

МОСКОВСКИЙ ФИНАНСОВО- ПРОМЫШЛЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ «СИНЕРГИЯ»

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

на тему:

**«СОЗДАНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ
ФРАНЧАЙЗИНГА В ИНДУСТРИИ
ГОСТЕПРИИМСТВА НА ПРИМЕРЕ ОРГАНИЗАЦИИ
«FORMANOSTEL»»»**

Выполнил:

Научный руководитель:

Актуальность

Формирование экономической системы Российской Федерации в рыночных условиях предусматривает развитие крупных предприятий и создание мощного сегмента малого бизнеса, который станет залогом успеха и стабильности развития регионов и государства в целом. Только гармоничное развитие крупного и малого бизнеса может укрепить экономическую ситуацию в стране. Одним из наиболее эффективных современных методов развития предприятий, как крупных, так и малых, а также их эффективного сотрудничества является франчайзинг.

Цель и задачи

Цель - создание предприятия на основе франчайзинга на примере организации FormaHostel.

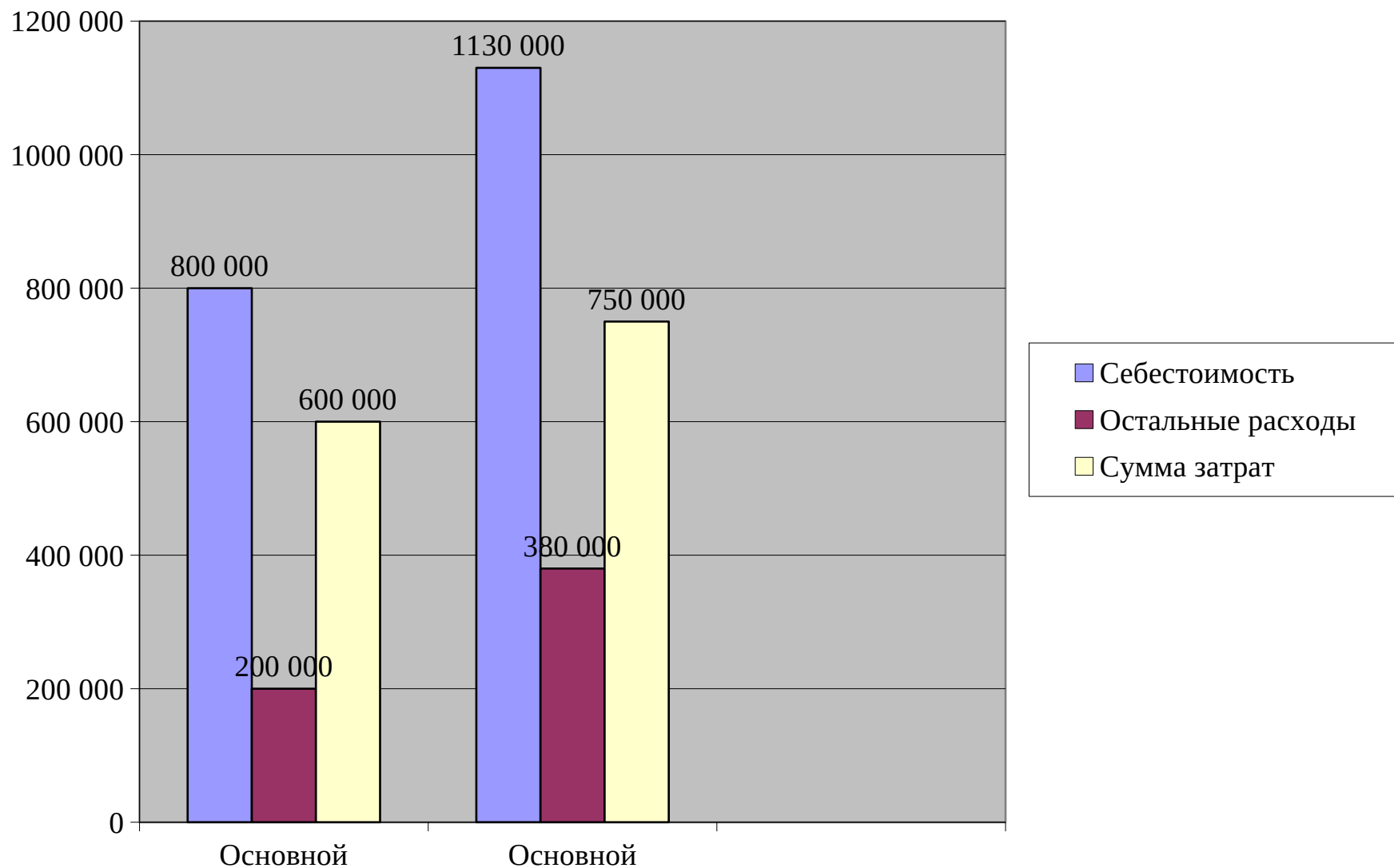
Задачи:

1. Проанализировать особенности создания предприятия по системе франчайзинга.
2. Дать оценку создания предприятия «FormaHostel» по системе франчайзинга.
3. Рассмотреть создание предприятия «FormaHostel» по системе франчайзинга.

