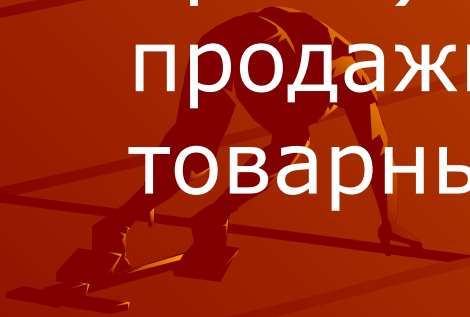


Франчайзинг в международной торговле



Франчайзинг

(англ. Franchise - привилегия, право) - система передачи или продажи лицензий на технологию и товарный знак.



История франчайзинга

- 1840 год. Большинство немецких пивоваров предоставляют франшизы тавернам, разрешая их владельцам продавать пиво определенной марки.
- 1851 год. Производитель швейных машин, компания «Зингер».
- 1880 год. Города стали предоставлять монопольные франшизы уличным перевозчикам, а также франшизы на эксплуатацию канализационной системы и использование воды, газа и позднее электричества.
- 1890-е - 1900-е года. Нефтеперерабатывающие и автомобильные компании стали развивать дистрибьюторскую сеть. Тогда франчайзингом называлось только распространение прав на торговлю продукцией производителя.



- 1950 год. Бурное развитие системы франчайзинга. Рэй Крок, продавец аппаратов для производства молочных коктейлей, посетил паркинг-ресторан быстрого обслуживания "Сан Бернадино", управляемый братьями МакДональдами. Ему так понравилось, что он выкупил права на франшизу их бизнеса. Как показало время, он не прогадал.
- *В 1955 году Рэй Крок основал компанию McDonald's System, Inc., которая является родоначальником франчайзинга бизнес формата (Business Format Franchisings), то есть франчайзинга в его современном виде, когда вместе с франшизой передается целая система ведения бизнеса.*
- 1960 - 1970-ые годы - бизнес успешно развивается, однако в это же время разразилась масса скандалов, которые на некоторое время скомпромитировали саму идею франчайзинга.
- 1997 год. В Америке доля франчайзинговых компаний превышает 40% общего объема торговли американского рынка. Объем розничных продаж предприятий, действующих на основе франчайзинга в США, составил

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

ПРЯМОЙ ФРАНЧАЙЗИНГ –

отношения, при которых франчайзер продает франшизу напрямую местному предпринимателю (франчайзи).

МАСТЕР-ФРАНШИЗА – в международном франчайзинге – продажа крупной международной компанией-франчайзером эксклюзивного права на ведение бизнеса от своего имени на всей территории страны одной компании-франчайзи. Такая компания-франчайзи становится владельцем мастерской лицензии (мастер-франчайзи) и имеет право продажи франшизы на территории данной страны.

Виды франчайзинга:

- **Производственный:** также эксклюзивен. В рамках этой концепции фирма, обладающая ноу-хау, эксклюзивной запатентованной технологией изготовления товара под определённым брендом, обеспечивает партнеров сырьем и передает права на использование своей технологии («Мастерфайбр», «Национальная Упаковочная Компания «Пагода»).
- **Товарный:** (или торговый франчайзинг) представляет собой продажу товаров, эксклюзивно производимых правообладателем под его товарным знаком. Пользователь не только осуществляет реализацию таких товаров, но и осуществляет их послепродажное обслуживание («Эконика обувь», «Красный куб»).
- **Сервисный франчайзинг:** распространен в сфере услуг. Партнер получает право оказывать услуги от имени и под брендом правообладателя (пример франшизы - «Хирш»).

