Др\_ Франчайзинг как инструмент повышения финансовой устойчивости бизнеса

Стр\_57

[Введение](#_Toc3766633)

[1 ТЕОРИЯ ФРАНЧАЙЗИНГА КАК ФОРМЫ ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА](#_Toc3766634)

[1.1 История формирования франчайзинга и франчайзинговых отношений](#_Toc3766635)

[1.2 Понятие и экономическая сущность франчайзинга](#_Toc3766636)

[1.3 Использование франчайзинга как формы развития бизнеса](#_Toc3766637)

[2 АНАЛИЗ ФРАНЧАЙЗИНГОВОЙ СХЕМЫ ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА НА ПРЕДПРИЯТИИ](#_Toc3766638)

[2.1 Особенности использования франчайзинга в Казахстане](#_Toc3766639)

[2.2 Особенности организации франчайзинга ТОО «»](#_Toc3766640)

[2.3 Анализ эффективности ведения бизнеса по франшизе](#_Toc3766641)

[3 ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ФРАНЧАЙЗИНГА В КАЗАХСТАНЕ](#_Toc3766642)

[3.1 Направления совершенствования развития франчайзинговых отношений](#_Toc3766643)

[3.2 Прогнозы развития франшизы в Казахстане](#_Toc3766644)

[4 МОДЕЛЬ ОПТИМАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ ФРАНЧАЙЗИНГА ТОО «»](#_Toc3766645)

[Заключение](#_Toc3766646)

[Список использованной литературы](#_Toc3766647)

# Заключение

В соответствии с выше изложенным, сделаем основные выводы исследования.

Теория франчайзинга как формы ведения бизнес была представлена в первой главе исследования.

Франчайзинг в общем смысле представляет собой «аренду» товарного знака или коммерческого обозначения. Применение франшизы регламентировано положениями договора между франчайзером (лицо, предоставляющее франшизу) и франчайзи (получатель франшизы). Франчайзинг является системой взаимоотношений, заключающейся в возмездной передаче одной стороной другой стороне своих средств производства, уникальной технологии, известного бренда, уникального способа оказания работ или услуг в общем технологии ведения бизнеса. Франчайзинг позволяет владельцу бизнеса преодолеть эти проблемы, заменив владельца на менеджера. Никто не может быть более мотивирован, чем тот, кто материально вложен в успех. Франчайзи будет владельцем - часто с вложенными в бизнес сбережениями его жизни. И его компенсация придет в основном в виде прибыли. Сочетание этих факторов будет иметь несколько положительных эффектов на производительность на уровне подразделений.

# Список использованной литературы

1. Шахова М.С. Развитие системы франчайзинг в малом бизнесе: Дисс. канд. экон. наук. М., 1994. – 240 с.
2. Мендельсон М. Руководство по франчайзингу. М.: Гарадики, 2006. – 162 с.
3. Титова М.Н. О месте франчайзинга в системе правового регулирования инвестиционной деятельности // Право и экономика. 2014. № 9. – С. 28–29.
4. Климова С.В. Правовой режим франчайзинга в национальном и международном обороте: Дисс. канд. юрид. наук. М., 2011. – 114 с.
5. Каткова М.Н. Франчайзинг как способ организации и осуществления предпринимательской деятельности: понятие и правовые основы // Предпринимательское право. 2011. № 2. – С. 14–15.