



## Доклад

Уважаемые члены комиссии!

Вашему вниманию предлагается выпускная квалификационная работа на тему: «Проект мероприятий по организации работы малого предприятия по схеме франчайзинга (на примере ООО «ТурСервис 24»)» (слайд 1)

Объектом исследования является туристическая компания ООО «ТурСервис 24».

Предмет исследования- франчайзинговые отношения туристической компании ООО «ТурСервис 24».(слайд 2)

Целью исследования является разработать мероприятия, направленные на совершенствование деятельности туристической компании по схеме франчайзинга.

Задачи исследования: рассмотреть теоретические аспекты франчайзинговой деятельности, выделить преимущества и недостатки; охарактеризовать современное состояние франшиз туристических компаний; дать организационно-экономическую характеристику объекта исследования; провести анализ деятельности туристической компании по схеме франчайзинга; разработать проект мероприятий, направленный на совершенствование деятельности компании по схеме франчайзинга; оценить эффективность предложенных мероприятий. (слайд 3)

Актуальность темы исследования (слайд 4):

В период рыночных отношений, недостаточно просто производить товар или оказывать услугу, важно уметь правильно организовать сбыт. В настоящее время достаточно часто встречаются ситуации, когда из-за неправильно организованной стратегии продвижения услуги (товара) на рынок, предприятия терпят крах, и из-за падения финансовой устойчивости вынуждены уходить с рынка.

Неэффективное продвижение услуг (товаров) связано, прежде всего, с недостаточностью квалификации руководства компании, не знание рынка, недостаточность финансовых и иных ресурсов, необходимых для продвижения услуг (товаров). На сегодняшний день экономической наукой выработаны два основных метода продвижения услуг (товаров): прямой и косвенный. При прямом методе производитель реализует сбыт самостоятельно, без каких –либо посреднических фирм. При косвенном методе в процессе реализации сбыта услуг (товаров) принимают участие посредники. В этом случае производитель лишается части прибыли в пользу посредников. Однако, использование посредников оправдано их эффективностью в обеспечении широкой доступности услуги (товара) и доведения его до целевых рынков. Благодаря своим контактам, опыту, специализации и размерам деятельности посредники предлагают производителю больше того, что он обычно может сделать в одиночку. Именно поэтому популярным способом сбыта товара сегодня является франчайзинг – система

договорных отношений между предприятиями, при которой одна сторона (франчайзер) предоставляет другой стороне (франчайзи) право на производство и/или реализацию определенного вида продукции (товаров), оказание определенных услуг от имени и под товарным знаком франчайзера, а также право на получение технической и организационной помощи.

Наибольшая актуальность данного исследования объясняется тем, что в данной работе рассматривается проект мероприятий, направленный на совершенствование франчайзинговой деятельности туристической компании. Так как рынок туризма- это рынок чистой конкуренции, с достаточно большим предложением фирм; и в связи с этим туристический бизнес требует сегодня высоких организационных способностей и умений. Независимое вхождение на рынок стало неоправданно рискованным и нерентабельным делом. Сегодня, в работе туристических компаний наблюдается следующая тенденция: крупные туроператоры в целях обеспечения стабильности туристического бизнеса организуют реализацию турпакетов посредством сотрудничества с сетевыми агентствами, что обеспечивает наиболее высокий уровень продаж туров. Туристы также все больше ориентируется на бренды, имеющие высокий уровень известности. Купить франшизу турагентства при этом кажется одним из самых простых и логичных способов достижения цели. Предложений хватает – на сегодняшний день для большинства игроков рынка франчайзинг является приоритетным направлением развития.

Теоретические аспекты исследования(слайд 5):

Туристический рынок- это динамично развивающаяся отрасль, при которой наиболее актуально развитие бизнеса по схеме франчайзинга. Под франчайзингом понимается- вид отношений между рыночными субъектами, когда одна сторона (франчайзер) передаёт другой стороне (франчайзи) за плату (роялти) право на определённый вид бизнеса, используя разработанную бизнес-модель его ведения.

Важно отметить, что нормативно-правовое регулирование в России по франчайзинговым отношениям, представлено достаточно скудно. Основным

нормативно-правовым актом, регулирующим франчайзинг–является гражданский кодекс РФ (гл.54). Проведенное исследование показало, что существующая система нормативно-правовых актов по франчайзинговым отношениям оставляет желать лучшего, в частности в России целесообразно принятие закона, ряда законов о франчайзинге, которые бы давали более полную информацию, касающуюся данных отношений.