ТОВАРНЫЙ ФРАНЧАЙЗИНГ

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

ПРОИЗВОДИ-
ТЕЛЬ

ОПТОВЫЕ
КОМПАНИИ

РОЗНИЧНЫЕ
СЕТИ

ФРАНЧАЙЗИНГ БИЗНЕС- ФОРМАТА

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

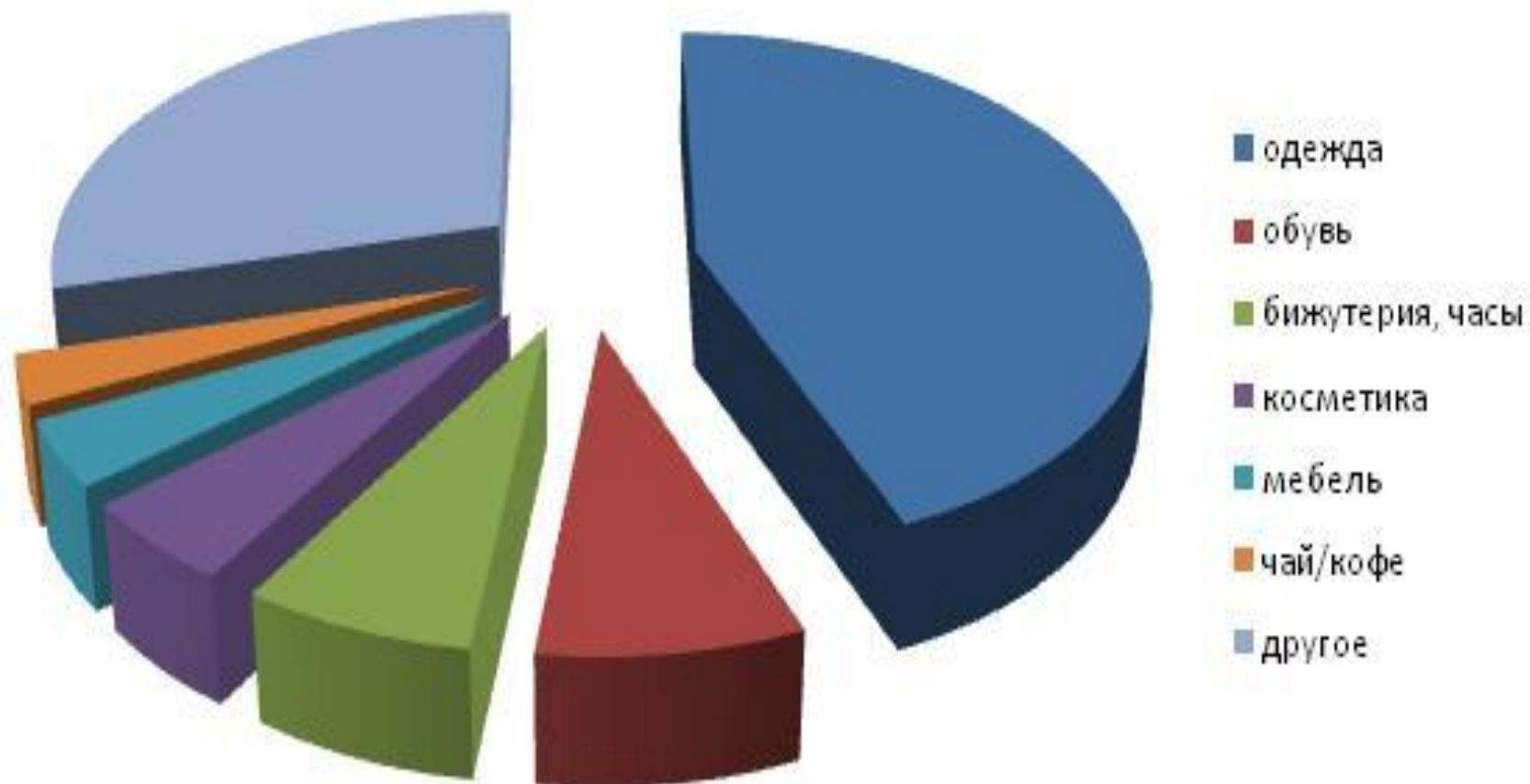
- **Франчайзинг бизнес – формата:** является наиболее комплексным. Одна сторона договора передает другой право использовать товарный знак, технологию ведения бизнеса, реализованные бизнес идеи, свои конкурентные преимущества и оказывает поддержку на всем протяжении действия договора. При этом пользователь полностью идентифицируется с правообладателем и становится частью общей корпоративной системы («Карло Пазолини», «220 Вольт», «Сабвей», «Копейка», «Пятерочка», «Патерсон»).
- **Конверсионный франчайзинг:** форма расширения сети, сходный принципу поглощения. Действующие самостоятельные предприятия (работающие естественно в одном секторе рынка и сходные по способам ведения бизнеса) присоединяются к общей сети, корректируют свою технологию работы и действуют под контролем правообладателя, при этом используют его имя.
- **Корпоративный франчайзинг :** вид, при котором пользователь управляет не отдельным предприятием, а сетью. При этом он использует труд наемных менеджеров, непосредственно руководящих франчайзинговыми предприятиями.
- **Субфранчайзинг:** форма деятельности, созданная для реализации принципа работы мастер-франчайзи. Получатель МФ в данном случае контролирует закреплённую договором территорию и имеет право продажи франшизы на ней. («Gold'S Gym», «Кем драй»).

