

ПРЕЗЕНТАЦИЯ ПО
ДИСЦИПЛИНЕ
ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКАЯ
ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ
НА ТЕМУ "МЕЖДУНАРОДНЫЙ
ФРАНЧАЙЗИНГ "

подготовила учащаяся группы К-33
Скоробогатых Мария

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ФРАНЧАЙЗИНГ

Международный франчайзинг – вид отношений между рыночными субъектами, когда одна сторона (франчайзер) передаёт другой стороне (франчайзи) за плату (роялти) право на определённый вид бизнеса.

Это развитая форма лицензирования, при которой одна сторона (франчайзер) предоставляет другой стороне (франчайзи) возмездное право действовать от своего имени, используя товарные знаки и/или бренды франчайзера.

ФРАНЧАЙЗИ

- Франчайзи - лицо, самостоятельный предприниматель или компания, приобретающая у крупной фирмы на определенный срок и на определенных условиях исключительное право на ведение коммерческой деятельности с использованием ее торгового знака и технологий.

- ◉ Франчайзи получает таким образом готовое предприятие. И именно в этом главная привлекательность франчайзинга. Франчайзи не нужно создавать предприятие шаг за шагом, как должен это делать предприниматель, начинающий с нуля. За фиксированную плату типичный франчайзи может получить поддержку по следующим направлениям:
 - стратегия маркетинга с акцентом на рекламу;
 - первоначальное обучение работников и подготовка в области управления;
 - дизайн объекта и закупка оборудования;
 - унифицированная политика и процедуры;
 - централизованные закупки по пониженным ценам;
 - постоянное консультирование по вопросам управления;
 - выбор места и рекомендации по размещению предприятия;
 - предоставление аренды;

ОСНОВНЫЕ ОПРЕДЕЛЕНИЯ

- **Франчайзинговый договор (договор коммерческой концессии)** - договор, по которому одна сторона (правообладатель) передает другой стороне (пользователю) за соответствующую плату и на определенный или неопределенный срок права на использование фирменного наименования, на коммерческую информацию, на товарный знак, знак обслуживания и т.д. Сторонами по договору коммерческой концессии могут быть юридические и физические лица, зарегистрированные в качестве индивидуальных предпринимателей.

ОСНОВНЫЕ ОПРЕДЕЛЕНИЯ

- ⦿ **Рекламная плата (рекламный пай)** - ежемесячная / ежегодная плата франчайзи франчайзеру для рекламных расходов.
- ⦿ **Роялти (Royalty)** - вознаграждение в виде периодических отчислений фиксированных ставок, определяемых франчайзором на основании собственной оценки стоимости права использования торговой марки единой франчайзинговой сети, которые выплачиваются франчайзи франчайзеру ежемесячно.

ВЗНОСЫ

- **Первоначальный взнос (франшизный взнос)** - плата за предоставление права присоединиться к определенному бизнесу и использовать товарный знак франчайзера на определенной территории.
- **Паушальный взнос** - единовременное вознаграждение франчайзера в виде определенной твердо зафиксированной в договоре (соглашении) суммы, которая устанавливается исходя из оценок возможного экономического эффекта и ожидаемых прибылей франчайзи на основе использования франшизы, также может рассчитываться как оплата затрат франчайзера связанных с продажей франшизы.

ФРАНШИЗА

Франшиза - контракт или соглашение, выраженное или подразумеваемое, письменное или устное между двумя или более лицами (франчайзи и франчайзера).

ОСНОВНЫЕ ФОРМЫ ФРАНЧАЙЗИНГА

В международной практике выделяются **пять** основных форм:

1. Прямой франчайзинг
2. Последовательный франчайзинг
3. Разработка территории
4. Субфранчайзинг
5. Мастер-франчайзинг

ПРЯМОЙ ФРАНЧАЙЗИНГ

Прямой франчайзинг означает передачу прав по ведению бизнеса одному лицу (на одно предприятие) с ограничением территории. То есть франшиза продается головным предприятием только одной младшей компании. Передача прав другому лицу не допускается.

Недостатком прямого франчайзинга является медленное освоение рынка.

ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНЫЙ ФРАНЧАЙЗИНГ

Это форма, при которой головная компания продает младшей компании несколько франшиз. Франшизы передаются постепенно. Каждая следующая отдается после того, как франчайзер убедится, что работа в уже действующих предприятиях налажена должным образом. Эта форма франчайзинга является более эффективной.

РАЗРАБОТКА ТЕРРИТОРИИ

Развитие территории (разработка территории) предполагает закрепление за франчайзи - разработчиком территории - права заключать договоры от имени франчайзера с несколькими франчайзи. При этом нет необходимости ждать, пока будет налажена работа в уже открытых предприятиях.

СУБФРАНЧАЙЗИНГ

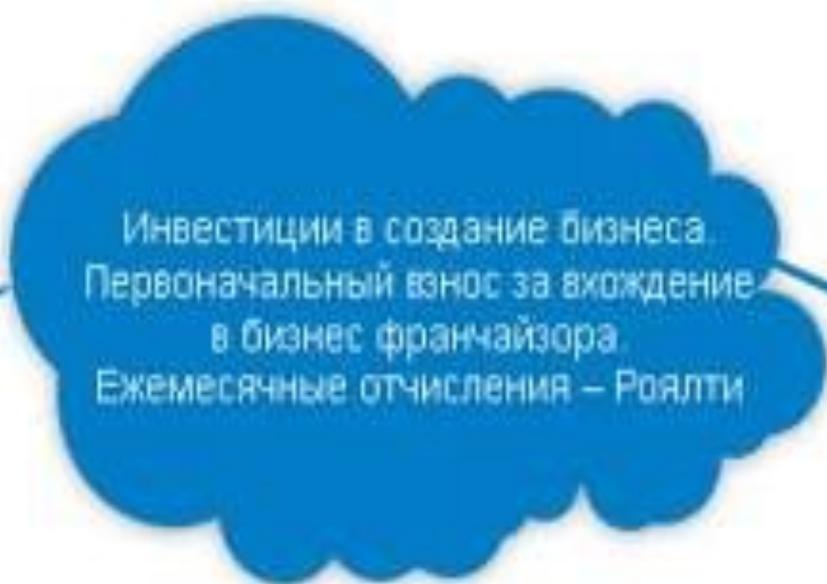
При этой форме франчайзер передает субфранчайзеру большую часть своих прав на закрепленной территории, включая право открывать свои предприятия и продавать франшизы третьим лицам. Субфранчайзер исполняет роль заместителя головной фирмы в определенной местности. Помимо прав, к нему переходят обязанности головной компании по поддержке младших компаний, оказании консультационных и прочих услуг, оговоренных договором.

МАСТЕР-ФРАНЧАЙЗИНГ

- Очень близок к субфранчайзингу и используется, как правило, в деятельности крупных международных сетей (в качестве закрепленной территории обычно выступает целая страна или группа стран).



ФРАНЧАЙЗОР



ФРАНЧАЙЗИ