Государственное регулирование туристической деятельности в России осуществляется как на федеральном так и на региональном и муниципальном уровнях. В настоящее время на туристическом рынке представлено большое количество франшиз, которые отличаются: а) по экономическим показателям (объем инвестиции, срок окупаемости, паушальный взнос, роялти), б) по преимуществам, предлагаемым франчайзером для франчайзи; в) по требованиям к покупателям франшизы.

Франчайзинг для франчайзера является одним из способов развития собственного бренда и получения дополнительной прибыли. Поэтому правильно разработанная схема франчайзинговых отношений, является залогом успеха компании.

Характеристика объекта исследования ООО«ТурСервис24» (слайд 6):

Объектом исследования является компания ООО «ТурСервис24». В настоящий момент она является обществом с ограниченной ответственностью и осуществляет свою деятельность на основании Устава, Закона «Об обществах с ограниченной ответственностью», ГК РФ, Конституцией РФ, налогового кодекса РФ и др. законодательства Российской Федерации. Основным видом деятельности предприятия является предоставление туристических услуг населению.

Экономические показатели ООО«ТурСервис24» (слайд 7):

Проведенный анализ финансовых показателей по предприятию ООО «ТурСервис 24» с 2010-2012г.г. показал, что показатели прибыли и рентабельности

увеличились, произошел рост коэффициента маневренности капитала. Имущество предприятия сформировано в основном за счет собственных источников финансирования, небольшая зависимость от заемных средств. Расчет прогноза банкротства показал, что в ближайшее время предприятие не обанкротится. Все это свидетельствует об устойчивом финансовом положении организации ООО «ТурСервис 24».

На предприятии ООО «ТурСервис 24» соблюдаются все правила техники безопасности. Работники проходят инструктаж по технике безопасности, прием на работу в организацию осуществляется только при наличии документов о прохождении медицинского осмотра. Ответственным за охрану труда и проведения инструктажа по технике безопасности является директор компании. Микроклимат офисного помещения предприятия и уровень ионизации воздуха соответствуют существующим стандартам. В организации предусмотрено основное и дополнительное освещение. Для работников разработаны правила работы за компьютерами. Руководство предприятие делает все необходимое для соблюдения охраны труда.

Оценка франчайзинговой деятельности ООО «ТурСервис 24» (слайд 8):

На сегодняшний день, компания ООО «ТурСервис 24» работает по схеме франчайзинга под брендом «Горящие путевки». Проведенное исследование показало, что бренд является одним из старых на туристической рынке, компания франшизодатель предлагает множество преимуществ для участников сети, однако в свою очередь предъявляет определенные требования к покупателям франшизы. Важно отметить, что франшиза «Горящие путевки» не является идеальным вариантом для развития компании, так как в компании высокая ценовая политика, отсутствует система лояльности для постоянных клиентов, существует план продаж, ежемесячные платежи (роялти)-также увеличивают расходы каждого участника сети «Горящие путевки». Все это снижает рейтинг данной франшизы.

Сравнительный анализ франшиз туристических компаний (слайд 9):

Для совершенствования деятельности компании ООО «ТурСервис 24» было предложено три рейтинговые франшизы на туристическом рынке: «1001 Тур», «Велл Пляжного» и «РоссТур». Однако, наиболее конкурентоспособной франшизой является «РоссТур».

Совершенствование деятельности компании ООО «ТурСервис 24» по схеме франчайзинга(слайд 10):

Это объясняется тем, что при работе с компанией «РоссТур», малое предприятие ООО «ТурСервис 24» получит ряд преимуществ, а именно, новая франшиза не требует ежемесячных взносов (роялти), не предусмотрен план продаж- что также является большим плюсом франшизы. Кроме этого, вступление в сеть «РоссТур» не требует значительных финансовых вложений, сумма инвестиций составляет от 100,0 тыс. руб.- это сравнительно немного по сравнению с франшизами других туристических компаний. Важным фактором является и то, что ценовая политика компании «РоссТур» более конкурентоспособна по сравнению с компанией «Горящие путевки».

Экономическая эффективность мероприятий в компании ООО «ТурСервис» (слайд 11):

В связи с совершенствованием франчайзинга компании ООО «ТурСервис» произойдет увеличение продаж туристических продуктов, рост производительности, прибыли и рентабельности.

Проведенный расчет экономической эффективности осуществлялся нормативным методом, следовательно, рассчитанные показатели прогнозируемые, таким образом, какая именно будет достигнута эффективность, будет зависеть от

множества факторов, в том числе и от руководства компании и от деятельности самих сотрудников.

Выводы (слайд 12):

В связи с выделенными преимуществами франшизы «РоссТур» является необходимым переход компании ООО «ТурСервис 24» на данный вид франшизы, так как это в целом повысит конкурентоспособность организации на занимаемой нише.

Спасибо за внимание! (слайд 13)

