

L/O/G/O



МЕЖДУНАРОДНЫЙ ФРАНЧАЙЗИНГ.

Степанова Ксения гр.МЭ081

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



Франчайзи обязуется продавать этот продукт или услуги по заранее определенным законам и правилам ведения бизнеса

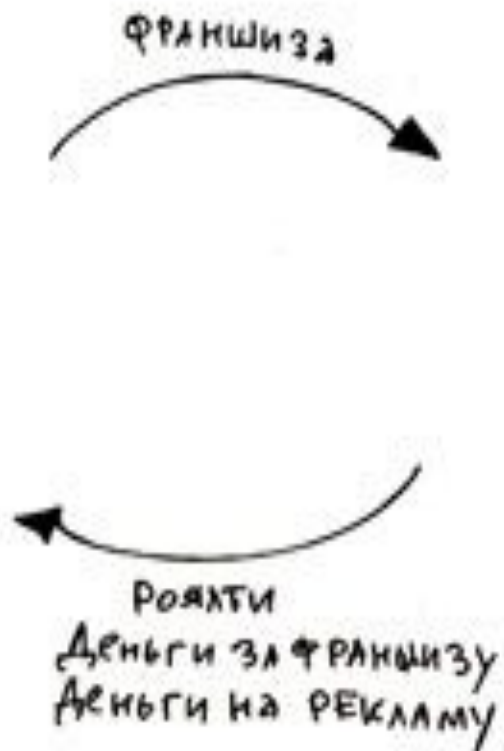


Франчайзи получает разрешение использовать имя компании, ее репутацию, продукт и услуги, маркетинговые технологии





франчайзер
(владелец торговой
марки)



франчайзи
(покупатель
франшизы)



При покупке франшизы

франчайзи может организовать компанию без наличия специального образования или особых навыков

успех на рынке практически обеспечен

франчайзи делает минимальные финансовые вложения

Франчайзинг затрагивает почти все промышленные сферы и виды бизнеса



Виды франчайзинга:

производственный

товарный

сервисный

франчайзинг
бизнес-формата

Производственный франчайзинг

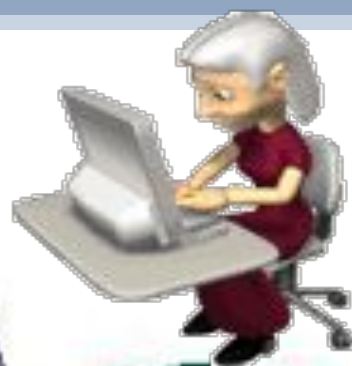
предполагает передачу франчайзером запатентованных технологий и сырья для производства определенного продукта.

Сервисный франчайзинг

кроме передачи оборудования и предоставления права на продажу услуг, осуществляет передачу технологий продаж, обслуживания клиентов, а также контролирует все аспекты их применения.

ТОВАРНЫЙ ФРАНЧАЙЗИНГ

представляет собой передачу исключительных прав на реализацию продукции выпускаемой франчайзером и под его товарным знаком на определенной территории.



ФРАНЧАЙЗИНГ БИЗНЕС- ФОРМАТА

подразумевает передачу не только товарного знака, но и технологию ведения бизнеса, отработанной и апробированной фирмой франчайзером

ПРОИЗВОДИТЕЛЬ

ОПТОВЫЕ
КОМПАНИИ,
РОЗНИЧНЫЕ
СЕТИ

Преимущества и недостатки франчайзинга



Преимущества для франчайзера:

- Увеличение сбыта и получение от этого дополнительного дохода;
- Расширение сбытовой сети и возможность сбыта на удаленных территориях;
- Увеличение степени контроля на рынке;
- Более быстрое продвижение на рынке без прямых инвестиций или издержек, связанных с инфраструктурой;
- Приобретение новых идей по улучшению системы;

Недостатки для франчайзера:

- Риск утраты репутации, связанный с невыполнением франчайзи инструкций, стандартов и других необходимых условий;
- Риск утраты территории, связанный с различными формами противодействия со стороны франчайзи;
- Соккрытие франчайзи важной информации и/или представление неверной информации, дающей ложное представление о рынке;
- Отказ выплаты роялти

Преимущества для франчайзи:

- Использование марки, завоевавшей лояльность потребителей и репутацию;
- Возможность выбора сектора экономики;
- Вступление в проверенную систему и использование ее преимуществ;
- Сохранение юридической самостоятельности;
- Экономия ресурсов на изучение, обучение, становление бизнеса, маркетинг, рекламу, поиск поставщиков и т.д.;
- Поддержка со стороны опытного партнера;

Недостатки для франчайзи:

- Недостаточная и ложная информация о франшизе;
- Ложные обещания франчайзера, его неспособность управлять ростом сети, утрата интереса к развитию;
- Слабая проработка рынка франчайзером и несоответствие продукта интересам рынка;
- Неэффективное развитие территории
- Неоправданный контроль со стороны франчайзера
- Чрезмерное ограничение деятельности франчайзи;
- Жесткие условия контракта и отсутствие гибкости

