

БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ФАКУЛЬТЕТ ТЕХНОЛОГИЙ УПРАВЛЕНИЯ И ГУМАНИТАРИЗАЦИИ  
КАФЕДРА «МЕНЕДЖМЕНТ»

ДОПУЩЕНА К ЗАЩИТЕ

Зав. кафедрой профессор

В.Ф.Володько

  
подпись

«15» 06 2018 г.

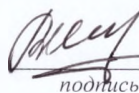
**ДИПЛОМНАЯ РАБОТА**

**«СОЗДАНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ ДОГОВОРА  
ФРАНЧАЙЗИНГА»**

Специальность 1-26 02 02 Менеджмент (по направлениям)

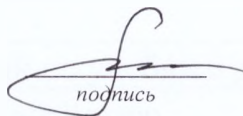
Направление 1-26 02 02-04 Менеджмент (недвижимости)

Студент 30801313  
группы

  
подпись

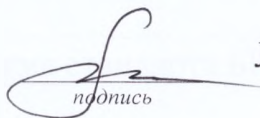
В.А. Данильчик

Руководитель  
(к.э.н. доцент)

  
подпись

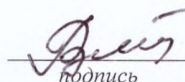
Л.А. Сташевская

Консультанты:  
по управленческой и  
по экономической части  
(к.э.н. доцент)

  
подпись

Л.А. Сташевская

по технологической части  
(к.п.н. доцент)

  
подпись

О.М. Володько

Ответственный за нормоконтроль

  
подпись

М.С. Рызванович

Объем работы:

дипломная работа – 82 страницы;

графическая часть – 14 листов А4;

цифровые носители – 1 диск.

Минск 2018

## РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 82 стр., 5 рисунков, 24 таблицы,  
55 источников, 2 приложения.

### ФРАНЧАЙЗИНГ, ОБРАЗЦЫ, СПЕЦИФИКА ПРИМЕНЕНИЯ, МЕЖДУНАРОДНАЯ ПРАКТИКА, АНАЛИЗ, СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ

Объект исследования: ИП «Шайкова М.Я.»

Предмет исследования: использование франчайзинга в деятельности ИП «Шайкова М.Я.»

Цель дипломной работы: проанализировать экономическую целесообразность использования инструментов франчайзинга.

Методы исследования: системный подход, метод обобщения, анализ и синтез, экспертно-аналитический, нормативный и статистические методы.

В процессе выполнения работы проведены следующие исследования: раскрыты теоретические аспекты франчайзинга; проведен анализ деятельности ИП «Шайкова М.Я.» по франшизе; разработаны мероприятия по повышению эффективности использования франчайзинга.

Элементами научной новизны (практической значимости) полученных результатов являются пути по повышению эффективности использования франчайзинга.

Областью практического применения является: ИП «Шайкова М.Я.»

Студент-дипломник подтверждает, что приведенный в дипломной работе расчетно-аналитический материал объективно отражает состояние исследуемого процесса (разрабатываемого объекта), все заимствованные из литературных источников теоретические и методологические положения и концепции сопровождаются ссылками на их авторов.



## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Постановление Национального статистического комитета Республики Беларусь от 21.10.2016 N 155 «Об утверждении формы государственной статистической отчетности 1-тур «Отчет об осуществлении туристической деятельности» и указаний по её заполнению»
2. Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 12.11.2015 N 1064 «Об утверждении Правил оказания туристических услуг»
3. Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 29.07.2006 N 963 (ред. от 25.05.2016) «Вопросы Министерства спорта и туризма Республики Беларусь» (вместе с «Положением о Министерстве спорта и туризма Республики Беларусь», «Положением о Департаменте по туризму Министерства спорта и туризма Республики Беларусь»)
4. Абчук, В.А. Азбука маркетинга / В.А. Абчук. – СПб: изд-во «Союз», 2013. – 270с.
5. Адамович, Д.А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью: Учебно-методический комплекс / Д.А. Адамович – Новосибирск: НГУЭУ, 2016. – 336с.
6. Азарова, Л.В. Ситуационный анализ в связях с общественностью / Л.В. Азарова, В.А. Ачкасова, К.А. Иванова. – СПб.: Питер, 2014. – 256с.
7. Академия рынка: маркетинг / под ред. Н.Л. Романова. - М.: Экономика, 2013. – 258с.
8. Акулич, И.Л. Основы маркетинга: учеб. пособие / И.Л. Акулич., Е.В. Демченко – Мн.: Выш. шк., 2013. – 236с.
9. Амблер, Т. Практический маркетинг / под общ. ред. Ю.Н. Каптуревского. – СПб: Издательство «Питер», 2014. – 400с.
10. Ассэль, Г. Маркетинг: принципы и стратегии. Учебник для вузов. / Г. Ассэль. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 804с.
11. Багиев, Г.Л. Маркетинг: Учебник для вузов/ В.М. Тарасевич, Х. Анн; под общ. ред. Г.Л. Багиева – М.: Издательство «Экономика», 2014. – 703с.
12. Балабанов, И. Т. Экономика туризма: учеб. пособие для студентов вузов, эконом. спец. / И. Т. Балабанов. – М.: Финансы и статистика, 2013. – 174с.
13. Барышев, А.В. Эффективное продвижение на B2B-рынке //Маркетинг и маркетинговые исследования – 2017 – №6. – С. 39–54.
14. Ветитнев, А.М. Чего хотят отдыхающие / А.М. Ветитнев, С. Чудиновских // Туризм: практика, проблемы, перспективы. - 2017. - № 4. - С. 50-51
15. Ветитнев, А.М. Курортное дело: учеб. пособие. / А.М. Ветитнев, Л.Б. Журавлева. – М.: КНОРУС, 2016. – 528 с.
16. Волков, К. Быть маркетологом / К. Волков // Управление компанией. – 2017. – №10. – С. 6-11.
17. Ворошилова, И. Как наши туристы отдыхают. Портрет туристской аудитории Рунета/ И. Ворошилова // Туризм: практика, проблемы, перспективы. – 2015. – № 1. – С. 7
18. Черчилль, Г. Маркетинговые исследования / Г. Черчилль.– СПб: Издательство «Питер», 2016. – 752 с.

19. Голубков, Е.П. Основы маркетинга / Е.П. Голубков. – М.: Издательство «Финпресс», 2016. – 656 с.
20. Голубков, Е.П. Современные тенденции развития маркетинга / Е.П. Голубков // Маркетинг в России и за рубежом. – 2017. – №4. – С.3-17.
21. Даулинг, Г. Репутация фирмы: создание, управление, оценка эффективности. пер. с англ./ Г Даулинг. – VI.: Имидж-Контакт; ИНФРА-М, 2016. – 284 с.
22. Джон, Ф. Основы маркетинга. Чего же хотят ваши потребители. Надежный способ это выяснить. / Ф Джон. – Ростов н/Д: «Феникс», 2015. – 400с.
23. Дурович, А.П. Маркетинг туризма: учеб. пособие / А. П. Дурович. – Минск: Современная школа, 2015. – 319 с.
24. Дурович, А.П. Менеджер турагентства/ А. П. Дурович. – Минск: Современная школа, 2015. – 320 с.
25. Дурович, А.П. Организация туризма: пособие для учащихся учреждений, обеспечивающих получение среднего специального образования по специальности «Туризм и гостеприимство» / А. П. Дурович. – Минск: Современная школа, 2014. – 384 с.
26. Зайвий, С. Производитель туруслуг и его брэнд / С. Зайвий // Туризм: практика, проблемы, перспективы. - 2014. – № 7. – С.
27. Ильющенко, Е.В. Маркетинг на предприятии / Е.В. Ильющенко. – Мн.: Экоперспектива, 2016. – 354 с.
28. Исмаев, Д. К. Основная деятельность туристской фирмы: учеб. пособие / Д.К. Исмаев. - М., 2014. -158 с.
29. Калиновская, Н.А. «Социальный» туризм: проблемы и пути решения / Калиновская Н.А., Щуковская М.А. // Экономика, коммерция и управление: Межвуз.сб.науч.тр. / ДВГУПС. – Минск, 2016. – С. 18-21
30. Карпухина, И.В. Интегрированные маркетинговые коммуникации в бизнесе // Материалы тренинга, 2017. – 112 с.
31. Ковынева, Л.В. Инновации в социально-культурном сервисе и туризме. Конспект лекций: учеб. пособие/ Л.В. Ковынева; ДВГУПС. Каф. «Социально-культурный сервис и туризм». - Хабаровск: Изд-во ДВГУПС, 2017. – 103 с.
32. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер – СПб: изд-во «Питер», 2016. – 525с.
33. Котлер, Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм: учеб. пособие для вузов / Ф. Котлер. – М.: Юнити, 2014. – 1063 с.
34. Кузнецова, Ю.В. Успешные приемы современного маркетинга, используемые при создании и продвижении продукции компании / Ю. В. Кузнецова // Туризм: практика, проблемы, перспективы. – 2015. – № 3. – С. 178-195
35. Локотко, А.И. Локально-рекреационная мозаика белорусского туризма // Весці НАН Беларусі. – 2015 №4 с. 75-79.
36. Малахова, Н.Н. Инновации в туризме и сервисе: учеб. пособие для вузов / Н.Н. Малахова, Д.С. Ушаков. – М.: МарТ, 2014. – 224 с.



