

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой: <https://stuservis.ru/otchet-po-praktike/196949>

**Тип работы:** Отчет по практике

**Предмет:** Экономика (другое)

Содержание

Введение 3

1. Методы определения актуальных экономических проблем отрасли или рынка 4

1.1. Понятия проблемы и актуальности 4

1.2. Понятия объекта и предмета исследования 5

1.3. Понятия отрасли и рынка 7

1.4. Ключевые методы экономического анализ отраслей и рынков 9

2. Определение актуальных экономических проблем рынка франчайзинга 10

2.1. Общая характеристика рынка франчайзинга в России 10

2.2. Экономический анализ рынка франчайзинга в России 15

2.3. Определение ключевых экономических проблем рынка франчайзинга в России и оценка их актуальности 19

Заключение 26

Список источников 29

Введение

Открытие нового бизнеса всегда связано с большими трудностями, как организационного, так и финансового характера, поэтому покупка го-товой, хорошо работающей бизнес-модели может стать залогом коммерческого успеха для малого бизнеса. Появление и развитие франчайзинга позволило расширить объем малого бизнеса и сделала доступным многие качественные услуги и товары за счет широкого географического охвата.

Анализ и прогнозирование российского рынка франчайзинга позволяет находить актуальные ключевые проблемы его функционирования для их дальнейшего решения. Именно поэтому вопросы, связанные с изучением рынка франчайзинга в России, очень актуальны на сегодняшний день.

1. Методы определения актуальных экономических проблем отрасли или рынка

1.1. Понятия проблемы и актуальности

Научные исследования всегда направлены на решение определённой научной (фундаментальной) или практической проблемы, которая, в свою очередь, должна быть актуальна. Однако, для того, чтобы грамотно сформулировать цель исследования и прийти к желаемым результатам, прежде всего, исследователь должен сформулировать проблему, которую предстоит решить в процессе исследования. Первым шагом к формулировке проблемы является понимание сущности самого понятия «проблема». В научной литературе на сегодняшний день существует несколько признанных определений этого термина. Приведем некоторые из них.

1.2. Понятия объекта и предмета исследования

Для проведения научных исследований очень важно определиться с объектом и предметом исследования. От корректной формулировки объекта и предмета зависит правильность выбора методологии исследования и оценка конечных результатов, которых хочет достичь исследователь. Четкая и однозначная формулировка объекта и предмета исследования дает понимание границ исследования и структурирует этапы исследования. Прежде всего, необходимо дать определение объекта, как более широкого понятия. Различные авторы, дают несколько отличающиеся определения объекта исследования, однако, по нашему мнению, наиболее полное и актуальное определение было дано профессором Понкиным И.В.

По его мнению, объект исследования – это «органически целостный фрагмент или фрейм объективной, субъективной, виртуальной или смешанной реальности (действительности) в природе или обществе, феномен (явление), живое существо или иной объективно существующий агент, среда (континуум), интерреляции (соотношения, связи, взаимодействия), процесс (в т. ч. изменения и их динамика), закономерности, события и факты, идеи, познание, сознание – взятый конкретным исследователем для научного восприятия, познания, осмысления, фиксации, объяснения, конструирования, отражения и представления в науке (ее отрасли либо научном направлении) или в прикладной аналитике, для получения, упорядочения или подтверждения знаний» [12].

В научном сообществе сложилось мнение, что предмет является более узким понятием, чем объект, т.е. предмет является частью объекта, его аспектом или элементом. Дадим определение предмету научных исследований.

Предмет исследования – это «те наиболее значимые с точки зрения практики и теории свойства (стороны, особенности объекта), которые подлежат изучению» [19, с. 8].

### 1.3. Понятия отрасли и рынка

Понятия отрасли и рынка связаны между собой. Сначала определим эти термины отдельно.

Отрасль – это «совокупность предприятий, производящих близкие продукты, используя близкие ресурсы и близкие технологии» [17, с. 15].

Рынок – это «совокупность экономических условий, при которых покупатели и продавцы взаимодействуют для осуществления взаимовыгодных торговых сделок» [16, с. 10].

В процессе совмещения данных понятий появляется еще один экономический термин – «отраслевой рынок».

Отраслевой рынок – это «часть рыночного пространства, характеризующаяся сочетанием специфических потребительских сегментов и специфических товаров, работ и услуг, имеющих в основе общую материальную, техническую и технологическую базу» [17, с. 11].

Объектом практики является российский рынок франчайзинга. По-этому необходимо рассмотреть основные понятия, относящиеся к данному рынку. Прежде всего, необходимо определить сам термин «франчайзинг».