- **Условная и безусловная франшиза** - Термины чрезвычайно созвучные нашей форме ведения бизнеса, но не имеющие к ней прямого отношения. Данные термины используются в страховании и являются одним из его условий, освобождающих страховщика от выплат по возмещению ущерба.
- **Условная франшиза (невычитаемая)** – это сумма (процент от суммы страхования), на которую страховщик освобождается от необходимости выплаты в условии, когда сумма ущерба не превышает условную Ф, но должен возместить ущерб полностью, если сумма ущерба её превышает.
- **Безусловная франшиза (вычитаемая)** – это сумма (или процент от суммы страхования), на которую страховщик уменьшает выплаты по покрытию ущерба страхователя в любом случае (особенно распространена в автомобильном страховании КАСКО).

Преимущества

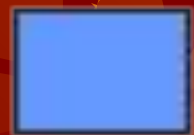
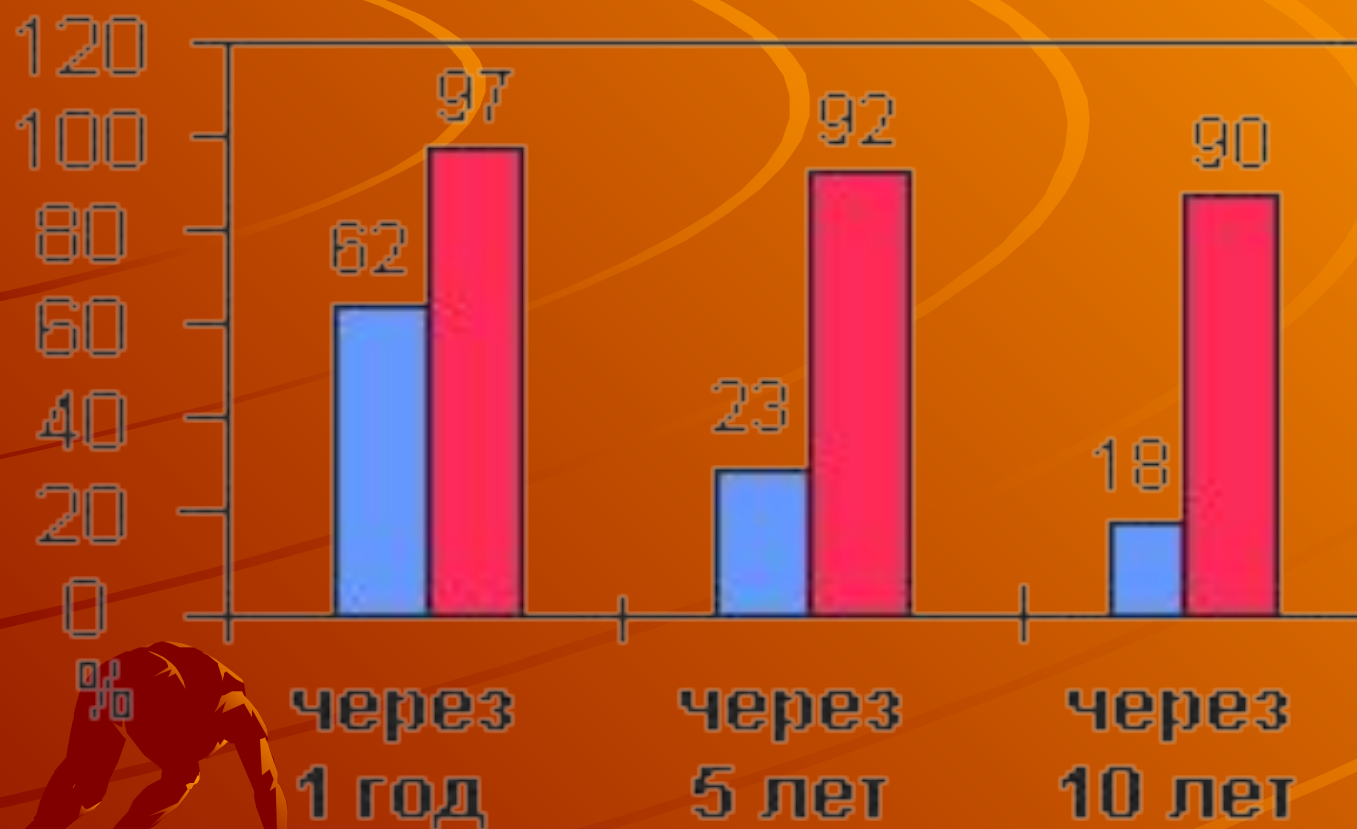
- **Максимизация развития.** Этот плюс франчайзинга обуславливается тем, что франчайзору не требуется вкладывать дополнительные ресурсы как финансовые так и кадровые в то, чтобы увеличить развитие своего присутствия на рынке.
- **Оптимизация управления.** Этот плюс франчайзинга заключается в отсутствии необходимости продавцу модели следить и контролировать процессы, происходящие у его покупателя.

