

# Франчайзинг - как одна из форм современного бизнеса



**Франчайзинг** - это форма видения бизнеса при которой одна компания (франчайзор) представляет другой компании (франчайзи) проверенную и успешную бизнес-идею, поддержку, обучение, снабжение, развитие, маркетинг и рекламу.



Поддержка фирмы заключается в том, что фирма (франчайзи) обязуется предоставить компании (франчайзеру) услуги в области менеджмента и маркетинга с учетом местных условий, а также инвестировать в эту компанию какую-то часть своего капитала.





В целях распространения франчайзинга владельцы крупных фирм периодически проводят выставки, чтобы привлечь потенциальных покупателей права на льготное предпринимательство. В настоящее время наиболее широко эта форма предпринимательства развита в таких областях бизнеса, как бензозаправочные станции (32%), торговля легковыми и грузовыми автомобилями (6%), рестораны и закусочные быстрого обслуживания (7%).

Дж. Стэнворт и Б. Смит приводят виды малого бизнеса в Англии, где широко используется франчайзинг:

- здоровье, медицинские и косметические услуги (центры красоты, клубы здоровья, оптика и т.п.);
- услуги в сфере домашнего хозяйства (чистка ковров, реставрация мебели и обивки, услуги по дизайну);
- автомобильная продукция и услуги (продажа автомобилей, запасных частей, балансировка колес, мойка машин, наладка двигателей и др.);





ФРАНЧАЙЗИНГ



- строительство, услуги, связанные с ремонтом домов (по установке кондиционеров, облицовке каминов, ремонту ванных комнат, остеклению лоджий, обустройству кухонь, покрытию полов и др.);
- услуги, связанные с образованием (репетиторство, курсы секретарей, курсы для управленческого персонала и т.п.);
- отдых и развлечения (отели, подвижные игры дома и вне дома);
- рестораны быстрого обслуживания, закусочные (кофе, пицца, хрустящий картофель и т.п.);
- продуктовые палатки (хлебобулочные изделия, кондитерские, магазины здоровой пищи) и т.д.

- Фирма-франчайзи приобретает некоторую гарантию своего существования, экономит средства на маркетинговых исследованиях, консультациях и других услугах профессионалов; имеет гарантию поставок сырья, материалов, полуфабрикатов; открывает свое дело с меньшим риском; получает советы и поддержку от своего партнера - крупной фирмы.

Преимущества  
Франчайзинга



Весьма очевидна заинтересованность крупных фирм в развитии франчайзинга. Они расширяют сферу сбыта своей продукции, проникая на небольшие рынки, и, следовательно, имеют информацию для быстрого реагирования на изменение спроса, привлекают дополнительный капитал, устанавливают строгий оперативный контроль за качеством продукции и услуг, производимых и реализуемых оператором.







## Недостатки франчайзинга

Необходимость учета интересов партнера - крупной компании и других держателей акций; необходимость регулярных отчислений не от прибыли, а от объема продаж, что может поставить держателя лицензии в трудные финансовые условия; наличие права у продавца лицензии проверять финансовую документацию; обязательность соблюдения методов ведения бизнеса, изложенных в инструкции партнерской компании, что может ограничивать возможности маневра; выкуп (по требованию компании партнера) всего необходимого оборудования и материалов, что способно ограничить в действиях держателя лицензии.