Франчайзинг – это «система взаимовыгодных партнерских отношений, которые возникают между продавцом (франчайзер) и покупателем (франчайзи) франшизы, представляющей собой право на использование бренда или бизнес-модели» [2].

В свою очередь, франчайзер – это «юридическое лицо (или индивидуальный предприниматель), на возмездной основе передающее другим юрлицам или ИП права на использование своей интеллектуальной собственности» [6].

Франчайзи – это «организация-покупатель франшизы, по возмездному договору получившая право осуществлять деятельность под торговой маркой другой организации» [10].

Франчайзинг бывает двух видов: прямой (классический) и обратный [15].

### 1.4. Ключевые методы экономического анализа отраслей и рынков

Можно выделить несколько видов экономического анализа отраслей и рынков. Приведем некоторые из них.

1. Анализ отраслевой организации рынков. Направлен на изучение закономерностей формирования рыночной структуры, зависимостей стратегического поведения организаций и результатов их деятельности от особенностей рынков. Исследование рынка проводится на макроуровне. Методами здесь являются статистические методы анализа: базовые и цепные темпы роста и прироста и различные индексы, а также абсолютное изменение различных показателей, таких как емкость рынка или количество предприятий на данном рынке и т.п. [3].

#### 2. Определение актуальных экономических проблем рынка франчайзинга

##### 2.1. Общая характеристика рынка франчайзинга в России

Рынок франчайзинга в России начал развиваться с 90-х годов XX века. В первые 10 лет развития франчайзинга в России 70% организаций-франчайзеров были зарубежными, а 30% – российскими. Затем по мере накопления опыта во франчайзинге доля российских франчайзеров стала расти и достигла в 2020 году – 80% [5].

На начальных этапах развития франчайзинга в России он охватывал широкий спектр видов бизнеса: от общественного питания до розничной торговли, однако, с внедрением в экономические отношения интернет-технологий и, в частности, цифрового маркетинга, наибольшую долю оттягивает на себя сектор общественного питания, поскольку, например, местные сети розничной торговли одеждой и подобными товарами проигрывают на фоне мировых подобных сетей, которые стали с развитием интернет-технологий доступны местным потребителям.

На данный момент по темпам развития франчайзинга Россия входит в мировые лидеры [4]. В России действует Российская Ассоциация франчайзинга (РАФ), по прогнозам которой к 2025 году планируется открыть по системе франчайзинга 200 точек, что увеличит количество рабочих мест на 1,5 миллиона [11]. Одной из особенностей экономики России является то, что отдельные территории страны очень сильно дифференцированы по уровню социально-экономического развития, что оказывает значительное влияние развитие региональных рынков франчайзинга. На данный момент в десятку городов-лидеров по развитию франшиз входят: Москва, Санкт-Петербург, Краснодар, Екатеринбург, Казань, Новосибирск, Самара, Ростов на Дону, Уфа, Нижний Новгород [1].

## 2.2. Экономический анализ рынка франчайзинга в России

Проведем экономический анализ рынка франчайзинга в России за период 2015-2020 гг. Для этого проанализируем динамику и структуру рынка (в том числе структурные сдвиги) по основным его параметрам. В таблице 2 представлена динамика основных показателей

Как видно из таблицы 2, за анализируемый период количество франшиз выросло на 1150 единиц, в основном это такие направления как общественное питание, розничная продажа продуктов и нефтеперерабатывающие производства (рис. 4).

Как видно из рисунка 4, достаточно внушительную долю российско-го рынка франчайзинга занимают представители общественного питания. При этом в данном сегменте доминируют зарубежные франшизы (McDonald's, KFC и т.п.).

На втором месте находятся АЗС Лукойл, которые на данный момент занимают около 9% рынка.

На третьем месте находятся сети розничной продажи продуктов питания, их суммарная доля достигла к 2021 году 8%.

## 2.3. Определение ключевых экономических проблем рынка франчайзинга в России и оценка их актуальности

Для определения ключевых экономических проблем рынка франчайзинга в России проведем PEST - анализ рынка франчайзинга. Для франшиз в России характерны определенные макрофакторы, которые на данный момент оказывают на них значительное влияние. Результаты PEST-анализа макросреды для российского рынка франчайзинга представлены в таблице 5.

Данные, представленные в таблице 5 дают возможность провести экспертную оценку наиболее значимых сил, влияющих на российский рынок франчайзинга (табл. 6). В качестве экспертного мнения использовались результаты исследований агентства «Franshisa.ru». Их мнение можно считать репрезентативным, поскольку эти сведения являются частью их профессиональной деятельности, их квалификация и опыт позволит им быть в числе экспертов по этому направлению.