франчайзинг розничной торговли непродовольственными товарами



Недостатки

- 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;
- Риск утраты конкурентных преимуществ, связанный с раскрытием франчайзи конфиденциальной информации конкурентам;
- Незаконное использование франчайзи и третьими лицами прав франчайзера, связанное с недобросовестностью субъектов рынка и/или несвоевременным информированием франчайзера о нарушении его прав;
- Использование марки и фирменного стиля после расторжения договора до степени смешения похожих на франчайзера.
- Отказ выплаты роялти (франчайзинг).

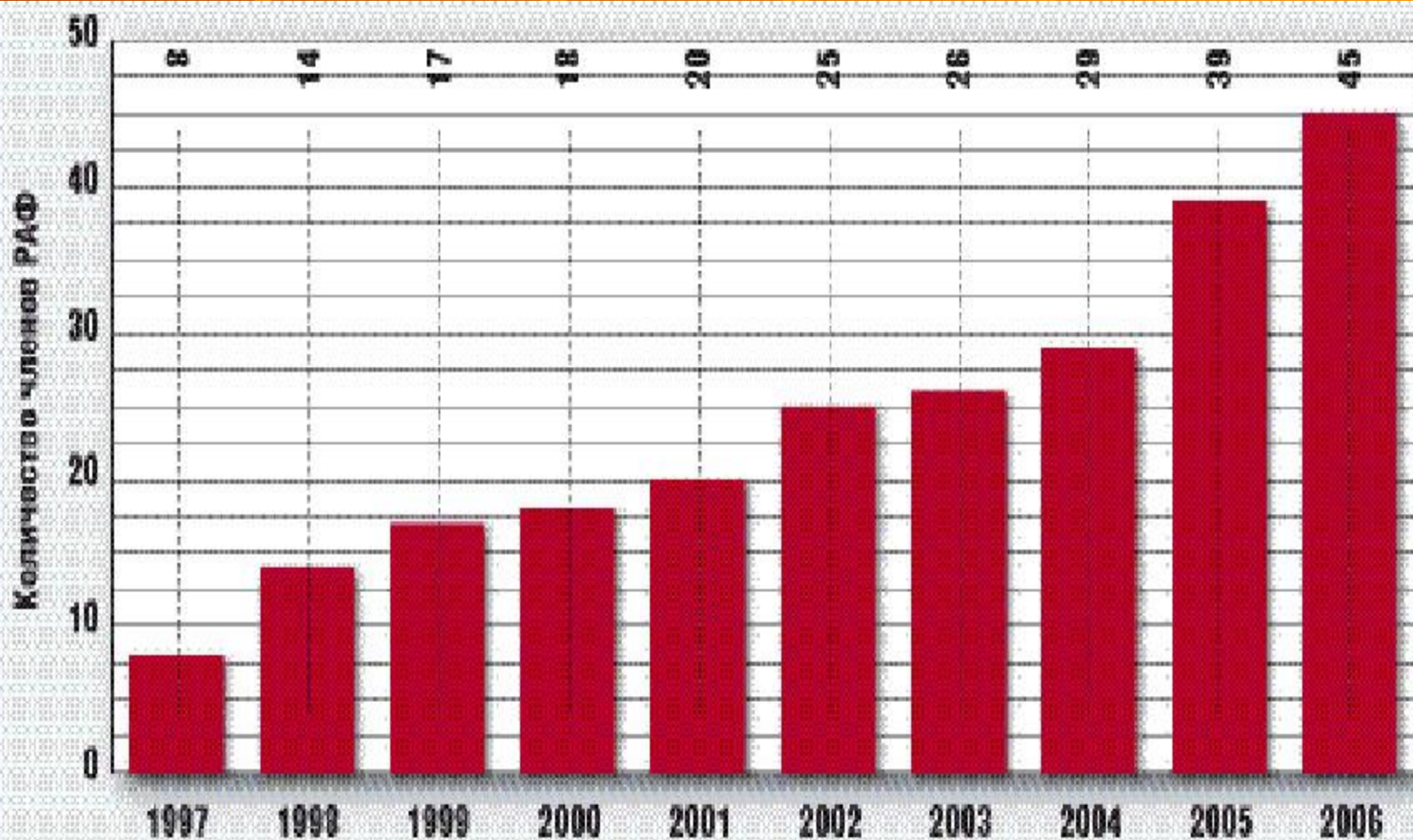


- Процент оставшихся на рынке фирм, работавших без франчайзинга



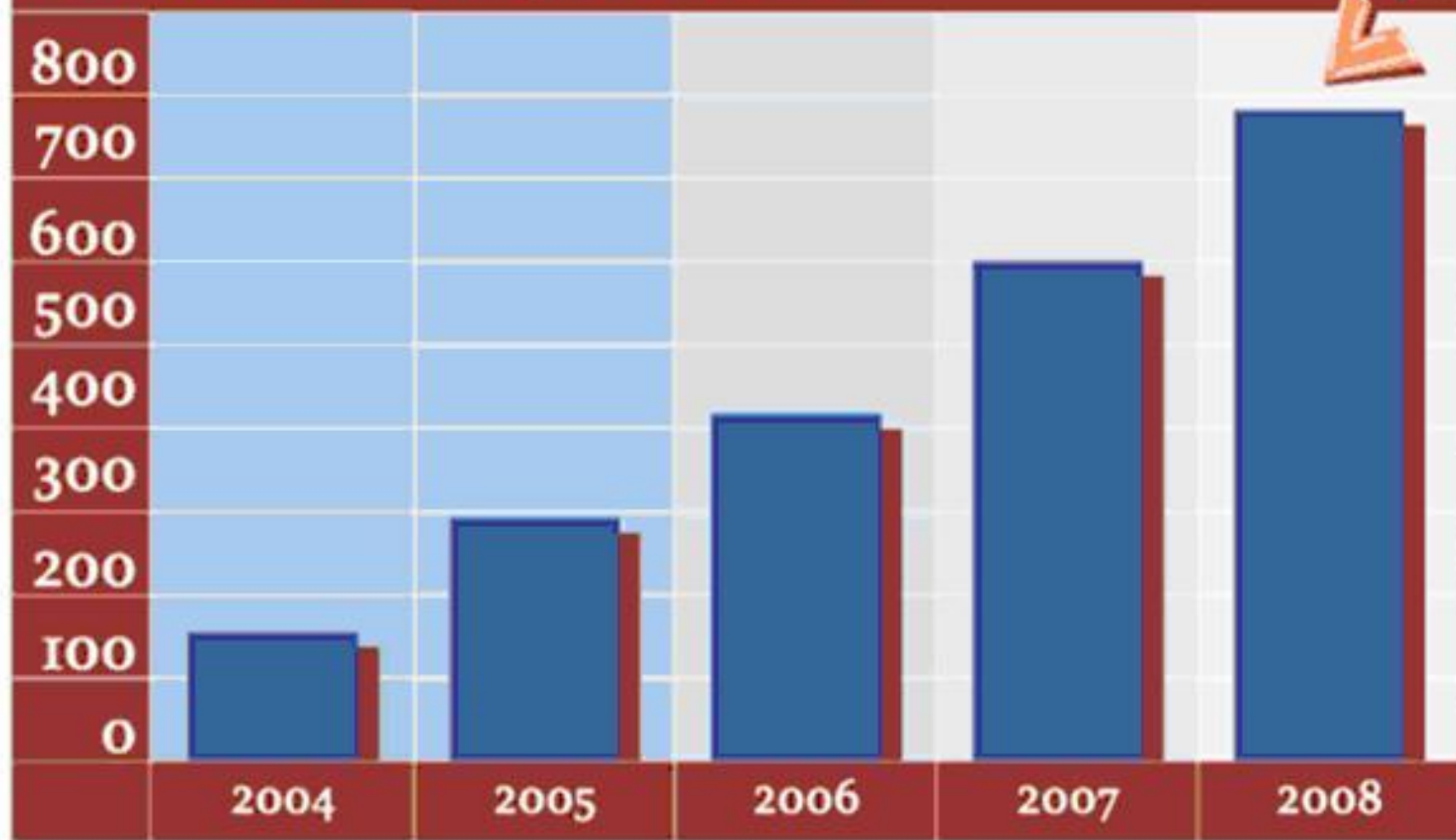
- Процент оставшихся на рынке фирм, работавших с помощью франчайзинга

Рост интереса к франчайзингу в России



Источник: РАФ

Количество российских франшизных компаний с 2004 по 2008 гг.





BANG & OLUFSEN



- Спасибо за внимание!

