

الفرنشايز
Franchise



المحاضرة الأولى

الفصل الأول: مقدمة في إدارة نظم الامتياز التجاري

أولاً: تعريف الامتياز (لغوياً / تجارياً / قانونياً)

ثانياً: بعض إحصائيات الامتياز التجاري في العالم والشرق الأوسط

الفصل الأول: مقدمة في إدارة نظم الامتياز التجاري

ثالثاً: الأركان الأساسية لإدارة نظم الامتياز التجاري

- 1- منح الامتياز
- 2- الحاصل على الامتياز
- 3- عقد الامتياز
- 4- حزمة الامتياز
- 5- رسوم الامتياز
- 6- منطقة الامتياز

رابعاً: برنامج تطوير نظم الامتياز التجاري

مقدمة في إدارة نظم الامتياز التجاري

الفرنشايز هو أن تؤجر شركة أو مؤسسة سواء تقدم سلعة أو خدمة أو تكنولوجيا علامتها التجارية المميزة وكذلك نظمها الإنتاجية والتسويقية والإدارية والمحاسبية (Franchise Package) ويطلق عليها (مانح الامتياز - المرخص - Franchisor) إلى شخص آخر أو شركة أخرى (الحاصل على الامتياز - المرخص له - Franchisee) يرغب في الاستفادة من نجاح المنتج والاسم التجاري، وذلك مقابل مبلغ يدفع إلى مانح الامتياز بالإضافة إلى نسبة من إجمالي قيمة المبيعات، ويكون هذا على المستوى المحلي أو الدولي. ولا يعتبر نشاط المرخص له (Franchisee) فرعاً لنشاط المرخص (Franchisor) وإنما يعد عملاً أو مشروعاً مستقلاً، وذلك تحت الاسم التجاري لصاحب حق الامتياز "المرخص" ولكنه يتميز بالتماثل الكامل بين الوحدات المختلفة في مختلف المناطق رغم اختلاف ملكيتها لحاصلين متعددين (Franchisees).

بداية ظهوره

- بدأت أولى خطوات تطبيق هذا النظام في الولايات المتحدة الأمريكية عن طريق شركه سنجر لماكينات الحياكة، والتي صممت نظام للامتياز التجاري باستخدام نظامها الخاص بالصيانة وتقديم الخدمات مانحة في ذلك اسمها وعلامتها التجارية.
- وفي مطلع القرن العشرين قامت شركه جنرال موتورز الأمريكية بالعمل بهذا النظام عن طريق شبكة من الوكلاء.
- ثم تلتها شركات المشروبات الغازية مثل كوكاكولا وغيرها وذلك بهدف التوسع في المبيعات والتوزيع.



أولاً: تعريف الامتياز

التعريف اللغوي للامتياز

- كلمة "فرانشيز" هي كلمة فرنسية الأصل مشتقة من فعل Affranchir وتعني أن تكون حراً Free of Servitude
- استخدمت لأول مرة في العصور الوسطى لوصف الحقوق والامتيازات الممنوحة إلى حاكم المنطقة مقابل السماح بإقامة الأسواق والأعياد وعبور المناطق الأخرى

التعريف التجاري للامتياز

هو صيغة للتعامل التجاري بين طرفين:

1. مانح الامتياز Franchisor وهو الطرف الذي يعير اسمه التجاري وعلامته التجارية ونظام العمل الخاص به إلى:
2. ممنوح الامتياز Franchisee وهو الطرف المستفيد، والذي يدفع رسوم الامتياز Franchise Fees، إضافة إلى نسبة مئوية من إجمالي مبيعاته Royalty، مقابل حصوله على حق استخدام اسم وشعار ونظام عمل مانح الامتياز في منطقة محددة ولفترة محددة هي فترة العقد بين الطرفين.

التعريف القانوني للامتياز التجاري

- هو العقد الذي يمنح بمقتضاه الطرف الأول (مانح الامتياز) حق استخدام حقوق الملكية الفكرية: (الاسم التجاري - العلامة التجارية - براءة الاختراع)
- بالإضافة إلى المعرفة الفنية لإنتاج السلع وتوزيع المنتجات وتقديم الخدمات إلى الطرف الثاني (ممنوح الامتياز) لتمكينه من بدء النشاط التجاري وأداء العمل في منطقة الامتياز

ثانياً - أ: بعض إحصائيات الامتياز التجاري في العالم

في العالم هناك أكثر من 15000 شركة مانحة للامتياز وأكثر من مليون ممنوح له في الولايات المتحدة

- هناك أكثر من 4000 مانح للامتياز وأكثر من 65000 ممنوح له
- تبلغ إجمالي مبيعات صناعة الامتياز التجاري حوالي تريليون دولار أمريكي
- يملك ماكدونالدز وحده أكثر من 30000 وحدة حول العالم
- يتم افتتاح محل جديد يعمل بنشاط الامتياز التجاري كل 8 دقائق في كل يوم عمل
- 8 ملايين موظف يعملون في مجالات كلها تتعلق بالامتياز التجاري

ثانياً - أ: بعض إحصائيات الامتياز التجاري في العالم

في ألمانيا

توفر الأعمال في مجال الامتياز 250.000 وظيفة سنوياً

في اليابان

توفر الأعمال في مجال الامتياز التجاري 160.000 وظيفة سنوياً

في أستراليا

توفر الأعمال في مجال الامتياز 280 ألف وظيفة سنوياً

الأوسط الشرق في ثانياً - ب: بعض إحصائيات الامتياز التجاري

إذا نظرنا إلى منطقة الشرق الأوسط اليوم وتحديدًا إلى دول الخليج من وجهة نظر استثمارية، نرى أن المنطقة هي إحدى أسرع الأسواق نمواً في العالم.

وإن أضفنا إلى المعادلة أكثر من 400,00 من أصحاب الدخل العالي وذوي الأصول المالية الكبيرة، والبنية التحتية وسهولة الوصول إلى رؤوس الأموال، والتسهيلات، والفرص التي تقدمها الهيئات الحكومية للشركات، كل هذه العناصر مجموعة تجعل من منطقة الشرق الأوسط إحدى أكثر الوجهات المرغوب فيها عند الشركات العالمية التي تبحث عن فرص توسع لعلاماتها التجارية.

الأوسط الشرق في ثانياً - ب: بعض إحصائيات الامتياز التجاري

أظهرت الإحصائيات أن قطاع "نظام منح حقوق الامتياز التجاري" أو "الفرنشايز" في منطقة الشرق الأوسط يمثل 50% من القطاع الاستهلاكي في المنطقة، حيث تزيد قيمته عن 30 مليار دولار وينمو بين 25 و27% سنوياً.

ويصل حجم الاستثمار في سوق الامتياز التجاري في المملكة العربية السعودية وحدها إلى أكثر من 320 مليون دولار.

كما تعد الإمارات العربية المتحدة الوجهة الأولى للعلامات العالمية الباحثة عن التوسع إقليمياً حيث بلغت قيمة

حجم سوق المطاعم العالمية ذات العلامات التجارية العالمية في دولة الإمارات بنحو 600 مليون دولار أي ما يوازي 2.2 مليار درهم، 47% منها أمريكية.

أما في مصر، فتتجاوز قيمة هذا القطاع 6.6 مليار دولار ويوفر حوالي 800 ألف فرصة عمل مباشرة ومليون وخمسمائة ألف فرصة عمل غير مباشرة.