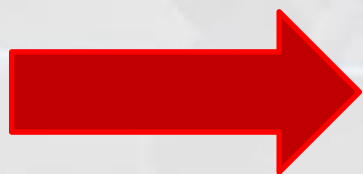
Проблемы российских потенциальных франчайзи



- нехватка первоначальных средств для покупки франшизы и оборудования торгового помещения
- проблемы в поиске самих средств

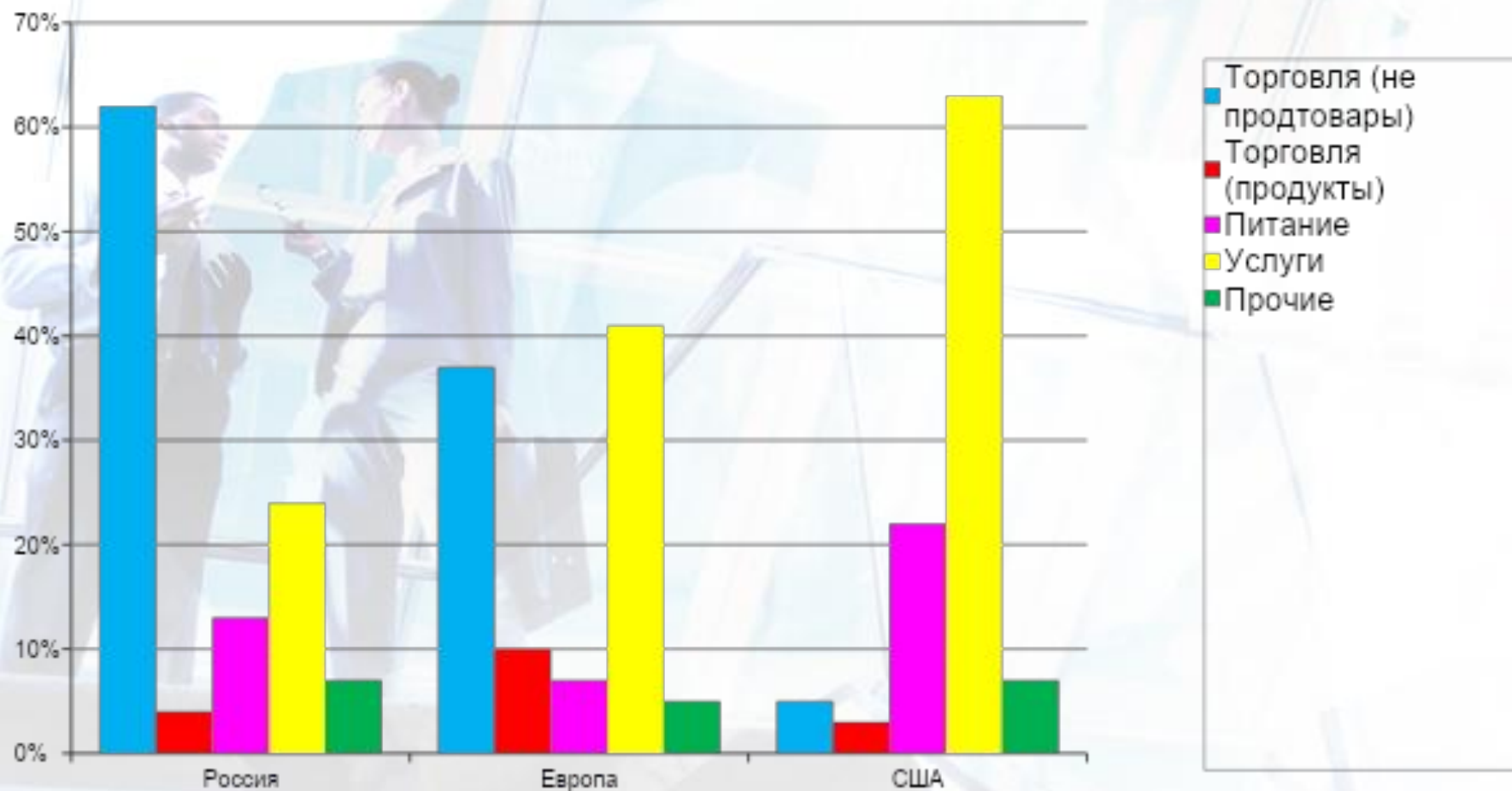


При получении кредита необходимо предоставить убедительный **бизнес-план**. А потенциальный франчайзи должен быть готов вложить хотя бы одну треть общей суммы собственных средств/



личная финансовая ответственность является необходимым требованием при выборе франчайзи.

Структура франшизных рынков России, Европы и США.



Современное состояние франчайзинга на российском рынке.

В России наблюдается возрастающий интерес к развитию бизнеса с использованием концепций франчайзинга.

Структура рынка франшиз в 2010 г.



L/O/G/O



Спасибо за внимание!