

ЭКОНОМИКА И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

www.intereconom.com

Высшей аттестационной комиссией (ВАК) Министерства образования и науки РФ журнал включен в Перечень российских рецензируемых научных журналов, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученых степеней доктора и кандидата наук.

В номере:

Анализ факторов, влияющих на спрос рабочей силы в Республике Крым
Н.А. Симченко, Е.В. Романюк

The middle class as a factor of economic development
E.A. Lupeva

Налоговый механизм программы регионального социально-экономического развития Турецкой Республики
Полад Алиев, Лейла Акаюн

Моделирование и оценка влияния результатов взаимодействия банковского и реального секторов экономики на экономический рост: выводы для России и Казахстана
А.М. Рахметова, Э.А. Фролова

Воздействие государственных расходов на экономический рост
П.Р. Пайкович

Значение Китая в решении мировых энергетических проблем
Ван Хао

Планирование деятельности управления технологического транспорта в структуре акционерного общества
Е.Л. Чижовская

Оценка современных тенденций иностранных инвестиций и пути активизации их привлечения в Узбекистан
Б.Б. Валиев

Реализация прогнозов финансового состояния предприятия с использованием поэтапного мониторинга
И.С. Астафурова

... и другие статьи на актуальные темы

16+



№ 9 (ч. 1) 2015



Анализ факторов, влияющих на спрос рабочей силы в Республике Крым <i>Н.А. Симченко, Е.В. Романюк</i>	327
✓ Подходы к формированию бизнес - франшизы предприятия на рынке хлебопродукции Приморского края <i>И.В. Коваль, О.Ю. Виничук</i>	335
Использование энергоресурсов в регионе для повышения эффективности экономики <i>Я.Н. Акулова, Ф.З. Аралбаева</i>	340
Значение «среднего класса» в становлении инновационной экономики в регионе (на примере Чеченской Республики) <i>М.С. Гайрбеков, Р.Э. Батукаев</i>	344
Обоснование развития придорожного сервиса Тюменской области <i>Н.Л. Кузьмина, Л.Л. Тоньшева</i>	348
Финансовые инструменты трансформации экономических ресурсов домашних хозяйства в республике Бурятия: анализ динамики и тенденции развития <i>А.Ц. Чойжалсанова</i>	354
Миграционные процессы в экономике Челябинской области: анализ современных тенденций <i>М.М. Махмудова</i>	362
Актуальные проблемы муниципального образования <i>Ю.С. Бердова</i>	367
Анализ социально-экономического развития Владивостока в сравнении с российскими городами-аналогами <i>Н.П. Приступ</i>	373
Инвестиционные проекты региональных кластеров в контексте трансформации экономических циклов <i>М.А. Салтыков, В.В. Черемисин</i>	380
Алгоритм разработки и реализации отраслевой дорожной карты развития сферы бытового обслуживания населения Ростовской области <i>А.К. Кондратьева, М.В. Россинская</i>	383
Таможенно – тарифная политика России в условиях геополитического кризиса <i>Н.Ю. Родыгина, С.А. Фисун</i>	387
Денежно-кредитная политика России в условиях кризиса <i>Ю.С. Соловьев</i>	391
Формирование кластеров производственной специализации для оптимизации пространственной структуры хозяйства Республики Бурятия <i>Э.В. Базарова</i>	396
Анализ потребительской корзины в регионе и связанных с ней финансовых потоков (на примере города Челябинска) <i>Г.А. Власова, А.С. Полторадина</i>	401
Альтернативные источники финансирования транспортных систем городов <i>Е.О. Кончева, Е.М. Решетова</i>	407
Система бюджетного регулирования: содержание и обеспечение <i>И.В. Сугарова</i>	413
Значение Китая в решении мировых энергетических проблем <i>Ван Хао</i>	417
Сравнительный анализ альтернативных методов расчета инфляции <i>Н.В. Шишкина, Е.А. Мамистова, А.Б. Ефимов</i>	422
Оценка современных тенденций иностранных инвестиций и пути активизации их привлечения в Узбекистан <i>Б.Б. Валиев</i>	426