الامتياز التجاري في مصر

بدأت مصر تعرف نظام الفرنشايز مع دخول أول سلسلة محلات تعمل في مجال الوجبات الجاهزة عام 1973 وهي سلسلة ويمبي، والتي افتتحت أول فروعها بحي المهندسين ليكون نواة لشركة أمريكانا، والتي تعتبر أول شركة في مصر تعمل بهذا النظام، وتلى ذلك دخول الكثير من سلاسل المحلات الأمريكية مثل كنتاكي تلتها محلات بيتزا، ليصبح في مصر 11 اسماً فرنشايز في مجال المطاعم العالمية.

ثم بدأت شركة أمريكانا بعد ذلك في صناعة المواد الأولية اللازمة للتشغيل فبدأت في إنشاء مصنع لتصنيع الهامبورجر ثم مصنع لتصنيع الدواجن (كوكي) مع إنشاء مزرعة للدواجن، وكذلك مصنع للأعلاف والمجازر، ثم مصنع لتصنيع البطاطس (فارم فريتس) المستخدمة في محلاتها ومخابز لتصنيع الخبز بنوعياته، ولم يقتصر الأمر على السوق المحلي بل امتد للتصدير.

BUSINESS FORMAT FRANCHISING



SUBWAY outlet in Australia



SUBWAY outlet in France

ثالثاً: الأركان الأساسية لإدارة نظم الامتياز التجاري

Franchisor	1- مانح الامتياز
Franchisee	2- الحاصل على الامتياز
Franchise Contract	3- عقد الامتياز
Franchise Package	4- حزمة الامتياز
Franchise Fees	5- رسوم الامتياز
Franchise Territory	6- منطقة الامتياز

2- ممنوح الامتياز Franchisee

هو الذي يتمتع بالأمر الآتي:

- القدرة الإدارية والمالية
- الاستعداد للعمل الشاق
- الاستعداد للالتزام بنظام عمال مانح الامتياز
- الالتزام بدفع رسوم الامتياز

وبهذا يحق له الآتي: استخدام حقوق الملكية الفكرية المملوكة لمانح الامتياز في منطقة معينة ولمدة محددة، وامتلاك النشاط التجاري وتشغيله بنظام مانح الامتياز، ومن ثم إدارته بنفسه.

نظم دعم ممنوحي الامتياز التجاري

- تقنية المعلومات
- خدمات الإنترنت
- البحث والتطوير
- الترويج للامتيازات
- الأنظمة المحاسبية
- التدقيق المالي والرقابة على الجودة
- فريق الدعم
- طرق التمويل

3- عقد الامتياز Franchise Contract

• Parties	أطراف العقد
• Period	مدة العقد
• Franchise Package	حزمة الامتياز
• Franchisor Obligations	التزامات مانح الامتياز
• Franchisee Obligations	التزامات ممنوح الامتياز
• Territory	المنطقة الجغرافية
• Termination	شروط إنهاء العقد والأمور المترتبة على ذلك

4- حزمة الامتياز Franchise Package

- Know-how

المعرفة الفنية والتقنية

- Business System

نظام العمل

- Operating Manuals

أدلة التشغيل

- Initial & On-going Training

التدريب الأولي والمستمر

- Managerial & Operational Support

الدعم الإداري والتشغيلي

ملحق: محتويات أدلة التشغيل

- اختيار المواقع
- تطوير المواقع
- خطط الافتتاح
- برامج التسويق
- برامج التدريب
- دورة المنتجات والخدمات
- خدمة العملاء

ملحق: محتويات أدلة التشغيل

- أنظمة التشغيل اليومية
- الأمن والصيانة
- الموارد البشرية
- الأنظمة الإدارية
- تنظيم الوقت
- مسؤوليات ممنوحي الامتياز
- واجبات مانح الامتياز

5- رسوم الامتياز Franchise Fees

- License Fees

رسوم الترخيص باستخدام الاسم
التجاري والعلامة التجارية

- Training & Transfer of the Know how

تكلفة نقل نظام العمل
والتدريب الأولي

- Management Service Fees

تكلفة المساندة الفنية والإدارية

- Marketing Levy

رسوم التسويق والترويج

6- منطقة الامتياز

هي المنطقة الجغرافية التي يتم الاتفاق عليها في العقد القانوني للامتياز التجاري بين مانح الامتياز وممنوحه لتشغيل النشاط ضمن إطار هذه المنطقة سواء بوحدة تجارية مملوكة كلياً لممنوح الامتياز أو عن طريق منحه لامتيازات فرعية.



أفضل فرانشايز عالمياً في شتى المجالات

www.entrepreneur.com/franchises/franchise500/index.html



المحاضرة الثانية

الفصل الثاني: اختيار الامتياز التجاري الصحيح

1- العناصر التي يجب أن تؤخذ في عين الاعتبار عند اتخاذ قرار الحصول على امتياز تجاري

2- عناصر الامتياز الناجح

3- أساليب منح الامتياز

- نظام الوحدة الأساسية
- منح الامتيازات المتعددة الوحدات (Master Franchise)
- بيع الفرانشايز من الباطن Sub-Franchise

4- أنواع نظم الامتياز

- امتياز التصنيع Manufacturing Franchise
- امتياز صيغة العمل Business Format Franchise
- امتياز التوزيع Distributing Franchise

الفصل الثاني: اختيار الامتياز التجاري الصحيح

5- المزايا والعيوب لمشتري حق الامتياز

- لصاحب الامتياز (للشركة الأم)

6- كيف تختار الامتياز الذي يناسبك؟

- سبع خطوات للتأكد من جدوى الاستثمار في حق الامتياز
- جدول للمقارنة

7- متطلبات الحصول على الامتياز التجاري

- المتطلبات المالية
- المتطلبات القانونية

8- البحث عن الفرص التجارية وتمويلها في مصر

9- تمويل مشروعات الفرانشايز في مصر

1- العناصر التي يجب أن تؤخذ في عين الاعتبار عند اتخاذ قرار الحصول على امتياز تجاري

1- اختر علامة تجارية ناجحة:

في حين قد تبدو هذه الخطوة بديهية، إلا أن العديد من رجال الأعمال الذين اشتروا حقوق امتياز لعلامات تجارية واعدة يعانون بعد فترة من الكثير من المشاكل. قم بدراسة السوق وابحث عن علامة تجارية تشعر بالشغف حيالها، واطلب أكبر قدر من المعلومات وراجع أرقام وعائدات الشركة، وتحرر عن وجود قضايا أو خلافات قانونية بين مانحي الامتياز (Franchisers) وزبائنهم، ثم تأكد أن هناك حاجة لهذه العلامة التجارية في السوق ووعي حولها، كما عليك البحث عن موقع مناسب سهل الوصول إليه وفي منطقة غير مشبعة بنفس المنتجات.