Таблица 6 – Результат экспертной оценки сил влияния факторов на российский рынок франчайзинга

Факторы по сегментам	Знак влияния	Индивидуальные экспертные оценки	Силы влияния факторов
----------------------	--------------	----------------------------------	-----------------------

Средние оценки силы влияния

A1	A2	A3	A4
----	----	----	----

Фактор P1 - 4 3 4 4 -3,75

Фактор P2 - 4 5 5 5 -4,75

Фактор P3 + 4 5 5 5 4,75

Фактор E1 + 5 4 4 5 +4,5

Фактор E2 - 5 4 4 5 -4,5

Фактор S1 - 3 3 3 2 -2,75

Фактор S2 + 2 3 3 4 +3

Фактор T1 - 2 2 3 3 -2,5

Фактор T2 + 3 4 4 5 +4

Как видно из таблицы 6, отрицательные факторы в текущий момент наиболее сильно влияют на российский рынок франчайзинга, а именно: санкции, введенные против России некоторыми странами и рост кризис-ных явлений. Эти два фактора носят отрицательный характер и оказывают значительное влияние на российский рынок франчайзинга. Их следует рассматривать как угрозы. В противовес данным факторам положительно влияют: Рост инвестиций в отечественные франшизы стоимостью от 10 млн. руб., внедрение современных технологий. Эти факторы являются возможностями и их нужно учитывать при разработке стратегии развития российской сферы франчайзинга.

1) санкции, введенные против России некоторыми странами (-0,32);

2) рост инвестиций в отечественные франшизы стоимостью от 10 млн. руб. (0,61);

3) повышение значения высшего образования (0,68);

4) технологические усовершенствования, внедрение современных технологий, в том числе цифрового маркетинга (0,68).

Продолжая анализ внешней среды, необходимо более подробно проанализировать некоторые действующие российские франшизы, относящиеся к наиболее популярным, которые создают конкурентную среду вновь возникающим франшизам. Для этого сформируем профиль основных действующих франшиз из топ-5 по выделенным ниже критериям:

1. уровень качества товаров, работ, услуг;

2. известность бренда компании на рынке;

3. цены на товары, работы, услуги;

4. уровень сервисного обслуживания;

5. уровень квалификации персонала.

Чтобы построить сравнительный профиль конкурентов, необходимо применить экспертные оценки.

Была выбрана шкала от 1 до 5, где 1 – это гораздо хуже среднерыночного значения, а 5 – гораздо лучше среднерыночного значения.

В таблице 8 представлен результат проведенной оценки конкурент-ной среды российских современных франшиз, которые являются наиболее популярными и быстрорастущими.

## Заключение

В процессе прохождения практики были получены следующие результаты и сделаны следующие выводы. Понятия научной проблемы и актуальности в научном сообществе достаточно полно определены и их сущность раскрывается через различные характеристики, раскрывающие комплексность данных понятий. Научная проблема, выражающаяся в необходимости проведения научных исследований по определенному вопросу, должна быть актуальной, т.е. решать какой-нибудь фундаментальный или прикладной вопрос, стоящий на данный период перед экономикой и обществом. Объект и предмет научного исследования очень важны для проведения этого исследования и определяют его рамки и методы. При этом эти термины тесно связаны между собой, а предмет является целостной частью объекта.

## Список источников

1. Федеральная программа развития бизнеса [Электронный ресурс]: информационный портал (RosFranchising). – Режим доступа:

[http://rosfranchising.ru/?utm\\_source=yandex&utm\\_medium=cpc&utm\\_campaign=frvch&utm\\_content=v4&utm\\_term=бизнес%20франшизы%20россия&yclid=4993078410608151400](http://rosfranchising.ru/?utm_source=yandex&utm_medium=cpc&utm_campaign=frvch&utm_content=v4&utm_term=бизнес%20франшизы%20россия&yclid=4993078410608151400) (дата обращения 25.08.2021)

2. Алешкова, Д. В. Франчайзи как субъект франчайзинговой деятельности // Скиф. 2017. №16. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/franchayzi-kak-subekt-franchayzingovoy-deyatelnosti> (дата обращения: 28.08.2021).