Corporate policy to optimize the use of the social conditions of labor of the northern regions of the Russian Federation <i>E.N. Bogdanova (associate professor of management of humanitarian institute, branch in Severodvinsk, Northern (Arctic) federal university of M.V. Lomonosov), N.P. Zalyvsky (Doctor of Economics, professor, professor of department of economy of Higher School of Economics and control, Northern (Arctic) federal university of M.V. Lomonosov)</i>	252
Production line items of economic entities agrarian sector of economy of the Kaluga region <i>M.V. Gagerina (lecturer, branch in Kaluga, Moscow humanitarian and economic institute)</i>	260
Building economic and mathematical model Oil production YaNAO <i>S.V. Vershinina (Candidate of Economics, Associated Professor, Associate Professor of "algebra and mathematical logic", Tyumen State University. Institute of Mathematics and Computer Science), T.A. Prilutskaya (Senior lecturer in "Business Informatics and Mathematics", Tyumen State Oil and Gas University)</i>	266
Foreign economic activities of a region in conditions of the formation of the world economy's multi-aspect geo-economic multipolarity <i>A.N. Yelitsky (Leading scientific officer, «External economic activity» Department, SAI RR «Regional information and analytical centre»)</i>	270
Regional competitiveness: theoretical and methodological approach to the evaluation of its transformation <i>V.E. Reutov (Doctor of Economics, Professor, Vice Director for scientific research of the Institute of Economics and Management, Crimean Federal University named after V. I. Vernadsky)</i>	277
Competitive map of modern retail formats on the example of Samara <i>V. A. Pustoshkina (Samara state University of Economics)</i>	282
Practical aspects of the investment attractiveness of the example of the Nizhny Novgorod region <i>J.S. Shirayeva (Candidate of Economics, Associated Professor, Deputy Head of Department for Research, Lobachevsky state university of Nizhni Novgorod), K.S. Simonova (specialist of the first category, Ministry of Construction, Housing and Energy Nizhny Novgorod region)</i>	286
Establishment and development of housing and communal services in Udmurtia during the first half of the twentieth century <i>V.P. Grakhov (Doctor of Economics, professor, head of the department of "PGS", Izhevsk state technical university of M. T. Kalashnikov), I.V. Merinin (Candidate of Economics, associate professor, Izhevsk state technical university of M. T. Kalashnikov), S.A. Zhilin (member of the Union of writers of Russia)</i>	290
Assessment of the socio-economic development of regions of Russia in 2000-2013 years <i>N.P. Kashintsev (Junior scientific researcher, post-graduate student, Institute of socio-economic development of the territories of the Russian academy of sciences)</i>	295
Factors and conditions of development of agricultural consumer cooperation in the Kirov region <i>T.N. Kazantseva (teacher of the chair of money, credit and finance, FSBEI HPE Vyatka SAA)</i>	302
Investigation of the mechanisms of human resource management in the system of consumer cooperation of the Kirov region <i>T.I. Larinina (PhD in economics, Associated Professor, Associated Professor of the Department of public administration and municipal management, Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education «Vyatka State University» (FSBEI HE «VyatSU»))</i>	309
The main provisions of the property tax in 2016 <i>S.M. Okhotina (Candidate of Economics, Associate Professor, Department of Accounting, Analysis and Audit, Vyatka State University)</i>	313
Imbalances investment allocation by types of fixed assets, industries and regions of the country <i>I.N. Zenkin (architect, joint stock company "Tyumen house-building company")</i>	318
Possibilities of use of Big Data in the Russian public sector <i>S.A. Shavshina (Candidate of Economics, Assistant Professor, Assistant Professor, Dagestan State University)</i>	321
The analysis of the factors influencing demand of labor in to the Republic of Crimea <i>N.A. Simchenko (department chair of the economic theory, professor, Crimean federal university of V.I. Vernadsky), E.V. Romanyuk (Candidate of Economics, associate professor of the economic theory, Crimean federal university of V.I. Vernadsky)</i>	327
The approaches to the formation of the business - franchise bakery goods on a market of Primorsky Krai <i>I.V. Koval (Candidate of Economics, Associated Professor, Associate Professor of Marketing, Commerce and Logistics, Far East federal university), O.Yu. Vmichuk (Candidate of Economics, Associated Professor, Associate Professor of Marketing, Commerce and Logistics, Far East federal university)</i>	335
The use of energy resources in the region to improve the efficiency of the economy <i>Y.N. Akulova (graduate student, Orenburg State University), F.Z. Arabbayeva (Doctor of Economics, professor, head of the department of the public and municipal administration and management, Orenburg state university)</i>	340
The role of the middle class in the formation of innovative economy of the region(on the example of the Chechen republic) <i>M.S. Gairbekov (Ph.D., Head of the department of Economic theory, The Chechen State University), R.E. Batukaev (Acting head of the educational and innovative technologies department, Chechen institute for teacher training)</i>	344
Substantiation of Tyumen region roadside services development <i>N.L. Kuzmina (Assistant, Fuel Energy Complex Management Department, Tyumen State Oil and Gas University), L.L. Tonysheva (Doctor of Economics, Professor, Professor, Fuel Energy Complex Management Department, Tyumen State Oil and Gas University)</i>	348
The review of transformation financial instruments of household's economic resources in the Buryatia: analysis of results and tendency of development <i>A.T. Choyzhaisanova (graduate student, East Siberia State University of Technology and Management)</i>	354
Migration processes in the economy of the Chelyabinsk region: analysis of current trends <i>M.M. Makhmudova (Candidate of pedagogics, Associated Professor, Associated Professor, Tyumen State Oil and Gas University)</i>	362
Actual problems of municipality <i>Yu. S. Bendova (Assistant of the Department of Business Informatics and Mathematics, Tyumen State Oil and Gas University)</i>	367
Comparative analysis of the socio-economic development of the Vladivostok and of the russian cities <i>N.P. Pristup (Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of International Business and Finance Department, Vladivostok State University of Economics and Service)</i>	373

