. Нуралиев Б.Г. Поддержка развития франчайзинга в России / Б.Г.Нуралиев, В.С.Пуцин, А.Р. Салимов // Закон. – 2013. –№ 12. – С.124–128.;
14. Официальный сайт компании Автопрокат Центральный [Электронный ресурс]. – URL: <http://autoprokat70.ru> (дата обращения: 17.05.2019);
15. Официальный сайт компании АвтоРеал 70 [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.avtoreal70.ru> (дата обращения: 17.05.2019);
16. Официальный сайт компании Али Авто [Электронный ресурс]. – URL: <https://arendaauto70.ru> (дата обращения: 17.05.2019);
17. Официальный сайт компании Альянс Автопрокат [Электронный ресурс]. – URL: <http://autoarenda70.ru> (дата обращения: 17.05.2019);
18. Официальный сайт компании А–Прокат [Электронный ресурс]. – URL: <https://a-prokat.com> (дата обращения: 17.05.2019);
19. Официальный сайт компании РосАвтоПрокат [Электронный ресурс]. – URL: <http://rosautoprokat.ru> (дата обращения: 17.05.2019);
20. Официальный сайт компании РосАвтоПрокат Томск [Электронный ресурс]. – URL: <http://tomsk.rosautoprokat.ru> (дата обращения: 17.05.2019);
21. Официальный сайт компании РосАвтоПрокат: франчайзинг [Электронный ресурс]. – URL

- <https://franshiza.ru/franchise/read/rosautoprokat/> (дата обращения 17.05.2019) (дата обращения: 17.05.2019);
22. Официальный сайт компании Сибирский Автопрокат [Электронный ресурс] – URL: <http://avtoprokat-tomsk.ru>;
23. Официальный сайт консалтинговой компании Franchise Group [Электронный ресурс] – URL: <http://franchisegroup.com.ua> (дата обращения: 9.05.2019);
24. Официальный сайт франшизы РосАвтоПрокат Томск [Электронный ресурс]. – URL: <http://franshiza.rosautoprokat.ru> (дата обращения: 17.05.2019);
25. Официальный сайт франшизы РосАвтоПрокат: сотрудничество по сдаче личного авто [Электронный ресурс]. – URL: <http://tomsk.rosautoprokat.ru/tomsk-sdat-auto-c-arendu.html> (дата обращения 17.05.2019);
26. Российская ассоциация франчайзинга. [Электронный ресурс]. – URL: <http://ru.rusfranch.ru> (дата обращения: 13.05.2019)
27. Рынок франчайзинга в 2012 году [Электронный ресурс URL: <http://deloshop.ru/articles/ryinok-franchayzinga-v-2012-godu> (дата обращения: 21.05.2019);
28. СанПиН 2.2.4.–548–96. Гигиенические требования к микроклимату производственных помещений [Электронный ресурс]. – Режим URL: <http://docs.cntd.ru/document/901704046> (дата обращения: 12.05.2019);
29. Трудовой кодекс Российской Федерации [Электронный ресурс]. – URL: <https://rulaws.ru/tk/?yclid=2752524087629481182> (дата обращения: 12.05.2019);

Приложение А
(Информационное)
Преимущества и недостатки франчайзинга

	Для франшизоров	Для франчайзи
Преимущества	<ol style="list-style-type: none"> 1. Быстрое расширение бизнеса на новых рынках с минимизацией собственных финансовых затрат и трудовых ресурсов. 2. Снижение риска, так как собственный капитал участвует в расширении дела в минимальной степени. 3. Освобождение от необходимости оперативного управления. 4. Получение дополнительных доходов за счет выплат франчайзи. 	<ol style="list-style-type: none"> 2. Возможность начать собственное дело. 2. Готовая "ниша". Франчайзи покупает готовый бизнес, опробованный всесторонне франшизором 1. Торговая марка. Франчайзи покупает право пользоваться относительно известной торговой маркой, фирменным знаком или стилем. 2. Реклама. Наличие товарного знака дает возможность пользоваться всей мощностью рекламы этого товарного знака. 3. 5. Помощь. Франшизор передает франчайзи технологию ведения бизнеса 4. Облегчение доступа к кредитным ресурсам,

		поскольку франшизор может выступать гарантом по кредитам.
Недостатки	<ol style="list-style-type: none"> 1. Необходимость кропотливой продуманной работы с франчайзи, от которых фактически зависит успех бизнеса в целом. 2. Невозможность завершить отношения с франчайзи, который не следует правилам системы. 3. Влияние плохо работающих франчайзинговых предприятий. Трудности сохранения конфиденциальности коммерческой тайны. 4. Выход из франчайзинговой системы успешно работающих франчайзи. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Меньше экономической свободы, ограничение инициативы 2. Невозможность быстрого выхода из бизнеса, так как договор обычно заключается на относительно большой срок. 3. Установление необходимого сотрудничества среди всех франчайзи системы 4. Зависимость от финансовой стабильности франшизора.
Обязанности	<ol style="list-style-type: none"> 1. Передача деловой и технической информации. 2. Разработка единой документации. 3. Контроль качества. 4. Обеспечение постоянной поддержки франчайзи. 5. Заключение и поддержка 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Регулярные выплаты взносов. 2. Следование производственным стандартам и программе франшизора.

	<p>ЭКСКЛЮЗИВНЫХ ДОГОВОРОВ 0 поставках.</p> <p>6. Предоставление защищенной территории</p>	
Перспективные направления	<ol style="list-style-type: none"> 1. Предприятия питания. 2. Автотранспортные предприятия. 3. Услуги для дома. 4. Бытовое обслуживание. 5. Обслуживание бизнеса 6. Развлечения, путешествия, спорт 7. Охрана здоровья. 8. Строительные услуги 9. Учебные центры. 10. Розничная торговля. 	