3. Безрукова Д. С. Франчайзинговый бизнес в сфере услуг питания // Скиф. 2019. №11 (39). URL:

- <https://cyberleninka.ru/article/n/franchayzingovyy-biznes-v-sfere-uslug-pitaniya> (дата обращения: 28.08.2021).
4. Бударина Н.А., Кириллова А.Н. Тенденции франчайзинга в современной России // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2020. №9-1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tenentsii-franchayzinga-v-sovremennoy-rossii> (дата обращения: 28.08.2021).
  5. Гасанов И. С. Оглы Современное состояние и перспективы развития франчайзинга в российском ритейле // Наука без границ. 2018. №6 (23). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennoe-sostoyanie-i-perspektivy-razvitiya-franchayzinga-v-rossiyskom-riteyle> (дата обращения: 28.08.2021).
  6. Горбунова И. А., Галкина О. В., Казанцева Е. Е., Радова А. Е. Франчайзинг как особая форма бизнеса // Наука без границ. 2017. №12 (17). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/franchayzing-kak-osobaya-forma-biznesa> (дата обращения: 28.08.2021).
  7. Грисько Евгений Сергеевич Тенденции и проблемы развития франчайзинга в России // Вестник СИБИТа. 2018. №2 (26). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tendentsii-i-problemy-razvitiya-franchayzinga-v-rossii> (дата обращения: 28.08.2021).
  8. Каталог франшиз [Электронный ресурс]: информационный портал – Режим доступа: <https://franshiza.ru/> (дата обращения 26.08.2021)
  9. Михайлова, Л. А. Перспективы развития новых моделей франчайзинга в России / Л. А. Михайлова // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). 2017. №4 (32). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/perspektivy-razvitiya-novyh-modeley-franchayzinga-v-rossii> (дата обращения: 28.08.2021).
  10. Морсина Е. В. Франчайзинг как один из способов ведения бизнеса для начинающего предпринимателя // Концепт. 2019. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/franchayzing-kak-odin-iz-sposobov-vedeniya-biznesa-dlya-nachinayuschego-predprinimatelya> (дата обращения: 28.08.2021).
  11. Погорова, З. М. Франчайзинг как действенная структура инновационного развития сферы услуг / З. М. Погорова, М. И. Китиева, Ф. К. Зязикова // Экономика и бизнес: теория и практика. 2020. №6. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/franchayzing-kak-deystvennaya-struktura-innovatsionnogo-razvitiya-sfery-uslug> (дата обращения: 28.08.2021).
  12. Понкин И. В. Объект и предмет научного или прикладного аналитического исследования // Юридическая наука и практика: Вестник Нижегородской академии МВД России. 2020. №3 (51). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/obekt-i-predmet-nauchnogo-ili-prikladnogo-analiticheskogo-issledovaniya> (дата обращения: 28.08.2021).
  13. Рейтинг самых выгодных франшиз в России [Электронный ресурс]: информационный портал (Forbes) – Режим доступа: <https://www.forbes.ru/rating/402745-30-samyh-vygodnyh-franshiz-2020-reyting-forbes> (дата обращения 26.08.2021)
  14. Российский франчайзинг – статистика рынка 2021 [Электронный ресурс]: информационный портал – Режим доступа: <https://profit-franchising.ru/rynok2021> (дата обращения: 28.08.2021).
  15. Рязанов, А. А. Современные виды франчайзинга // Вестник Московского университета имени С. Ю. Витте. Серия 1: Экономика и управление. 2019. №2 (29). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-vidy-franchayzinga> (дата обращения: 28.08.2021).
  16. Теория отраслевых рынков: учебное пособие / сост. Г.Х.Федюкова. – Ульяновск : УлГТУ, 2018.– 86 с.
  17. Федорова А.Ю., Экономика отраслевых рынков: уч.пособие, 2-е издание, измененное и дополненное / А.Ю. Федорова; под ред. проф. С.Б. Смирнова. –СПб: Университет ИТМО, 2016. – 89 с.
  18. Франчайзинг-2020: прогнозы развития [Электронный ресурс]: информационный портал – Режим доступа: <https://alterainvest.ru/rus/franshiza/bl-franchayzing-2020-prognozy-razvitiya/> (дата обращения 26.08.2021)
  19. Чепурин, Г. Е. Обоснование научной проблемы, актуальности темы, объекта и предмета исследования // «Вестник НГАУ» – 2015. – 2 (35). – С. 7-11
  20. Эйсмонт, Н. Г. Теоретические основы и практика научных исследований : учеб. пособие / Н. Г. Эйсмонт, В. В. Даньшина, С. В. Бирюков ; Минобрнауки России, ОмГТУ. – Омск : Изд-во ОмГТУ, 2018. – 98 с.

*Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой: <https://stuservis.ru/otchet-po-praktike/196949>*