



ФРАНЧАЙЗИНГ КАК СПОСОБ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА

Москва
2005

I. ФРАНЧАЙЗИНГ: ОПИСАНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Пути развития бизнеса



**Молодая компания –
начинающий предприниматель**



**Зрелая компания –
опытный предприниматель**

Усилия по собственному
развитию

**Создание
Франчайзинговой сети**

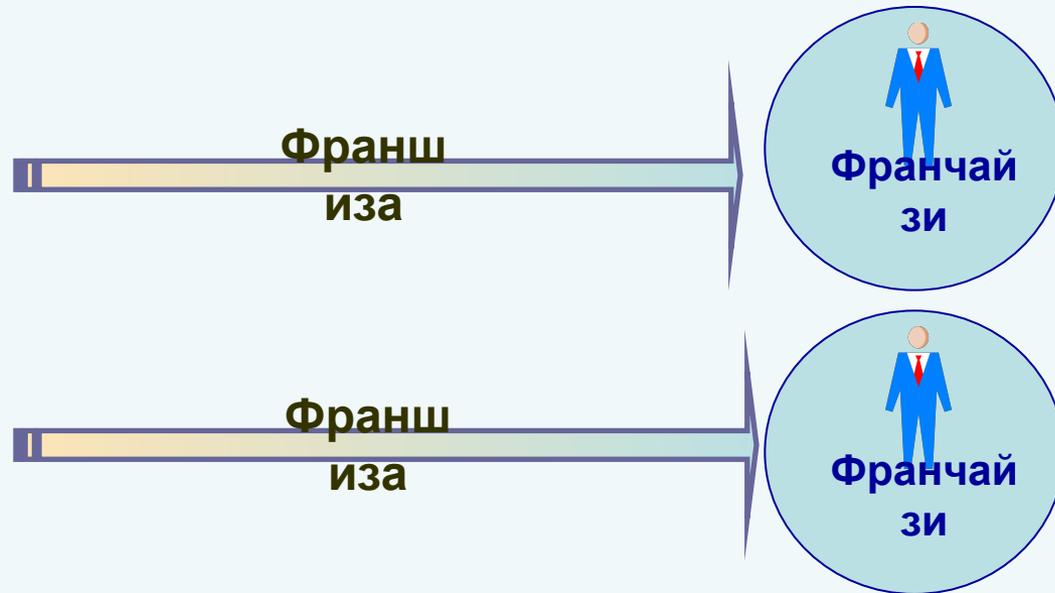
У зрелой компании появляется возможность быстрого и эффективного развития через Франчайзинг

Понятия Системы Франчайзинга

Франчайзер – организатор сети, обладатель ноу-хау, торговой марки, технологии производства

Франшиза – передаваемый на возмездной основе комплекс исключительных прав (ноу-хау, TM, технология производства и т.д.)

Франчайзи – предприниматель, входящий в сеть, организованную Франчайзером



Франчайзинг - способ ведения бизнеса, при котором крупная компания (*Франчайзер*) на возмездной основе передает права на использование своей торговой марки и других объектов интеллектуальной собственности (*Франшизу*) независимым предпринимателям (*Франчайзи*)

Синергетический эффект

сою

з



Франчайзи

+



Франчайзе
р

=



- Энергия
- Мотивация
- Подвижность
- Непосредственное взаимодействие и удовлетворение нужд клиентов

- Опыт
- Признанная TM
- Коммерческий успех
- Мастерство управления

- **Мощь**
- **Ресурсы**
- **Гибкость**
- **Репутация**
- **Мастерство**
- **Устойчивость**
- **Эффективность**
- **Ответственность**

Потенциальные Франчайзеры

Международная Франчайзинговая Ассоциация (IFA):
более 70 видов деятельности

ресторан	строительство и ремонт	услуги в сфере туризма и отдыха
аэропорт	розничный магазин (одежда, обувь, косметика и т.п.)	услуги по трудоустройству и обучению
косметические услуги	продовольственный магазин	производство
клининг	художественная галерея	прокат оборудования
мастерская по ремонту обуви	аптека	развлекательный центр
АЗС	больница	фаст-фуд
гостиница	фотостудия	авторемонт

Обозначения:

традиционные для Франчайзинга виды деятельности

нетрадиционные для Франчайзинга виды деятельности



Преимущества Франчайзинга для Франчайзера

- Привлечение капитала без использования заемных средств
- Увеличение стоимости бизнеса
- Региональные продажи: быстрое расширение рынков сбыта и увеличение объемов продаж
- Повышение узнаваемости бренда, укрепление репутации TM
- Дополнительный источник дохода (франшиза + роялти + сервисные выплаты + консультирование + доходы от продажи сырья/материалов)
- Отсутствие материальных затрат на содержание административного комплекса филиальной сети
- Отсутствие сложностей оперативного управления широкой сетью филиалов
- Превращение региональных конкурентов в партнеров-Франчайзи
- Франчайзи - более мотивированный управленец по сравнению с менеджерами филиальной сети