Методы

- абстрактно-логический,
- монографический,
- экономико-статистический,
- расчетно-конструктивный,
- описательный,
- метод экстраполяции,
- метод линейной регрессии,
- использовались основные приемы анализа.

Составляющие затрат для франчайзи



Себестоимость услуг Forma Hostel

Показатель	2018г. Тыс.руб.	2019г. Тыс. руб.
Оплата Аренды	350 000	400 000
Охрана	25 000	30 000
Фонд отплаты труда	1 050	1 500
Материальные затраты Чай, кофе, сахар	3 000	5 000
Прачечная	25 000	32 000
Оплата напитков CoCa-Cola	7 000	10 500
Итого себестоимость	411 050	479 000

Объем от реализации услуг отелем за первый год работ

Номера	Ккол- во номеро в	цена, руб. за день	I кварт.	II кварт.	III кварт.	IV кварт.	Ввсего за год, руб.
			сумма, руб.	сумма, руб	сумма, руб	сумма, руб	сумма, руб
Двухместный номер с 1 кроватью и собственной ванной комнатой	4	3595	323 550	32550	23550	23550	294200
Двухместный номер с 1 кроватью и общей ванной комнатой	2	2750	247500	247500	47500	247500	990000
Бюджетный двухместный номер с 1 кроватью (без окна)	4	1950	175500	175500	175000	175 500	702000
Двухместный номер с 1 двуспальной кроватью и дополнительной кроватью	4	2795	251550	251550	251550	251 550	1006200
Кровать в общем 8- местном номере для мужчин и женщин	8	500	45000	45000	45000	45000	180000
Кровать в общем 8- местном номере для	8	500	45000	45000	45000	45000	180000

Заключение

в ходе работы нами разработана специальная программа, по которой клиенты могут стать обладателем карты Почетного Гостя гостиницы и ресторана «Королев Отель». Получая карту Программы, Клиент становится особым гостем и начинает пользоваться максимальными привилегиями. Карты программы Почетный Гость имеют три категории, каждая из которых предполагает определенный набор скидок: карта Gold, карта Classic, карта Silver. Процесс бронирования в отеле «Королев Отель» для постоянных клиентов является довольно сложным. Таким образом, выделим проблему: «негарантированное бронирование для клиентов». Для решения этой проблемы в отеле «Королев Отель» предлагается реализовать следующие мероприятия:

- внедрение системы онлайн бронирования для постоянных клиентов;
- бронирование для постоянных клиентов без указания номера кредитной карты.

Использованные источники

- Арзуманова, Н. И. Франчайзинговые формы как перспективная модель развития предприятий индустрии гостеприимства / Н. И. Арзуманова, О. В. Елашешникова, Л. В. Штомпель // Известия Сочинского государственного университета. -2015. - № 3-1(36). - С. 42-47.
- Багдасарян, А.Ф. Принцип обязательного предпродажного раскрытия и предоставления информации во франчайзинговых отношениях//Законодательство. -2019
- Баумгартен Л.В. Сущность, особенности разработки и использования фирменного стиля гостиничного предприятия в качестве маркетингового инструмента // Маркетинг в России и за рубежом. - 2016.
- Бондаренко, Д. П., Правовое регулирование договора коммерческой концессии в российском праве 2018г.
- Маклаков, Г. В. Эффективность коммерческой деятельности / Маклаков Г.В. — М.: Дашков и К, 2020г.
- Чаплина, А.Н. Стратегическое развитие предприятий гостиничных услуг на основе репутационного потенциала. , 2016 г.
- Труды Академии туризма: Сб. научных трудов. Вып. 3, 4 / Под ред. Ю.В.Кузнецова, А.Т.Кирилова, Г.А.Карповой. СПб., 2015.
- Фокин В., Ватулин С., Тришин М., Меркулов А., Франчайзинг от А до Я. - М.: Феникс, 2015г.

БЛАГОДАРЮ ЗА ВНИМАНИЕ!