

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ФРАНЧАЙЗИНГ

Гаврикова А.В.

Научный руководитель к.э.н. Степанова Э.В.

Сибирский федеральный университет

Слово франчайзинг (франшизирование) происходит от французского *franchir*, которое значит «освобождать». Сегодня оно имеет несколько разных значений в зависимости от отрасли. Некоторые даже называют франчайзинг отраслью самой по себе, будь то товар или услуга. Однако, типичная франшиза представляет собой договор между продавцом и покупателем - который позволяет покупателю (франчайзи, франшизодержателю, франшизиару) продавать товар или услугу продавца (франшизера, франшизодателя). Международная франшизная ассоциация (*international franchise association*) дает следующее определение:

Франшиза представляет собой непрерывное взаимоотношение между франшизером и франчайзи, при котором все знания, производственные и маркетинговые методы предоставляются франчайзи за встречное удовлетворение интересов.

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. И, вероятно, оно будет точной копией всех остальных предприятий во франшизной цепи.

За фиксированную плату типичный франчайзи получает квалифицированную помощь, которая в противном случае оказалась бы слишком дорогостоящей для его отдельного предприятия, по следующим направлениям:

Стратегия маркетинга с акцентом на рекламу

Первоначальное обучение работников и подготовка в области управления

Дизайн магазина 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

Финансирование

Когда речь идет о франчайзинге, подразумевается определенный формат, комплекс прав и обязанностей, - пакет, который франчайзер продает владельцу франшизы.

Пакет франчайзинга должен содержать следующее:

- Полная концепция бизнеса, расписанная и разъясненная до последней мельчайшей детали в руководстве пользователя;
- Торговая марка, логотипы, патенты;
- Образцы дизайна для оформления помещений, транспорта, а также образцы одежды персонала;
- Система учета и отчетности;
- Система подготовки и обучения кадров и консультационных услуг для открытия бизнеса;
- Гарантия поддержки и консультации после открытия бизнеса;
- Подробный контракт.

Разнообразие отраслей, в которых работает франчайзинговый бизнес, впечатляет. Владелец франшизы может: ремонтировать мебель, красить автомобили, заниматься услугами по поиску и набору персонала высшего управленческого звена, управлять посылочным сервисом, распространять поздравительные открытки, продавать одежду, спортивные товары и др.

Общие черты франшиз.

- Стандартизация предполагает, что товары и услуги должны быть одного и того же качества в каждой торгующей точке. Независимо от того, где расположена эта точка, они должны продаваться одним и тем же образом.
- Уникальное предложение. Франшиза должна иметь отличительное свойство, которое позволит ей успешно конкурировать и затруднит ее копирование.
- Простота операций заключается в том, что новые навыки, требуемые от владельцев франшиз, не должны быть слишком сложными для усвоения.
- Высокий уровень маржи. Валовая маржа, т.е. разница между стоимостью товара или услуги и тем, сколько платит за них покупатель, должна быть достаточно высока, чтобы обеспечить необходимую рентабельность, как владельцу франшизы, так и франчайзеру.

Виды франшиз.

- Франшиза-работа – это франшиза, когда продается рабочее место. Обычно такая франшиза предусматривает продажу продуктов или выполнение работ, часто с использованием собственного транспорта.
- Менеджмент-франшиза подразумевает оказание услуг другим предприятиям (например, подготовка секретарей или услуги по набору персонала).
- Франшиза по продаже – продажа товаров и услуг.
- Инвестиционная франшиза предполагает следующее: владелец франшизы покупает бизнес и передает управление этим бизнесом третьему лицу.

Выигрышные стороны для покупателя франшизы.

- Проверенная концепция бизнеса с известной торговой маркой, корпоративным имиджем и испытанным продуктом или услугой, которые предлагаются к продаже.
- Приобретение необходимых для бизнеса материальных ресурсов по выгодным ценам.
- Территория обслуживания дается владельцу франшизы на правах исключительного пользования.

Недостатки с точки зрения владельца франшизы.

- Ограниченная свобода.
- Владелец франшизы разделяет все выгоды и недостатки сложившегося общественного мнения о компании в целом.

Преимущества для франчайзера.

- Быстрые темпы расширения бизнеса.
- Лучшее качество менеджмента на местах.
- Большой контроль над каждой отдельной точкой продаж.

Недостатки франшизы для франчайзера.

- Первоначальное вложение средств.
- Отношения между владельцем франшизы и покупателем.

В сущности, франчайзинг процветает потому, что совмещает стимул к владению малым предприятием с управленческим мастерством крупного бизнеса. А личная собственность представляет лучший стимул, когда-либо созданный для побуждения к работе. Международная франчайзинговая ассоциация предсказывает, что вскоре франчайзинг будет преобладать в розничной торговле. Он занимает также сильные

позиции в сфере услуг и в меньшей степени в производстве. Франчайзинг часто оказывается лучшим путем к успеху для будущего предпринимателя.