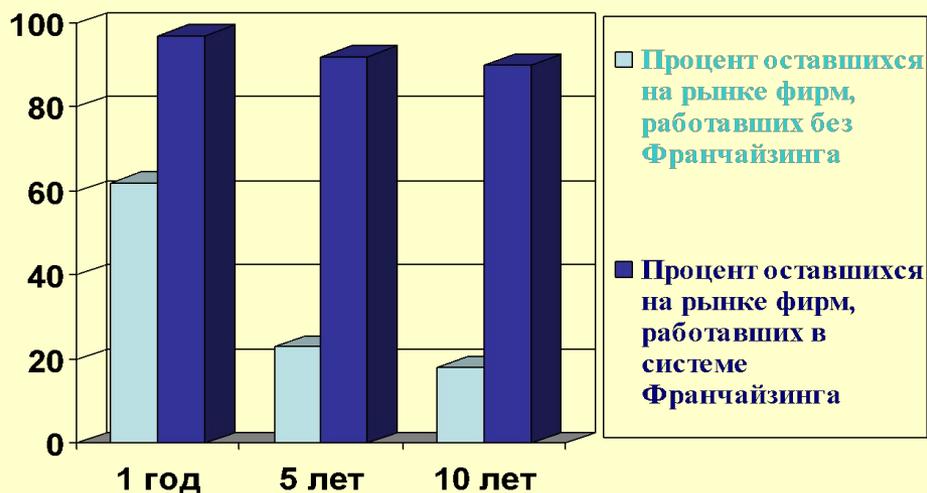


Франчайзинг в США

IFA: сейчас в мире 2000-2500 Франчайзинговых систем

США – мировой лидер в развитии Франчайзинга

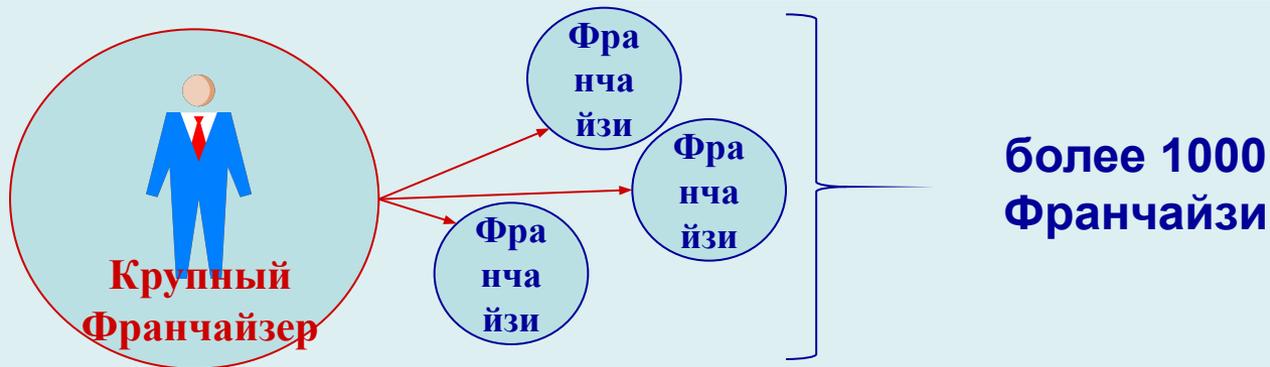
Банкротство новых предприятий
значительно ниже при Франчайзинге



42% розничных продаж
осуществляется через Франчайзинг



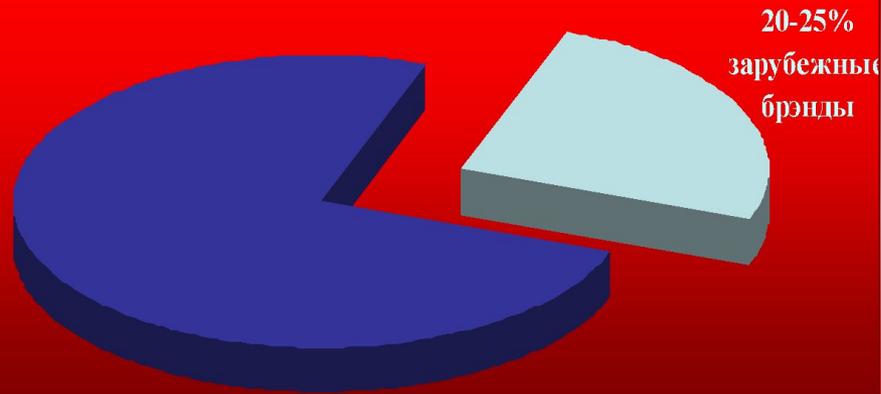
Перспективы
роста сети:



Франчайзинг в России

Всего 130-150 Франчайзинговых систем по 10-15 видам деятельности

Более 30 мировых сетей (Baskin Robbins, Sbarro, Xerox, Gold's Gym...)