Подходы к формированию бизнес - франшизы предприятия на рынке хлебопродукции Приморского края

И.В. Коваль,

канд. экон. наук, доцент, доцент кафедры маркетинга, коммерции и логистики, Дальневосточный Федеральный университет (690091, Россия, г. Владивосток, ул. Суханова, 8; e-mail: oiga-ark@mail.ru)

О.Ю. Виничук,

канд. экон. наук, доцент, доцент кафедры маркетинга, коммерции и логистики, Дальневосточный Федеральный университет (690091, Россия, г. Владивосток, ул. Суханова, 8; e-mail: kv23@list.ru)

Аннотация. В настоящее время многие корпорации, в том числе и в пищевой промышленности сталкиваются с определенными трудностями в интеграции своей деятельности, так как продукты питания имеют ограниченные сроки реализации, особенно это относится к предприятиям по производству хлеба и хлебобулочных изделий. В работе на примере крупной региональной корпорации проведена оценка специфики франчайзинговых отношений, которые могут быть сформированы при учете сложившихся условий местного рынка хлебопродукции Приморского края.

Abstract. Currently, many corporations, including those in the food industry have some difficulties in the integration of its activities, as food have limited terms of implementation, especially with regard to the enterprises for the production of bread and bakery products. In the paper on the example of a major regional corporations analyzed the specifics of franchise relationships that can be formed taking into account prevailing local market conditions bakery goods Primorsky Krai.

Ключевые слова: франчайзинг, бизнес – модель, бизнес – формат, франшиза, рынок хлебобулочных изделий.

Keywords: franchise, business – model, of business – the format, franchise, market of bakery products.

В сложившихся условиях рыночной экономики большинство предприятий, достигая пика своего роста и востребованности, входят в состояние стагнации. Одной из причин является максимально сформированный рынок сбыта на конкретной территории, а в какую сторону развиваться дальше фирмы либо не знают, либо боятся больших потерь, выбрав неправильную стратегию. Особенно актуальна эта проблема для региональных компаний, которые освоив местный рынок, находятся в поиске вариантов расширения сбыта своей продукции.