1- العناصر التي يجب أن تؤخذ في عين الاعتبار عند اتخاذ قرار الحصول على امتياز تجاري

2- الحصول على التمويل

إن شراء حق الامتياز التجاري ليس بالمشروع المنخفض التكلفة، فعلى ممنوح الامتياز (Franchisee) أن يتكفل بالإيجار والرواتب والتكاليف التشغيلية والصيانة والفواتير، بالإضافة إلى دفع رسوم الامتياز وإتاوات التشغيل

التي يمكن أن تكون مرتفعة جداً. فعلى سبيل المثال، إن كلفة حق امتياز متجر "ماكدونالدز" هي 45,000 وتتراوح القيمة المطلوبة لافتتاح أحد المتاجر التابعة لهذه العلامة التجارية بين 500,000 و 1.6 مليون دولار.

1- العناصر التي يجب أن تؤخذ في عين الاعتبار عند اتخاذ قرار الحصول على امتياز تجاري

2- الحصول على التمويل

أما فيما يتعلق بأتوات التشغيل فتشكل قيمتها حوالي 12.5% من مجموع المبيعات السنوية، ففي "دانكن دوناتس" على سبيل المثال يدفع ممنوح الامتياز حوالي 5.9% من مجموع المبيعات السنوية بالإضافة إلى حق الامتياز الذي يتراوح بين 40,000 و 80,000 دولار. لذلك، ادرس كل التكاليف التشغيلية ورسوم الامتياز ونسب الأرباح وضع خطة مالية واضحة ومفصلة، ثم الجأ إلى المصارف أو المؤسسات التمويلية للحصول على القرض الذي تحتاجه، ولا تتوقع أن يقوم مانح امتياز بالهبوب إلى مساعدتك إن عانيت من قصور مادي.

1- العناصر التي يجب أن تؤخذ في عين الاعتبار عند اتخاذ قرار الحصول على امتياز تجاري

3- قم بتوظيف فريق نواة قوي

كما هو الحال عند بداية أي شركة، إن الفريق الأساسي أو النواة (Core Team) يساهم إلى حد كبير في نجاح أو فشل المشروع. احرص على التعامل مع شركاء وموظفين يشاركونك الرؤية والشغف حيال العلامة التجارية التي اخترتها.

كما عليك أن توظف أفراد أكفاء جديرون بالثقة وقادرون على إدارة المشروع بشكل ممتاز عند غيابك. قم بتدريبهم وتوجيههم من خلال تقديم الدورات التدريبية ونظم الزيارات إلى المواقع الأخرى، حيث أن أهم مسؤوليات الفريق النواة هي تدريب الموظفين الجدد وتطوير مهاراتهم.

1- العناصر التي يجب أن تؤخذ في عين الاعتبار عند اتخاذ قرار الحصول على امتياز تجاري

4- اعمل بجد

إحدى الأفكار الخاطئة الأكثر شيوعاً بين رجال الأعمال هي أن شراء حق الامتياز التجاري يعني الحصول على
وصفة فورية للنجاح والتي تتطلب القليل من العناء. ورغم كون ذلك صحيح بعض الشيء من حيث القدوم
بمفهوم ناجح وبناء العلامة التجارية والتسويق، إلا أن دورك كممنوح الامتياز لا يقتصر على دفع الرسوم
المطلوبة واستئجار موقع معين وتوظيف الموظفين. فأنت مسؤول عن الحفاظ على هوية العلامة التجارية
وتسويقها والرفع من مستواها وزيادة مبيعاتها وضمان استمراريتها ومستوى ولاء ورضا الزبائن.

1- العناصر التي يجب أن تؤخذ في عين الاعتبار عند اتخاذ قرار الحصول على امتياز تجاري

5- استعداد للتخلي عن ميو لك الإبداعية (Standardization)

تفرض الشركات المانحة للامتياز الكثير من الضوابط والشروط على ممنوح الامتياز، ليس فقط من الناحية المالية فحسب بل من الناحية التشغيلية أيضاً. فتحدد التصميم الداخلي والمنتجات المطروحة ولباس الموظفين وغيرها

من الأمور. وبالرغم من وجود بعض الشركات المانحة للامتياز التي تتمتع بليوننة بالتعامل مع زبائنهم والتي تسمح لهم بالتحكم ببعض الجوانب، إلا أنها محدودة جداً. إن كنت أحد الأشخاص الذين لا يتقبلون الرقابة والامتثال للقوانين والذين يقدرون حريتهم الإبداعية، فإن نظام الامتيازات التجارية ليس الخيار الاستثماري الصائب بالنسبة لك.

2- عناصر الامتياز الناجح

- الزيادة المستمرة في المبيعات
- حجم الربحية
- السمعة الطيبة والمصداقية
- طول الخبرة العملية
- ارتفاع منحى التعلم
- مدى انتشار السلعة في السوق
- القبول العالمي للسلعة

2- عناصر الامتياز الناجح

- توحيد مستوى الجودة واستمراريتها
- عمر السلعة في السوق
- وجود شريحة سوقية قوية
- وجود عناصر تفوق على المنافسين
- سهولة نقل المعرفة والتدريب على أداء النشاط
- توفر عناصر الصورة الذهنية
- وجود أنظمة معلوماتية متطورة

3- أساليب منح الامتياز

هناك ثلاث طرق لمنح الامتياز التجاري وهي:

- نظام الوحدة الأساسية

هو المشروع الفردي أو الشركة المرخص لها بواسطة صاحب الامتياز (Franchisor) سواء كان منفذ بيع أو ركن في مركز تجاري أو خدمة تنطلق من منزل أو غيرها، يقوم في هذا النظام صاحب الامتياز التجاري (Franchisor) بمنح حق الامتياز لوحدات فردية بطريقة مباشرة، وهذا يصلح في النظام المحلي لمنح الامتياز.

3- أساليب منح الامتياز

هناك ثلاث طرق لمنح الامتياز التجاري وهي:

- منح الامتيازات المتعددة الوحدات (Master Franchise)

وفيه يدفع مشتري الفرنشايز مبلغ إجمالي منخفض لشراء عدة وحدات من نفس الفرنشايز (فرع) لحسابه الشخصي ولا يتصرف فيه بالبيع أو الإيجار بدون موافقة مسبقة من البائع مثل سلسلة مطاعم ماكدونالدز بمصر وهو نظام يناسب منح الامتياز للشركات الكبيرة.

- بيع الفرنشايز من الباطن (Sub-Franchise)

منح الامتياز المتعدد الوحدات مع احتفاظ المشتري بحق بيع أو إيجار الامتياز في إقليم محدد.

4- أنواع نظم الامتياز

أ- امتياز التصنيع Manufacturing Franchise

يمنح المرخص بموجبه للمرخص له حقوق تصنيع سلعة وبيعها تحت اسم المرخص التجاري وعلامته التجارية، مستخدماً المواد الأولية أو المواصفات أو التقنيات الخاصة بالمرخص، وفي بعض الأحيان يمنحه حق استعمال السر التجاري أو التكنولوجيا الخاضعة لبراءة الاختراع، ويكثر العمل بهذا النوع من الامتياز في صناعات الغذاء والشراب.

4- أنواع نظم الامتياز

ب- امتياز صيغة العمل Business Format Franchise

وفقاً لهذا النظام لا يقوم المرخص عادة بتصنيع أية سلع، وإنما يوفر المعدات والمواد الخام ومواد تعبئة والتغليف والدعاية وما إلى ذلك من وسائل لإنتاج وتوزيع السلع والخدمات، ومن ناحية أخرى يتعامل المرخص له مع خدمات المرخص محل حق الامتياز بحيث يتبنى العلامة التجارية للمرخص وطريقته الشاملة في عرض المنتجات لتصبح جزءاً من هويته التجارية.

