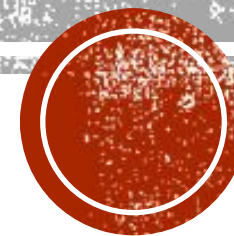


ФРАНЧАЙЗИН Г



Воронова Ксения
гр. ИнМ-117

ФРАНЧАЙЗИН

- это форма продолжительного делового сотрудничества нескольких фирм, при котором компания с известным на рынке именем (франчайзер) перепродает права на него вместе с технологией производства или продажи товара или услуги независимым от нее предприятиям (франчайзи).
- Суть этой формы в том, что головная, чаще всего 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 торговой маркой данной компании.



ФРАНЧАЙЗЕР



- это компания, которая выдает лицензию или передает в право пользования свой товарный знак, ноу-хау и операционные системы.
- **Франчайзи** — это человек или компания, которая покупает возможность обучения и помощь при создании бизнеса у франчайзера и выплачивает сервисную плату (роялти) за использование товарного знака, ноу-хау и системы ведения работ франчайзера.
- Для малых предприятий (только возникающих) эта форма удобна, так как у головной компании есть авторитет (имидж наработан), потребитель уже привык к торговой марке и на рекламу не нужно тратить денег



ОТНОШЕНИЯ ФРАНЧАЙЗИНГА

- Франчайзер (головная компания) заключает договоры не с одним, а с несколькими малыми предприятиями (операторами) и таким образом создает разветвленную сеть торговых и промышленных предприятий, которые находятся в зависимости от него. Эта зависимость определена договором, по которому необходимо соблюдать все правила торговли или производства, вплоть до мелочей (униформа).
- Но и франчайзер обязуется оказывать комплекс услуг — поставка оборудования, сырья, передача технологии, обучение персонала, услуги по бухучету.
- Одновременно франчайзи получает и права на использование торговой марки, стандартов обслуживания, фирменного дизайна и деловой репутации.