В данной статье рассмотрены особенности разработки бизнес - формата для формирования стратегии выхода предприятия на новые рынки и выявлено, что наиболее оптимальным вариантом является процесс продажи франшизы. Суть этой формы заключается в том, что крупная, авторитетная и достаточно известная потребителям компания заключает договор с мелким самостоятельным предприятием о предоставлении ему исключительного права на выпуск определенных товаров и их сбыт, а также оказания услуг под ее торговой маркой. Развитие франчайзинга позволяет значительно повысить стоимость и при минимальных затратах собственных ресурсов франчайзера способно обеспечить достаточную скорость развития брендов. Франчайзинг формирует имидж сетевых торговых марок одновременно на многих локализованных рынках в разных регионах. В результате, франчайзинг создает потребительские предпочтения комбинированно: снизу, усилиями заинтересованных франчайзи, и сверху, благодаря организационной поддержке франчайзера [1].

Как уже отмечалось, организация франчайзинговой системы на предприятии один из наиболее оптимальных вариантов развития фирмы на пике ее жизненного цикла в «замкнутом пространстве», когда дальнейшее развитие

на территории, где находится компания, крайне проблематично. Мировой опыт показывает, что транс национальные корпорации обеспечивают за счет франчайзинга успешную интеграцию не только в масштабах национальной, но и мировой экономики. Сегодня договор франчайзинга получил распространение более чем в 80 странах мира. В США 1/3 часть всего объема розничных продаж осуществляется через франчайзинговую сеть. В Австралии франчайзинг занимает 90% общего объема услуг сети быстрого питания. Однако гражданско-правовое описание франчайзинга отсутствует в большинстве правовых систем мира, несмотря на его широкое применение в экономике и его регламентацию в 14 государствах мира [3].

В подходах к правовому регулированию франчайзинга выделяют две группы стран. К первой относятся те, в которых регламентируются административно-правовые аспекты отношений франчайзинга (Канада и США, где в отдельных штатах приняты нормативные акты, требующие обязательной регистрации договоров). Вторую группу составляют государства, в которых франчайзинг детально регулируется законом (Франция, Италия, Молдова, Республика Беларусь, Российская Федерация, Украина и др.). Таким образом, в современном мире есть несколько географических районов, в которых существует отдельное законодательство для регулирования франчайзинга.

Россия относится к немногочисленной группе стран, где франчайзинг регулируется специальными нормами, причем законодательство не только содержит понятие договора коммерческой концессии (договора франчайзинга), но и устанавливает требования к форме и содержанию такого договора. В России франчайзинг начинает получать широкое распространение лишь в последние годы [3].

Таким образом, анализ рынка хлебобулочной продукции Приморского края показал, что для разработки стратегии выхода отдельных предприятий на этот рынок им необходимо выбрать наиболее эффективный бизнес-формат, который позволит оптимизировать прибыль в длительный период и минимизировать риски за счет корпоративного управления бизнес-процессами. Для осуществления данной модели бизнес-формат предприятия должен состоять из следующих бизнес-процессов:

1 разработанный ассортиментный ряд для магазина хлебопекарни на данном этапе может включать в себя шесть наименований хлебобулочной продукции, предназначенной для выпекания в ротационной печи на месте продаж. Рекомендуется завозить два вида сдобных изделий со сладкой начинкой и два вида с начинкой мяса, ветчины, сыра. Кроме того ассортимент будет пополнен пряниками, печеньем, вафлями и бараночными изделиями. Также магазину будет дано право самостоятельно закупать 30% дополнительных ассортиментных позиций продовольственных товаров;

2 размер еженедельного заказа для магазина-хлебопекарни на данном этапе строится из расчета 70 – 80% от общей потребности населения, плюс двухдневный страховой запас. Рассчитанные переменные затраты показывают, что поставка продукции именно раз в неделю наиболее оптимальна и рентабельна для компании. В дальнейшем интервал поставки может измениться, при необходимости до 10 дней;

3 разработанные требования к рабочему персоналу будут входить в официально утвержденную дирекцией ОАО «Владхлеб» должностную инструкцию;

