

Франчайзинг в международной торговле

Выполнила: Новицкая Мария, группа 6071

Франчайзинг

Это такая организация бизнеса, в которой компания (франчайзор) передает независимому человеку или компании (франчайзи) право на продажу продукта и услуг этой компании.

Виды франчайзинга

- **Товарный франчайзинг** иногда называют «франчайзинг продукта (торгового имени)»
- **Производственный франчайзинг** - это франчайзинг на производство товаров
- **Деловой франчайзинг** называют «франчайзинг бизнес-формата»

Преимущества франчайзинга

- Франчайзинг приносит дополнительные деньги для распространения бизнеса
- Франчайзинг открывает возможности быстрого расширения на новом рынке и укрепления своей репутации на существующем рынке
- Франчайзинг открывает для потребителя возможность больше узнать о продукте и услугах
- Франчайзинг дает возможность использовать репутацию и товарный знак франчайзора
- Франчайзинг устанавливает четкие территориальные границы ведения бизнеса

Недостатки франчайзинга

- Влияние плохо работающих франчайзинговых предприятий
- Недоплата или выплата взносов с опозданием
- Трудности сохранения конфиденциальности коммерческой тайны
- Франчайзор должен поддерживать непрерывную связь с франчайзи

Заключение

- Франчайзинг - чрезвычайно перспективный вид предпринимательства: если в "обычном" бизнесе из 100 возникающих предприятий в итоге "выживает" не более 10, то из 100 франшизных будет успешно работать 90, что немаловажно и с точки зрения создания новых рабочих мест.

- Большинство ведущих френчайзоров уже имеют свои отделения в более, чем 30 странах мира и по-прежнему заинтересованы в дальнейшем расширении. Практически все они уделяют особое внимание проектам, связанным с рынком России, осознавая его огромный потенциал. Как и в Америке, так и в мировых экономиках, происходит рост и потребности населения. И изменения в свободной рыночной экономике, новые формы и понятия о франчайзинге дадут возможности для дальнейшего роста компаний.

Распределение количества франшизных систем по видам деятельности

Розничная торговля (46%)

Предприятия питания (22%)

Бытовое обслуживание (11%)

Развлечения, путешествия, спорт (7%)

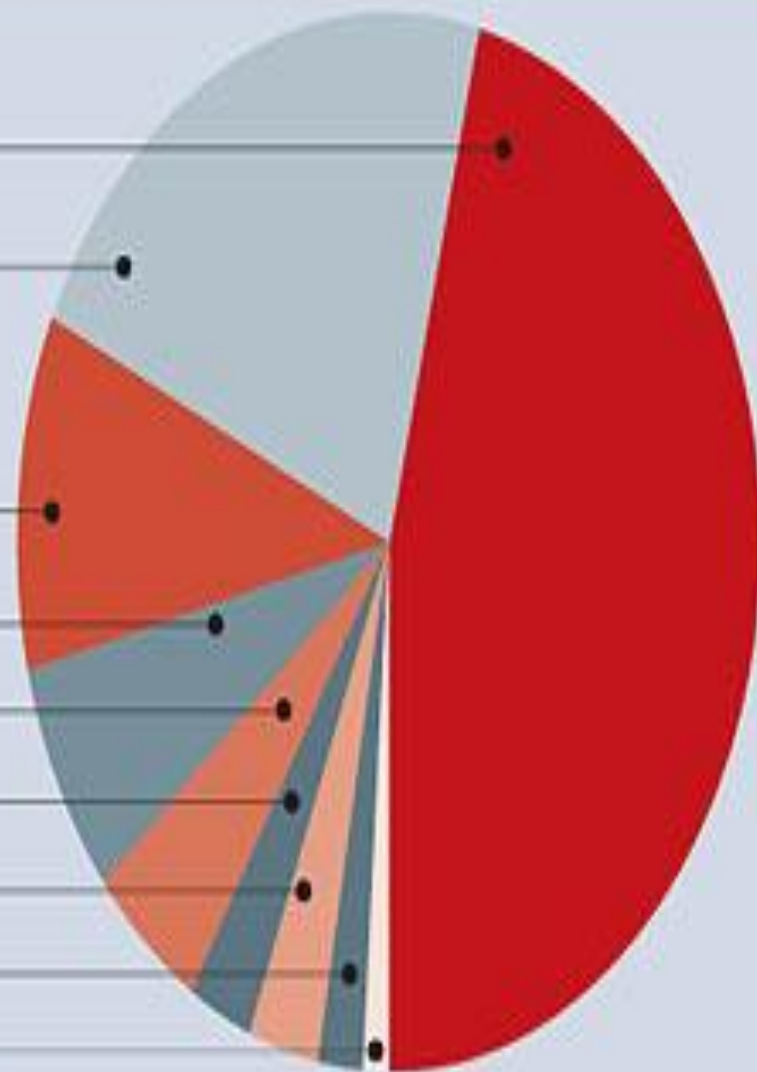
Обслуживание бизнеса (5%)

Учебные центры (3%)

Охрана здоровья (3%)

Автотранспорт (2%)

Строительные услуги (1%)



По данным Российской ассоциации развития франчайзинга.

Франшиза МакДональдса

● США



● Россия



Франшиза General Motors

● США



● Россия