يعتبر هذا النوع الأكثر انتشاراً ورواجاً من أشكال الامتياز، إضافة إلى اعتباره الشكل المثالي لامتياز الفنادق والنزل ومطاعم الوجبات السريعة. وهنا يستثمر المرخص له بالامتياز مبلغاً كبيراً حتى يحصل على حق الامتياز، وغالباً يحتاج إلى إدارة محترفة تتولى إدارة المشروع.

4- أنواع نظم الامتياز

ج- امتياز التوزيع Distributing Franchise

يهدف هذا الشكل إلى العمل على إقامة مركز توزيع للسلع المصنعة من قبل المرخص أو المصنعة له، ويقوم المرخص -أو من يقوم مقامه- بموجب هذا الشكل بتصنيع السلعة وبيعها إلى المرخص لهم الذي يتولون بأنفسهم البيع إلى المستهلكين، وذلك تحت العلامة التجارية الخاصة بالمرخص، ويوفر هذا الشكل من الامتياز للمرخص نظاماً توزيعياً لتسويق سلعته ويعطي الحق للمرخص لمنع المرخص له من بيع سلعة منافسة، ومن الأمثلة على هذا النوع من الامتياز: محطات تعبئة الوقود وبائعي السيارات ومحلات الملابس الجاهزة والمجوهرات واكسسوارات السيدات، ومحال الزينة، ومحال الأطفال، وفي هذا النوع ينفق الحاصل على الامتياز مبالغ كبيرة في تجهيز محل البيع من حيث المكان والتأثيث والديكورات، ويتولى المرخص له الإدارة والتشغيل بنفسه. وتشير دراسة أعدت عن نظام الفرنشايز في مصر إلى أن قطاع البيع بالتجزئة والداخل في الامتياز التوزيعي هو أكبر القطاعات التي يطبق فيها نظام الفرنشايز.

1- مقومات مانح الامتياز

Brand Name	اسم تجاري ناجح
Trade Mark	علامة تجارية مرموقة
IPR	الخلطة السرية
Secret Ingredient	حقوق فكرية تتمتع بالحماية
Learning Curve Trial & Error	أعلى نقطة في منحنى التعلم مروراً بالتجربة والخطأ

2- ممنوح الامتياز Franchisee

هو الذي يتمتع بالأمر الآتي:

- القدرة الإدارية والمالية
- الاستعداد للعمل الشاق
- الاستعداد للالتزام بنظام عمال مانح الامتياز
- الالتزام بدفع رسوم الامتياز

وبهذا يحق له الآتي: استخدام حقوق الملكية الفكرية المملوكة لمانح الامتياز في منطقة معينة ولمدة محددة، وامتلاك النشاط التجاري وتشغيله بنظام مانح الامتياز، ومن ثم إدارته بنفسه.

رابعاً: برنامج تطوير نظم الامتياز التجاري

- تحديد حجم الاستثمار ومستويات الإيرادات والأرباح لكل من ممنوح الامتياز ومانحه
- تحديد عناصر حزمة الامتياز
- تحديد رسوم الامتياز
- تحديد رسوم المساندة الفنية والإدارية
- تطوير عناصر الصورة الذهنية من ديكورات وألوان وتصميمات وغيرها
- تحديد الصيغة القانونية للشركة المالكة
- تأسيس الشركة المالكة والإجراءات القانونية

رابعاً: برنامج تطوير نظم الامتياز التجاري

- كتابة عقد الامتياز
- تطوير أدلة التشغيل وتشمل أكثر من عشرين مجلد تغطي كل الأمور التشغيلية
- إعداد أدلة وبرامج التدريب الأولي والمستمر
- إعداد برامج التسويق والترويج
- تطوير كاتالوج الترويج للامتياز التجاري
- تطوير خطط وميزانيات ما قبل الافتتاح
- بناء نظام الدعم التشغيلي والإداري لشبكة ممنوحي الامتياز

لمشتري حق الامتياز 5 أ- المزايا والعيوب

المزايا

1- التعامل مع سلعة أو خدمة مشهورة:

يتميز التعامل في مجال حق الامتياز من العمل في سلعة أو خدمة مشهورة، حيث أن الاسم التجاري والعلامة التجارية معروفان جيداً لدى المستهلكين. ومما يزيد من شهرتهما أن صاحب الامتياز عادة ما ينفق مبالغ طائلة في إعلانات على المستوى الدولي والمحلي مما يجعل من السلعة أو الخدمة مشهورة.

2- الحصول على خدمات فنية:

يقدم صاحب الامتياز للمشتري (أو المستثمر) خدمات من أهمها تقديم نظام الإنتاج ونظام البيع، وتعليمات التعامل مع السلعة أو الخدمة، وتدريب مكثف لدى صاحب الامتياز وفي مبانٍ تشابه المباني الجديدة التي سيحصل عليها مشتري الامتياز، ويتم التدريب على عمليات الإنتاج والبيع والتوزيع والصيانة وخدمة العملاء. كما يحصل المستثمر على نصائح مستمرة لحل مشاكله أو لتحسين الأداء.

لمشتري حق الامتياز 5 أ- المزايا والعيوب

المزايا

3- الحصول على معايير عالية الجودة

يحرص صاحب الامتياز (أو الشركة الأم) على وضع معايير عالية لتقديم الخدمة أو بيع السلعة والصيانة وخدمة العملاء، وعادة ما تكون الخدمة منمطة بشكل عالٍ حتى إنه لا يمكن التفريق بين فرع أو آخر في الأداء، مما يضمن اتساقاً في رضا العميل على السلعة أو الخدمة. وبجانب هذه المعايير يقوم صاحب الامتياز بإرسال وظيفة للرقابة على الجودة وحل أي مشاكل لدى المستثمر.

لمشتري حق الامتياز 5 أ- المزايا والعيوب

المزايا

4- استخدام رأس مال عامل منخفض:

يعتمد المشروع الصغير العادي في بداية حياته وقبل الإنتاج وأثناء شهوره الأولى على رأس مال عامل كبير يمول به بضاعة كبيرة في المخازن، ومصاريف الإنتاج والتسويق، والأجور للشهور الأولى، بينما في المشروعات التي تعتمد على الامتياز لا احتياج إلى رأس مال عامل كبير لأن المخزون موجود لدى صاحب الامتياز، كما أن مصاريف الإنتاج والتسويق قليلة لأن المنتج معروف والطلب عال على المنتج، بحيث يبدأ في إدرار إيرادات أسرع بكثير من المشروع العادي .

5- فرصة أسرع للنمو

تحرص الشركات أصحاب الامتياز على ألا يكون هناك منافسين يستخدمون نفس الامتياز في نفس المنطقة التي يعمل بها المستثمر الجديد، وهنا يضمن لنفسه تغطية جغرافية جيدة ومبيعات من أول يوم تكون مرضية. هذا بالإضافة إلى أن الإعلانات التي ينفقها صاحب الامتياز والتدريب الذي يقدمه مع الخدمات الفنية ومعايير الجودة المطلوبة كلها تساعد على فرصة أسرع من النمو وذلك بدلا من التخطي في ظل التجربة والخطأ.