4 для достижения эффекта ежемесячно будут проводиться дегустации свежей выпечки в самом магазине-пекарне, а также на центральной площади поселка. Для крупных покупателей, а также бюджетных и муниципальных организаций будут предлагаться 10% скидки;

5 помещение будет отличаться своей уникальностью в плане планировки, так как частично будет виден производственный процесс. В здании будет три помещения: торговый зал, производственный цех и комната персонала;

6 все оборудование франчайзи приобретает у собственника в лизинг. Это выгодно и целесообразно, как для первого, так и для второго. В дальнейшем, если бизнес будет развиваться, франчайзи сможет выкупить данное оборудование, но не ранее, чем через три года;

7 при заключении концессионного договора между сторонами оговариваются условия оплаты. В данном случае, оплата будет происходить в две стадии: паушальный взнос будет включать в себя оплату за бренд, стоимость обучения персонала, форму для персонала. Роялти: ежемесячная оплата, включающая в себя процент от оборота. Франчайзи платит процент от объема продаж, в среднем процент роялти будет составлять от 13 до 20%;

8 размещение магазина-хлебопекарни необходимо привязать к остановке автобуса и федеральной трассе, так как ассортимент – это свежий хлеб, а мелкие соседние поселки покупают данную продукцию, как правило, не свежей. Особенно речь идет о местах, где нет никаких хлебопекарен, а поставки с завода происходят

два или три раза в неделю. В деревнях, где хлебопекарни есть, исследования показали, что качество хлеба оставляет желать лучшего. Соответственно покупку хлеба будут осуществлять не только местные жители, но и жители близлежащих населенных пунктов.

Таким образом, в исследовании был разработан алгоритм формирования бизнес-формата предприятия и предложено провести следующего рода мероприятия:

– разработать и продать бизнес-формат франшизы магазина-хлебопекарни с оговоренными условиями платежа за услуги франчайзера;

– проработать оптимальный ассортимент и рассчитать оптимально выгодные размеры заказа и условия поставки;

– рассчитать оптимальную стоимость лизинговых платежей за оборудование для магазина-пекарни с последующим выкупом;

– разработать планировку магазина-пекарни, начиная с комнаты для персонала и заканчивая торговым залом;

– проработать ценовую политику с учетом всех постоянных и переменных затрат. Рассчитать оптимальную стоимость продукции, маржинальную прибыль и коэффициент маржинальной прибыли, а также точку безубыточности;

– составить должностную инструкцию для работников магазина-хлебопекарни.

Предложенная бизнес-модель является только начальным этапом в становлении и развитии франчайзинга в компании ОАО «Владхлеб». В дальнейшем, если данный бизнес, непосредственно в поселке Новошахтинском, будет развиваться, формат магазина-хлебопекарни будет совершенствоваться, а сам франчайзи в перспективе может стать правообладателем. По той же схеме компания ОАО «Владхлеб» сможет разрабатывать и открывать подобные мини-пекарни в других поселках, а также за пределами Приморского края, что позволит увеличить объем сбыта на основе снижения затрат и рисков. Кроме того анализ рынка приграничных территорий КНР показал, что имеются реальные перспективы организовать франчайзинговый бизнес в таких городах как Харбин, Далиань, Хуньчунь, Суйфэнхэ и др.

Библиографический список:

1. Виничук О.Ю., Куприянова Л.К. Оценка подходов к разработке модели франчайзингового магазина с учетом особенностей предпринимательской деятельности в регионе. Экономика и предпринимательство. – №3 (4.2) 2015 г. С. 989-992 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.intereconom.com> Дата обращения: 29.08.2015.
2. Официальный сайт компании ОАО «Владхлеб» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://vladhlebl.ru/> Дата обращения: 29.08.2015.
3. Проблемы создания франчайзинговой сети [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://ourfaq.net/marketing/problems-ozdaniya-franchizingovoj-seli/> Дата обращения: 24.05.2015.
4. Статистический сборник по Приморскому краю, Примстатуправление 2014 г. – 1156 с.
5. Франчайзинг в розничных сетях [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.devbusiness.ru/development/marketing/franch_retail_sorokina.htm Дата обращения: 24.08.2015.