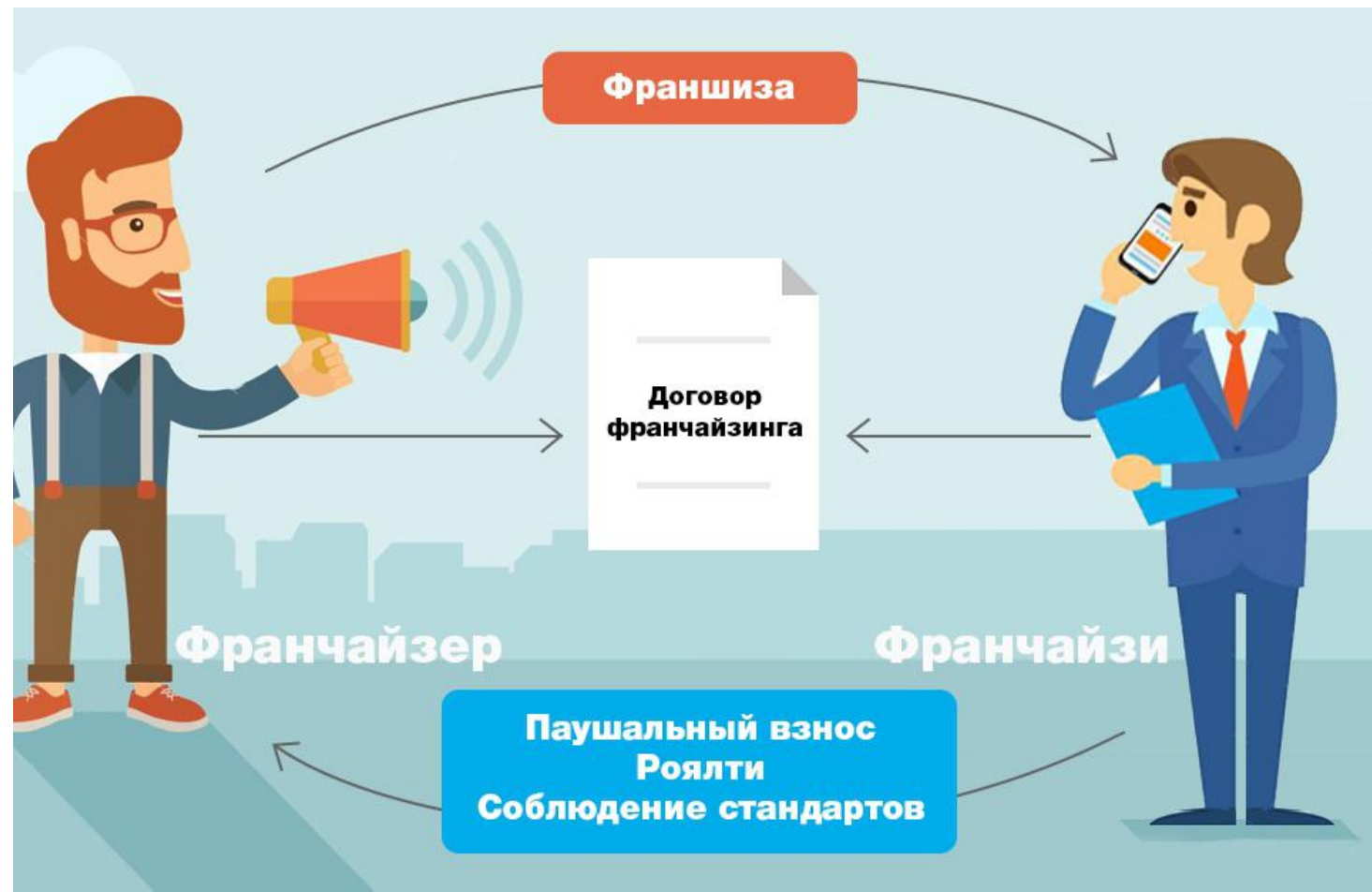
ФРАНШИЗА

- это полная бизнес система, которую франчайзер продает франчайзи. Другим названием для подобной системы служит **франчайзинговый пакет**, который обычно включает пособия по ведению работ и другие важные материалы, принадлежащие франчайзеру.
- Франчайзи заинтересован в максимальных продажах при минимальных затратах. Франчайзи должен следовать правилам ведения бизнеса по франшизе и участвовать в рекламных и маркетинговых компаниях, проводимых франчайзером.
- При этой форме предприятие-организатор обеспечивает своим партнерам (в основном малым предприятиям) лицензию на самостоятельное ведение хозяйственной деятельности, но под маркой.
- Последний предоставляет свой опыт и технологию и берет на себя осуществление рекламы, поставок и контроля (например, предприятие быстрого обслуживания «Макдональдс»). При этом лицензиат франшизы (пользователь), оставаясь самостоятельным предпринимателем, за пользование франшизой платит лицензиару определенные договором сборы.



РАЗЛИЧАЮТ СЛЕДУЮЩИЕ ВИДЫ ФРАНЧАЙЗИНГА:

- **франчайзинг услуг** — многие иностранные фирмы создают в крупных городах РФ центры, через которые финансируют приобретение или аренду помещений, обучают персонал, поставляют оборудование и осуществляют контроль («Макдональдс»);
- **франчайзинг товаров** — создают широкие сети сбыта и обслуживания. Все сбытовые фирмы пользуются фирменными знаками. Головные фирмы обеспечивают инструментами, запчастями, ноу-хау, финансируют рекламу.