لمشتري حق الامتياز 5 أ- المزايا والعيوب

العيوب

1- خيبة الأمل

يتوقع مشتري حق الامتياز من الشركة الأم أشياء كثيرة مثل خبراء في المجال، وخبرات أساسية للنجاح وأسرار النجاح في الإنتاج والبيع، والاسم التجاري والعلامة التجارية، والإعلانات، وحين تفشل الشركة الأم (صاحبة الامتياز) من تزويد المشتري بهذه الأشياء؛ تخيب آماله في أن ما توقع لم يحصل عليه.

2- ارتفاع التكاليف

يشعر أحياناً مشتري حق الامتياز أن التكلفة التي يدفعها إلى الشركة الأم (صاحبة الامتياز) عالية ولا توازي ما يحصل عليه من خدمة، والجدول السابق الذي تم الإشارة إليه يوضح تكاليف حق الامتياز. لاحظ أن هذه التكاليف تتكون من مصاريف الحصول على حق الامتياز (وهي أساساً لدراسة الموضوع، ومدى جدية المشتري، وبعض المصاريف الإدارية)، هذا بالإضافة إلى حق الامتياز نفسه مع تكلفة الإعلانات. لاحظ أيضاً أن على مشتري حق الامتياز أن يتكف أيضاً تكلفة الأرض والمباني والأجهزة مع تكلفة الخامات.

لمشتري حق الامتياز 5 أ- المزايا والعيوب

العيوب

3- الاعتماد الزائد على الشركة الأم

يعتقد المشتري أن الشركة الأم (صاحبة الامتياز) ستعطيه كل شيء حتى كيف يدير كل شيء في المشروع الصغير، والواقع أن الشركة الأم تقدم خدمات كثيرة ولكنها لا تستطيع أن تضمن حسن تصرف المشتري وجديته ومهارته في إدارة المشروع الجديد. وعليه يجب أن يعلم المستثمر الذي يود شراء حق الامتياز أن الأمر يرجع إليه هو في كثير من الأحيان، والمسؤولية الأخيرة تقع عليه.

4- قيود تفرضها الشركة الأم

قد يشعر مشتري حق الامتياز أن الشركة الأم (صاحبة الامتياز) تفرض عليه قيوداً تحد من حريته في التصرف. ومن أمثلة ذلك أن تحدد الشركة الأم النطاق (والحدود) الجغرافية التي يتصرف فيها المشتري. أي أن للمشتري منطقة جغرافية لا يستطيع أن يخرج عنها بحثاً عن عملاء جدد. كما أن الشركة الأم قد تفرض حدود معينة لطبيعة السلع والخدمات التي لا يجب أن يخرج عنها المستثمر الجديد.

لمشتري حق الامتياز 5 أ- المزايا والعيوب

العيوب

5- احتمال فسخ العقد

تضع الشركة الأم (صاحبة الامتياز) في عقود بيع حق الامتياز قواعد قانونية صارمة أحياناً فيما يمس تحويل حق الامتياز من الشركة الأم إلى المشتري. وتجديد أو إنهاء عقد حق الامتياز، وعدم سعي المشتري إلى منافسة الشركة الأم. وعلى المشتري أن يوافق عليه ويتبع هذه الشروط، وإلا تعرض في أي وقت إلى فسخ وإلغاء العقد. الأمر الذي قد يراه المشتري نوعاً من التعسف في الشروط.

6- أداء الفروع الأخرى

إذا كانت الفروع الأخرى (لمستثمرين آخرين) في حالة غير جيدة أثر ذلك على تدهور في أداء باقي الفروع. وعلى المشتري أن يلاحظ مدى كفاءة الفروع الأخرى المحيطة، فإن أدائه هو أيضاً يتأثر بهم.



المحاضرة الثالثة

لصاحب الامتياز (للشركة الأم) 5ب- المزايا والعيوب

المزايا

1- التوسع

يمكن لصاحب الامتياز أن يتوسع في شركته من خلال بيع حق الامتياز إلى آخرين يودون استخدام الاسم التجاري والعلامة التجارية والمنتج. والأهم أن صاحب الامتياز لا ينفق كثيراً في هذا، حيث يقوم المشتري بدفع مبلغ كبير نسبياً في بداية التعاقد يضمن بناء وتجهيز الموقع الجديد لإنتاج وبيع السلعة أو الخدمة. وبالتالي يتحمل المشتري الجديد معظم التكلفة. كما أن الشركة الأم (صاحبة الامتياز) تستطيع أن تدخل أسواقاً جديدة لم تدخلها من قبل من خلال إقبال المستثمرين على شراء الامتياز.

لصاحب الامتياز (للشركة الأم) 5ب- المزايا والعيوب

المزايا

2- الدافعية والحماس

تفقد الشركة الأم (صاحبة الامتياز) الدافعية والحماس على التوسع بعد فترة من الزمن حيث يقل لديها حب المغامرة والمخاطرة بسبب النجاح الذي حققته سلفاً، إلا أن المشتري الذي يود البدء في استثمار جديد فليديه الدافعية والحماس الخاص به لكي يبدأ حياة جيدة حيث يستطيع أن يحقق ذاته وأن يدير عمله الخاص به وأن يحقق النجاح المنشود، وبالتالي ينتقل الحماس من المستثمر الصغير إلى الشركة الأم.

لصاحب الامتياز (للشركة الأم) 5ب- المزايا والعيوب

المزايا

3- الشراء بكميات كبيرة

تقوم الشركة الأم (صاحبة الامتياز) بالشراء لها ولكل الفروع الأخرى (أو لكل المشتريين لحق الامتياز)، والشراء بكميات كبيرة يعطي الشركة قدرة شرائية أعلى وقدرة تفاوضية أفضل مع البائعين، وبالتالي يمكن الحصول على أسعار أقل وشروط تسليم أفضل تعود تماماً على الفروع والمشتريين لحق الامتياز.

4- الإعلان المشترك

تنفق الشركة الأم (صاحبة الامتياز) على الإعلانات الدولية والإقليمية والمحلية بحيث يستفيد منها المشترون لحق الامتياز أو الفروع. وكلما زادت هذه الفروع أمكن تقليل نصيب كل فرع من الإعلان، وبالتالي تقل تكلفة الإعلان في المتوسط.

لصاحب الامتياز (للشركة الأم) 5ب- المزايا والعيوب

العيوب

1- تغيير شكل الملكية

يمكن للشركة صاحبة الامتياز (أي الشركة الأم) أن تتوسع من خلال إنشاء فروع خاصة بها وهي التي تنفق تماماً على ذلك. وهنا تصبح هذه الفروع (بما تتضمنه من مبانٍ وأراضٍ وآلات) أصول وموجودات للشركة، ويكون لها كامل الحق في التصرف فيها. أما التوسع من خلال بيع حق الامتياز للمشتريين الصغار (بالرغم من انخفاض تكلفته للشركة الأم لأن المشتري هو الذي يتكلف ذلك)، فإنه يحول السيطرة على الفروع إلى مالكيها من صغار المستثمرين، وبالتالي تفقد الشركة الأم السيطرة على جزء من رأسمالها لأنه موجود ومملوك لدى الغير.

