



ФРАНЧАЙЗИНГ
КАК ФОРМА
ВЕДЕНИЯ
БИЗНЕСА



Понятие франчайзинга

- **Франчайзинг** — 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).



- **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 за использование товарного знака, ноу-хау и системы ведения работ франчайзера.



Ф. Котлер выделяет следующие признаки франчайзинга:

- франчайзер получает отчисления за использование своего товарного знака;
- франчайзи выплачивает начальный взнос за право стать частью системы;
- франчайзер предоставляет франчайзи систему ведения бизнеса.

История франчайзинга

- XIX в. - появление франчайзинга . Британская система "связанных домов"
- 1898 г. – первый подъем франчайзинга. Компания "General Motors" начала применять франчайзинговое дилерство.
- Вплоть до 1950-х годов большинство компаний, использовавших франчайзинговую систему, рассматривали франчайзинг как эффективный метод распределения продукции и услуг.
- Бум франчайзинга 50-х годов относится ко второму поколению франшиз, известных как "бизнес-формат франшизы"



Виды франчайзинга

- **Товарный** - взаимоотношения сторон франчайзинга в сфере торговли, при которых франшизодатель передает, а владелец франшизы получает эксклюзивное право, ограниченное конкретной территорией, на реализацию под торговым знаком франшизодателя выпускаемой им продукции.
- При **производственном** франчайзинге, происходит передача технологии производства определенного вида продукции
- **Сервисный** франчайзинг. Данный вид франчайзинга касается непосредственно каких либо услуг, предусматривает передачу от франчайзера к франчайзи технологии продаж и обслуживания клиентов

- **Корпоративный франчайзинг** - современная форма организации франшизного бизнеса, при которой франшизополучатель оперирует не отдельным предприятием, а сетью франшизных предприятий с использованием наемных менеджеров.
- **Конверсионный франчайзинг** - способ расширения франшизной сети, при котором действующее самостоятельно предприятие переходит на работу по договору франчайзинга и присоединяется к системе франшизных предприятий, работающих под контролем одного франшизополучателя.



Преимущества

- Использование проверенной бизнес-системы.
- Возможность открыть собственное дело.
- Возможность выбора отрасли.
- Возможность снизить риски.
- Удачный выход на рынок обеспечен.
- Минимальные затраты на рекламу и маркетинг.
- Получение доступа к базе знаний франчайзера.
- Гарантированная система поставок.

Недостатки

- Франчайзи вынуждены следовать правилам и ограничениям, установленным франчайзером.
- Франчайзи часто обязаны закупать сырьё и продукцию у поставщиков, назначенных франчайзером.
- Для франчайзи могут быть установлены жёсткие ограничения на выход из бизнеса.
- Франчайзи редко могут оказать влияние на вопросы централизованного маркетинга и рекламы, но при этом могут быть вынуждены оплачивать централизованные маркетинговые и рекламные кампании.