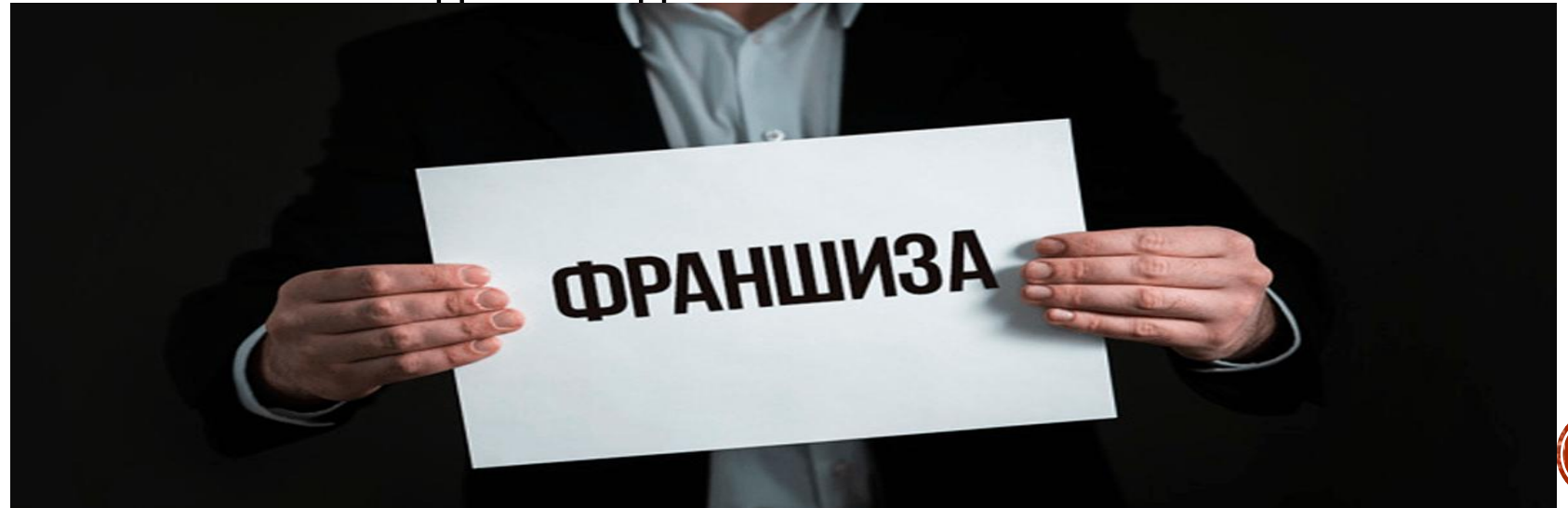


- Франшиза в России получила распространение в виде выдачи лицензии отечественным предпринимателям (лицензиатам) иностранными фирмами («Макдональдс», «Баски н-Робби не» и др.). Это одна из форм привлечения иностраннх инвестиций в Россию и метод формирования надежного партнера и предпринимателя. Использование франшизы выгодно для стабилизации и развития экономики, ибо франшиза дает тройной эффект:
 - лицензиат может воспользоваться проверенными экономическими методами лицензиара;
 - лицензиар закладывает прочный фундамент для работы своей компании;
 - покупатели без перебоев получают товары и услуги гарантированного качества («Монарх», «Эконика» — торговля обувью).
- Однако франшиза не лишена недостатков: лицензиары стараются ограничить самостоятельность лицензиатов, так как договор франшизы составляет ее продавец, и он прописывает благоприятные для себя условия соглашения (выбор поставщиков регламентирует продавец франшизы, ограничивается сфера распространения услуг по франшизе и т.д.).



ИСТОРИЯ ФРАНЧАЙЗИНГА

- Франчайзинг как система зародился в XX веке в США и первоначально служил для изготовителей средством увеличения сбыта своей продукции. Позднее франчайзинг приняли независимые оптовые и розничные фирмы для сохранения конкурентоспособности с торговыми сетями цепного подчинения других фирм. В 30-е годы их примеру последовали нефтяные компании, которые начали использовать франчайзинг для создания сети заправочных автостанций. Если до этого времени нефтяные компании имели только собственные торговые предприятия, то за короткий период основным способом распределения их продукции стали предприятия, получившие от них лицензию на продажу по системе франчайзинга, что помогло этим компаниям успешно выдержать экономический спад 30-х годов.





- Наибольший успех в развитии системы удалось достигнуть в 50-х годах XX века братьям МакДональдам. В настоящее время франчайзинговая система «McDonalds» насчитывает более 14 тыс. предприятий в разных странах мира.
- Сегодня франчайзинг получил развитие более чем в 70 отраслях хозяйства. Франчайзинг признан в мире как наиболее прогрессивная форма ведения бизнеса и широко распространен в зарубежной практике. Договор франчайзинга является самостоятельным объектом правового регулирования более чем в 80 странах мира.
- В России франчайзинг получил свое развитие с приходом на рынок таких компаний, как «PizzaHut», «Kodak», «McDonalds», «Coca-Cola» и др.



ОСНОВНЫЕ ЧЕРТЫ И ОСОБЕННОСТИ ФРАНЧАЙЗИНГА

- По своей сущности франчайзинг представляет собой систему взаимоотношений, заключающуюся в возмездной передаче одной стороной (фирмой, имеющей, как правило, ярко выраженный имидж и высокую репутацию на рынке товаров и услуг) другой стороне (фирме или индивидуальному частному предпринимателю) своих **средств индивидуализации производимых товаров, выполняемых работ или оказываемых услуг** (товарного знака обслуживания, фирменного стиля), **технологии ведения бизнеса и другой коммерческой информации** использование которой другой стороной будет содействовать росту и надежному закреплению на рынке товаров и услуг. При этом передающая сторона обязуется оказывать содействие в становлении бизнеса, обеспечивать техническую и



ИСТОЧНИКАМИ ДОХОДОВ ФРАНЧАЙЗЕРА СТАНОВЯТСЯ:

- вступительные взносы новых франчайзи,
- роялти (фиксированные платежи или платежи как процент от выручки или прибыли франчайзи),
- наценка на поставленные товары (материалы),
- скидки оптовых поставщиков,
- премия за подбор помещений и оборудования для франчайзи,
- сдача в аренду франчайзи зданий и оборудования,
- процент за кредит, предоставляемый участникам франчайзинговой системы,
- плата за управленческие, консультационные услуги,
- маркетинговые взносы франчайзи,
- собственные торговые точки (предприятия) франчайзера.
- Иногда, в целях повышения привлекательности франчайзи, франчайзер сам организует торговую точку, убеждается в ее доходности и предлагает ее франчайзи.