لصاحب الامتياز (للشركة الأم) 5ب- المزايا والعيوب

العيوب

2- صعوبة في استقطاب مستثمرين

تبحث الشركة الأم عن مستثمرين مثاليين من وجهة نظرها، وتتوافر فيهم قدرات مالية وفنية وإدارية وإنسانية متكاملة وعالية تجعل منهم مستثمرين أكفاء. وهو عادة ما يصعب تحقيقه في كافة المستثمرين الصغار.

لصاحب الامتياز (للشركة الأم) 5ب- المزايا والعيوب

العيوب

3- صعوبة الاتصال بالفروع

تتواجد الشركة الأم في مكان بينما فروعها (المملوكة بواسطة مشروعات صغيرة) في أماكن أخرى بعيدة، وربما حول العالم كله، فاختلاف وبعد الأماكن، وأيضاً اختلاف اللغات وحضارة وثقافة كل دولة، والعادات والتقاليد، والقيود القانونية والسياسية باختلاف الأماكن والدول تفرض صعوبة في الاتصال بالفروع وصعوبة في التنسيق بينها.

لصاحب الامتياز (للشركة الأم) 5ب- المزايا والعيوب

العيوب

4- فقدان الحرية في إدارة الشركة

تعاني الشركة الأم (صاحبة الامتياز) من أنه حال دخول مستثمرين جدد لشراء حق الامتياز فإنها تفقد حريتها في إدارة الشركة، حيث يفكر بعض المستثمرين في اتخاذ قرارات تمس إدخال سلعة أو خدمة جديدة، أو تمس عملية الإنتاج مثلاً. وبالرغم من أن عقود بيع حق الامتياز تنص بعضها على تقييد هذه الحرية لصالح الشركة الأم، فإنها تفقد بعض هذه الحرية في محاولة المستثمرين والفروع من تغيير بعض الشروط (والتي غالباً ما يتم التفاوض حولها).

بداية: ادرس السوق المحلي

- الاحتياجات

- الانطباعات

- النواحي: السياسية والتشريعية والاقتصادية والثقافية

أ- سبع خطوات للتأكد من جدوى الاستثمار في حق الامتياز

وتقدم وزارة التجارة الأمريكية كتاباً يرشد المستثمرين المقبلين على شراء حقوق الامتياز واسم هذا الكتاب هو دليل فرص الاستثمار في حقوق الامتياز The Franchise Opportunities Handbook. ويركز هذا الكتاب أو الدليل على سبع خطوات يحمي بها المستثمر نفسه عند تفكيره في شراء حقوق الامتياز، وهي نفس السبع خطوات المذكورة في الشكل السابق وتوضيحها كما يلي:

7- اعرف حقوقك القانونية
6- احصل على نصيحة واستشارة محترقة
5- ادرس شكل المتطلبات المالية
4- افحص واقعياً الشروط لحق الامتياز
3- ادرس شروط حق الامتياز
2- قارن الامتياز بغيره من الامتيازات
1- قيم شخصياً وبنفسك حق الامتياز

أ- سبع خطوات للتأكد من جدوى الاستثمار في حق الامتياز

1- التقييم الشخصي للامتياز

حيث يقوم الشخص بدراسة مؤشرات الأداء العام للامتياز، وانطباعه عنه، وخبرته في هذا المجال، ومهاراته في القيام بهذا الاستثمار، وتعليمه وتفضيله لهذا المجال، ومعرفته بمزايا وعيوب هذا الامتياز، فإذا كان التقييم الشخصي للامتياز يأخذ الشكل الإيجابي فعلى الشخص أن ينتقل إلى المرحلة الثانية.

أ- سبع خطوات للتأكد من جدوى الاستثمار في حق الامتياز

2- مقارنة الامتياز بغيره من الامتيازات

يقوم الفرد هنا بمقارنة الامتياز بغيره من الامتيازات المشابهة في نفس مجال العمل، فإذا كنت تنوي شراء امتياز في مجال التنظيف الجاف (أي الدراي كلين) فعليك المقارنة بين امتيازين أو أكثر في نفس المجال من حيث مزايا وعيوب (أو نقاط القوة ونقاط الضعف) لدى كل امتياز من حيث شروط التعاقد والتكلفة وغيرها من العناصر الهامة التي تم ذكرها سلفاً، والتي سيرد ذكرها لاحقاً أيضاً.

أ- سبع خطوات للتأكد من جدوى الاستثمار في حق الامتياز

3- دراسة شروط شراء حق الامتياز

عند التوجه إلى الشركة الأم (صاحب حق الامتياز) والحصول على شروط شراء هذا الحق فعلى الشخص أن يدرس بنوده التالية:

- المصاريف المدفوعة للشركة الأم لدراسة طلب الشراء
- مصاريف شراء حق الامتياز
- النسبة المئوية المدفوعة من الأرباح للشركة الأم (كحق الامتياز)
- القيود الإدارية على تقديم منتجات أو خدمات أخرى
- البنود في التوسع
- البنود على تقليل حجم النشاط أو الخروج منه

أ- سبع خطوات للتأكد من جدوى الاستثمار في حق الامتياز

4- الفحص الواقعي لشروط حق الامتياز

ويتم هذا من خلال زيارات ومقابلات مع المستثمرين السابقين لحق الامتياز (الفروع والشركات التابعة)، وعليك أن تقابل القدامى منهم والذين بقوا في مجال العمل لمدة 6-10 سنوات لكي تأخذ انطباعتهم عن سبب النجاح والاستمرار، كما عليك أن تقابل الجدد منهم والذين بدأوا حديثاً أو من وقت قريب فهم يستطيعوا أن يعطوك خبرتهم الحديثة عن مشاكل الإنشاء والتأسيس، وكيفية البداية الناجحة، والعلاقة مع الشركة الأم، فأنت ستمر حالاً بما مروا به حديثاً وخبرتهم جديده وقريبة مما ستمر به، اسألهم جميعاً عن كل البنود التي ربما تطوف في ذهنك أو تقلقك.

أ- سبع خطوات للتأكد من جدوى الاستثمار في حق الامتياز

5- ادرس شكل المطالبات المالية

وهي عبارة عن الشركة الأم (صاحبة الامتياز) فطالب مالياً في نهاية العام المشتري (أو الشركة التابعة) بتسديد ما عليك من مصاريف إدارية وحقوق امتياز ومصاريف إعلان، وعلى المشتري (أو الشركة التابعة) أن تعلن حجم أعمالها وميزانيتها في نهاية العام، والتي على أساسها تحسب حقوق الشركة الأم، وعليك أن تدرس بنود الاتفاق التي تمس هذه الأمور. وأن تناقشها مع من سبقوك بشراء حق الامتياز لكي تأخذ خبرتهم وتطمئن إلى سلامة الإجراءات التي تتم في هذا الصدد.

أ- سبع خطوات للتأكد من جدوى الاستثمار في حق الامتياز

6- احصل على مشورة محترفة

ببساطة هي أن تلجأ إلى محامٍ أو مستشار قانوني في الشركات وأن تدرس معه الاتفاق القانوني مع الشركة الأم، وأن تمر مع المستشار القانوني على كافة بنود الاتفاق حتى لا تتعرض للغشل أو التدليس، وحتى يطمئن قلبك أن كافة البنود مرضية لك.