37. Марвин, Б. Маркетинг ресторана: как привлечь клиента и удержать в вашем ресторане / Б. Марвин. М.: изд-во Жигульского (ООО «Соврем. рознич. и рестор. Технологии»), 2013. – 342 с.
38. Маркетинг / под ред. А. Н. Романова, М.: Банки и биржи, 2014. – 118 с.
39. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник / под ред. проф. В.А. Алексунина. – М.: ИКТЦ «Маркетинг», 2016. – 516с.
40. Маркетинг гостиниц и ресторанов: учеб. пособие / А.П. Дурович. – М.: Новое знание, 2014. –398 с.
41. Маркетинг туризма и гостеприимства: учебно-методический комплекс для студентов обучающихся по специальности 080507 «Менеджмент оргнаизации» / Сост. А. С. Дерешева. – Горно-Алтайск: РИО ГАГУ, 2015. – 120 с.
42. Маркетинг: теория и практика / под ред. Г. Я. Кожекина. – Мн.: Выш.шк., 2013. – 217 с.
43. Маслова, Т.Д. Маркетинг / Т.Д. Маслова. – СПб.: Питер, 2015. – 400 с.
44. Кабушкин, Н.И. Менеджмент гостиниц и ресторанов: учеб.-практ. пособие / Н.И. Кабушкин. – Минск: БГЭУ, 2015. – 411 с.
45. Зорина, Г.И Основы туристической деятельности: учебник / Г. И.Зорина [и др.] – М.: Советский спорт, 2013. – 224 с.
46. Скотт, А. От мороженого к Интернету. Франчайзинг как инструмент развития и повышения прибыльности вашей компании / А. Скотт. – М.: Маркетинг и технологии, 2017. – 218 с.
47. Рассохин, О. Прибыль в два клика / О. Рассохин // Туризм: практика, проблемы, перспективы. - 2015. - № 4. - С. 36-38
48. Резолюция Совета Министров Союзного государства N 8«О совместной деятельности Министерства спорта и туризма Республики Беларусь и Министерства спорта Российской Федерации, направленной на развитие физической культуры и спорта в государствах – участниках Договора о создании Союзного государства» (Совершена в г.Москве 29.09.2016)
49. Романова, М. В. Маркетинговое управление проектами в промышленности/ М. В. Романова // Маркетинг. – 2014. – №3. – С. 44-52.
50. Рябков, А. Оценка эффективности функционирования службы маркетинга с использованием системы сбалансированных показателей (ССП) / А. Рябков // Маркетинг, реклама и сбыт. - 2013. – №1. – С. 25-31.
51. Саблина, С. Г. Коммуникация и общественные связи: Западные теории, методология, практика : учеб. пособие / С. Г. Саблина; Федер. агентство по образованию, Новосиб. гос. ун-т, Эконом. фак. – Новосибирск: Новосибирский гос. ун-т, 2015. – 228 с.
52. Усов, В.В. Организация обслуживания в ресторанах: практ. пособие. / В.В. Усов. – М.: Высш. шк., 2016. – 254 с.
53. Кац, Р.Б. Франчайзинг. Построение предприятия, бухгалтерский учет, правовые аспекты / Р. Б. Кац. – М.: ГроссМедиа, РОСБУХ, 2015. – 136 с.
54. Чесбро, Г. Открытые инновации. Создание прибыльных технологий / пер. с англ. В. Н. Егорова. М.: Поколение, 2016. – 167 с.