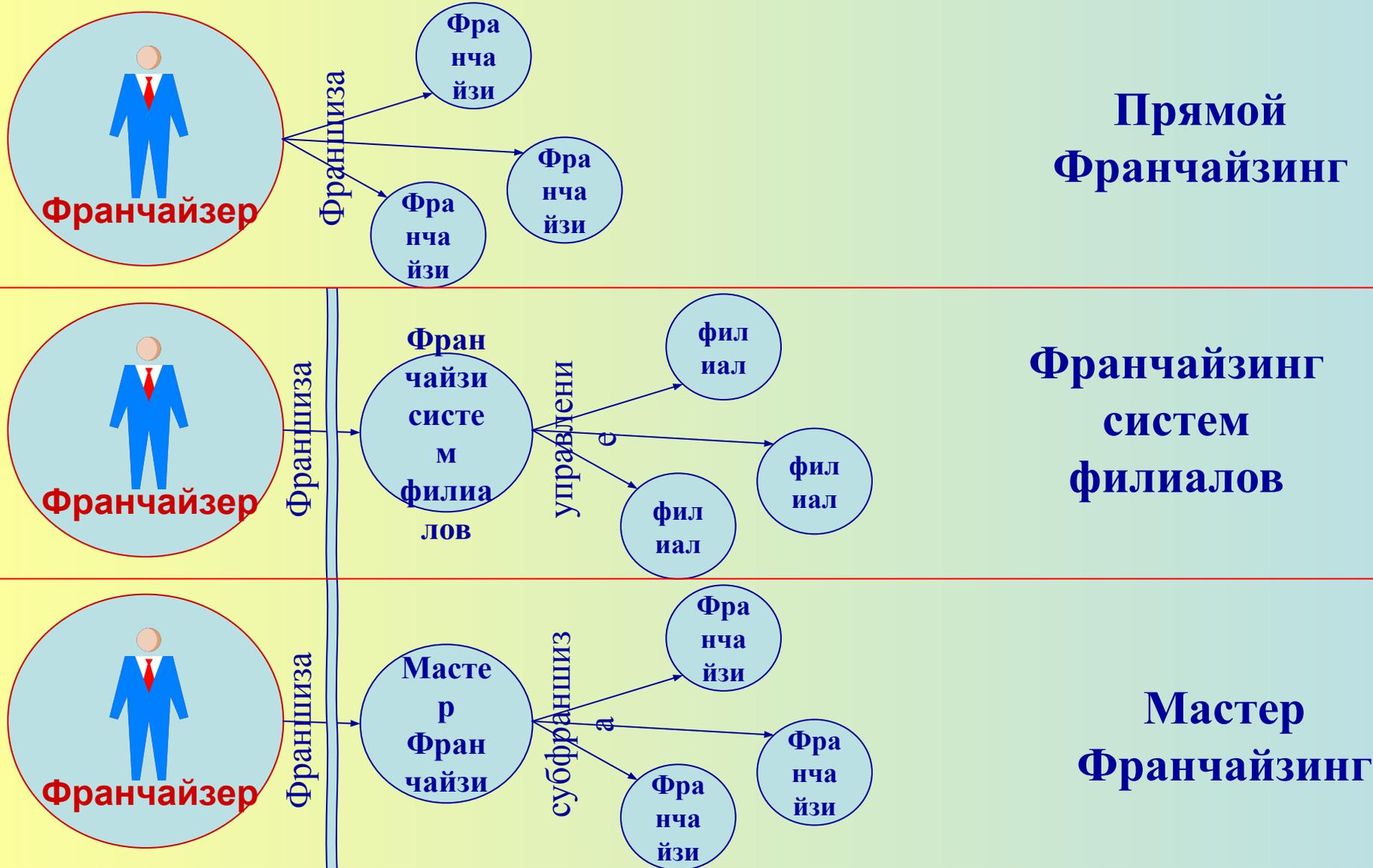


Франчайзинговые бренды в России

Основные направления использования Франчайзинга в России



Структура Франчайзинговой сети



Принципы организации Франчайзинговой сети

Товарный Франчайзинг <ul style="list-style-type: none">• Франчайзер дает рекомендации по оформлению магазина и выкладке товара.• Невысокая регламентация обязанностей за счет однородной деятельности.• Франчайзи закупает продукцию только у Франчайзера.• Франчайзи – единственный продавец товаров Франчайзера на определенной территории.	Франчайзинг бизнес-формата <ul style="list-style-type: none">• Высокая стандартизация операций, в том числе товародвижение и формирование ассортимента.• Типовая организационная структура.• Жесткая согласованность маркетинговых планов и различных программ.• Тесный контакт Франчайзера и Франчайзи, постоянный обмен информацией.	Производственный Франчайзинг <ul style="list-style-type: none">• Руководство по организации производства.• Франчайзи не может заниматься производством без Франчайзера.• Поставка специальных ингредиентов для Франчайзи.• Жесткий контроль качества Франчайзером.• Патентная защита.• Эксклюзивное право работы Франчайзи на определенной территории.
---	--	--

ОПТИМАЛЬНО ДЛЯ:

производителей и оптовиков (OGGI, Ессо, Красный Куб...)	сетевой розницы (Копейка, Эльдorado, DIXIS, ИКЕА, МЕТРО)	инновационных производственных компаний (Coca Cola, ХЕМИ, Мастерфайбр, Юпитер)
--	---	--



Портрет идеального Франчайзера