أ- سبع خطوات للتأكد من جدوى الاستثمار في حق الامتياز

7- اعرّف حقوقك القانونية

اجعل المستشار القانوني الذي لجأت إليه يتخذ كافة التدابير والإجراءات القانونية نيابة عنك، ولا توقع شيئاً إلا بمعرفته، واجعله ينصحك عن كافة حقوقك القانونية أمام الشركة الأم، وربما عليه أن يكتب لك دليلاً إرشادياً لبعض المشاكل القانونية في التعامل مع الشركة الأم. أو أن عليك أن تلجأ إلى هذا الإخصائي في كل صغيرة وكبيرة في المجالات القانونية.

ب- جدول للمقارنة

الشركة الثانية	الشركة الأولى	أساس المقارنة
		1- المصاريف المدفوعة لقيام الشركة الأم ببحث ودراسة الموضوع
		2 - المصاريف المدفوعة دفعة واحدة لشراء حق الامتياز
		3 - النسبة المئوية من الأرباح المدفوعة سنويا للشركة الأم كحق الامتياز
		4 - مصاريف مدفوعة للشركة الأم للإشراف على إنشاء الفرع
		5 - مصاريف مدفوعة للشركة الأم كإعلانات
		6 - قيود إدارية على تقديم منتجات جديدة
		7 - قيود إدارية على التوسع
		8 - تكلفة المبنى أو الإيجارات
		9 - تكلفة الآلات والمعدات
		10- مخزون مبدئي
		11- رأس مال عامل لمواجهة العمليات الجارية

دول الاتفاقيات التجارية

- الاتحاد الأوروبي
- الدول العربية
- أغادير
- افتا
- كوميسا
- الرورو
- كوز

د- تصور حول إدارة الامتياز التجاري

- سياستك في التسعير
- شروط المكان

التكلفة	المقابل
تكلفة الدراسة والبحوث R&D Fee	رأس مال مدفوع للشركة الأم لتمويل عمليات البحوث الصناعية والتجارية للمشروع الجديد والرسوم الهندسية وبحوث التسويق عن السوق والمستهلك، والدراسة النهائية للمشروع إما على شكل دفعة واحدة أو على شكل عدة دفعات (مثلا 25% منها عند توقيع الامتياز ، 25% لدى انتهاء التدريب ، 25% لدى افتتاح المحل الذي سيباشر العمل بموجب الامتياز....الخ)
تكلفة التعاقد والشراء للحق Initial / Entrance Fee	المقابل المادي المدفوع في البداية للشركة الأم مقابل ترخيص باستعمال الملكية الفكرية الخاصة به، أو مقابل التدريب المبدئي والنفقات الإدارية
تكاليف إضافية	رسوم الدعاية والإعلان والترويج Fees For Specific Services (مثل الخدمات الاستشارية ريدي بلوك) Advertisement & Promotion Fees
عوائد نسبية Royalty Fee	نسبة مئوية من الدخل الإجمالي المتحصل للحاصل على الامتياز
رأس مال عامل	مصروفات الأجور والرواتب والعمليات الجارية اليومية للمشروع
مصروفات قانونية واحتياطي	تنفق كل مصاريف تسجيل المشروع الجديد وإشهاره قانونيا، مع بعض الإحتياطي النقدي للطوارئ، كما أن بعض الدول تنص على ضرورة وجود احتياطي يودع لدى الدولة كشرط للبدء في الأعمال

وفيما يلي تقدير للتكاليف ورأس المال المطلوب كمتطلبات مالية لمشروع جديد بنظام شراء حق الامتياز

رأس المال المطلوب لشراء حق الامتياز (بالدولار بالآلف)

الحد الأدنى	الحد الأقصى	
5	50	الدراسة والبحوث
25	100	تكلفة التعاقد والشراء للحق
50	500	رأس مال عامل
30	300	مصروفات قانونية واحتياطي
110 ألف	950 ألف	المجموع



دراسة الحالات: مطاعم ماكدونالدز



- تعتبر العلامة التجارية ماكдонаلدز ملكاً لصاحبها أي الشركة الأمريكية.
- وأي مطعم يعمل في الدول العربية، ويحمل اسم ماكдонаلدز لا بد أن يحصل على ترخيص من الشركة الأم مقابل مبلغ مالي أولي.
- بل إن الشركة الأم تتقاضى مبالغ طائلة مقابل السماح للآخرين باستخدام اسمها لفترة زمنية محددة (20 سنة) مع التزام الشركة الأم بتقديم المساعدة الفنية مقابل مادي أو الحصول على مزايا أو مصالح اقتصادية، واستخدام منتجات الشركة الأم في محلاتها.
- مقارنة ماكдонаلدز لحق الامتياز.



- إن ماكدونالدز الأمريكية تعتمد في علاقتها بفروعها على نظام حق الامتياز، حيث تعطي الشركة الأم الوكيل المحلي (للأفراد فقط وليس الشركات، أو المجموعات الأسرية) إمكانية الحصول على دعم الشركة الأم في مختلف المجالات (دورات تدريبية، التسويق، الإعلانات التجارية).
- كما أن الشركة الأم لا تختار الوكيل إلا بشروط شديدة تتوافق مع متطلبات الشركة، وعلى أي شخص يريد فتح مطعم ماكدونالدز في العالم أن يحصل على إذن من الشركة الأم، وفي حالة الموافقة يستأجر الأرض من الشركة الأم لأن ماكدونالدز يملك أو يؤجر بشكل مباشر كل الأراضي التي تقع عليها مطاعمه.
- كما أن يتطلب من الوكيل المستقبلي أن يجتاز دورة تدريبية يمكن أن تصل إلى 9 أشهر، قبل الحصول على أي حق امتياز. إن ماكدونالدز الذي يسمى المرخص يقوم بتزويد المرخص له أو ما يسمى بالوكيل المحلي بكل ما يجب القيام به لضمان تشغيل المشروع واستمرارية نجاحه.

- كما تلزم الوكيل المحلي أو الفرع إنتاج وتحضير السندويتش بنفس الطعم والتركيب العالمية، كما توفر الشركة الأم طرق إدارة الأمور المحاسبية وحفظ السجلات بالإضافة إلى قائمة بأسماء الزبائن والبيانات الضريبية والمالية وطريقة تنظيمها، وتنظيم أمور العاملين في المجال ورواتبهم، والأساليب المستخدمة في الدعاية والتسويق للسلعة، وطرق تحضير الوصفات وتسعيرها والسياسات المتبعة في البيع والشراء وطرق إدارة المخزون.. إلخ.

الفوائد التي تجنيها ماكدونالدز الأمريكية من عقد الامتياز:

- بالإضافة إلى الأموال التي تذهب إلى خزينة الشركة الأم عند بيع الوجبات في الفروع، تحصل ماكدونالدز الأمريكية على مجموعة من الفوائد من أهمها:
- السمعة التجارية الناشئة عن العمل التجاري تلتصق بماكدونالدز.



- تستطيع ماكдонаلدز الأمريكية بموجب عقد الامتياز أن تندمج في نظام للتوسع واختراق الأسواق دون الحاجة إلى صرف أموال.
- تتقاضى الشركة الأم 455 ألف دولار عن كل فرع جديد، ماكдонаلدز الأمريكية قادرة على إنشاء شبكة عالمية مع اختيار المواقع أو المحلات وفقاً لمعايير محددة.
- تتقاضى الشركة الأم إيجاراً شهرياً مبنياً على المعدل الصافي للأرباح المقدّر من 5 إلى 10 في المائة من المبيعات الصافية الشهرية.
- تتقاضى الشركة الأم إيرادات مالية تقدر ب 10% لقاء استعمال علامتها التجارية.



- تحصل مكدونالدز على رسوم شهرية تسمى الإتاوات من 5% من صافي المبيعات الشهرية.
- تحصل على رسوم سنوية مقابل استخدام الاسم 5% من إجمالي المبيعات.
- تحصل على رسوم سنوية مقابل تكاليف الدعاية والإعلان 4% من إجمالي المبيعات.
- تستخدم مكدونالدز كالعادة الموظفين لديها كدروع بشرية لتفادي المقاطعة الاقتصادية.
- والواقع أن الشركة الأم لديها القدرة على تحفيز عدد هائل من الموظفين غير المباشرين، وفي ذات الوقت السيطرة عليهم.
- كما أنها يمكن أن تغلق أي فرع وفي أي وقت، كل هذه الامتيازات التي تحصل عليها الشركة الأم تعني أن كل شخص يشتري وجبة طعام من مكدونالدز فإنه يساهم في توسيع الشركة الأمريكية، وبالتالي تطويرها والرفع من أسهمها بشكل واضح.

الالتزامات المترتبة على الوكيل المحلي:

بموجب عقد الامتياز الذي يمتد إلى 20 سنة بين الشركة الأم وفروعها في العالم، يتقيد الوكيل المحلي بمجموعة من الالتزامات:

- التقيد بالأنظمة والمعايير التي أسستها الشركة الأم (إجراءات العمل ومتطلبات ومعايير ضبط الجودة، ومعايير متطلبات السرية وقوائم المزودين المعتمدين وقواعد الفحص والكشف.. إلخ).
- دفع الرسوم، يدفع الوكيل المحلي/ الفراع مبلغاً يتراوح بين 500 ألف دولار ومليون دولار مقابل أعمال بناء والديكور والمعدات، شراء الأكياس والآنية البلاستيكية والتوابل من الشركة الأم.
- تلتزم فرع ماكдонаلدز بسياسة الشركة الأم، وإلا فممكن في أي وقت أن تغلق الفراع، الوكيل المحلي ملزم بعقد صفقات مع الشركاء الرسميين لماكدونالدز من أجل شراء المشروبات والهدايا (كالألعاب التي تهدي للأطفال).

الالتزامات المترتبة على الوكيل المحلي:

- إن وكلاء الامتيازات الأجنبية المحليين، مثل فروع ماكدونالدز ليس لهم امتيازات حقيقية، بل هم مشغلون للشركات الأجنبية، وقعوا عقداً يعطيهم فقط حقوقاً مؤقتة (استخدام العلامة التجارية، استخدام الديكور..) بالإضافة إلى الأموال التي تذهب من كل اقتصاد محلي إلى خزانة الشر.

7- متطلبات الحصول على الامتياز التجاري

2- الاتفاق القانوني مع الشركة الأم

عقد الامتياز هو الاتفاق القانوني المعقود بين المرخص والمرخص له (Franchisor & Franchisee) لتحديد الشروط التي سيتم بموجبها منح الامتياز وتشغيل المشروع، ويتضمن أيضاً الحقوق والالتزامات المترتبة على كل طرف وتشكل هذه الاتفاقية تمثيلاً لإرادة الطرفين، وبالتالي فهي تختلف وتتنوع وفقاً لأهدافها ولرغبة الطرفين، وغالباً ما تتضمن اتفاقية الامتياز البنود التالية:

- الحق في استخدام اسم المرخص التجاري و/أو علامته التجارية و/أو أساليب الإنتاج و/أو أي طرق فنية أخرى بالإضافة إلى المعونة الفنية والإدارية والتسويقية والمحاسبة وأسلوب العمل ويطلق عليه سلة الامتياز (Franchise Package).

7- متطلبات الحصول على الامتياز التجاري

2- الاتفاق القانوني مع الشركة الأم

- مواقع العمل والمناطق المشمولة بالامتياز.
- مدة عقد الامتياز.
- رسوم الامتياز.
- شروط تجديد العقد.
- طرق ضبط الجودة والمحافظة على السلعة.
- إنهاء العقد والآثار المترتبة على ذلك.
- ونظراً لعدم وجود تشريع محدد ينظم الفرنشايز فإن عقد الامتياز لا بد أن يكون واضحاً وملماً بجميع النقاط السابقة.

7- متطلبات الحصول على الامتياز التجاري

2- الاتفاق القانوني مع الشركة الأم

- مصاريف حق الامتياز
- الرؤية على الجودة
- الإعلانات
- المنتجات والخدمات
- التسهيلات
- الصيانة
- ساعات العمل

7- متطلبات الحصول على الامتياز التجاري 2- الاتفاق القانوني مع الشركة الأم

- الديكورات
- الحاسبات
- إعلان النتائج الختامية
- الأفراد وأجورهم
- العلاقة بين الشركة الأم والشركة التابعة
- التوقعات المعتمدة

الالتزامات المترتبة على طرفي عقد الامتياز

أ- الالتزامات المترتبة على المرخص

يتعين على المرخص الترخيص للمرخص له باستعمال حقوق الملكية الفكرية الخاصة به، وتتضمن العلامة التجارية والنماذج الصناعية وبراءات الاختراع والأسرار التجارية والمعرفة الفنية وبيانات التصنيع، كذلك تقديم الدعم والتدريب اللازمين بشكل مستمر بما يضمن نقل النظام موضوع الامتياز إلى المرخص له بشكل كفاء، ويتعين على المرخص أن يزود المرخص له بدليل التشغيل (Operational Manual)، والذي يحتوي على كل ما سبق.

الالتزامات المترتبة على طرفي عقد الامتياز

ب - الالتزامات المترتبة على المرخص له

التقيد بالأنظمة والمعايير التي أسسها المرخص وطورها، وذلك حتى يستطيع جني أفضل الفوائد من الفرص التجارية المتوافرة بموجب اتفاقية الامتياز، وحتى يتحقق له النجاح فلا يتوقف الأمر عند زيادة دخل كل من الطرفين فحسب، وإنما تتعدى ذلك لتساهم في تأسيس قاعدة عملاء جيدة وضمان حصة من السوق. ويعتمد هذا على الالتزام والتقيد بالأنظمة، وهي دليل التشغيل وإجراءات العمل ومتطلبات ومعايير ضبط الجودة ومعايير متطلبات السرية والمواد الخام والموارد .. إلخ.

8- البحث عن الفرص التجارية

نظراً لأهمية الفرنشايز في مصر قام الصندوق الاجتماعي للتنمية بإنشاء إدارة تنمية حقوق الامتياز التجاري "الفرنشايز" ويقوم الصندوق من خلال هذه الإدارة بالترويج لإقامة وتمويل مشروعات صغيرة ناجحة بهذا النظام واستقطاب كبرى الشركات المانحة لحقوق الامتياز التجاري، وتقديم المشورة للشركات الراغبة العمل بهذا النظام، والمشاركة في المعارض الدولية والمحلية لنظم حقوق الامتياز التجاري، والتفاوض مع الشركات المانحة ودراسة العقود للتأكد من جودتها وجديتها، وإعداد دراسات جدوى ونماذج مشروعات Project Profile صغيرة تعمل بهذا النظام، بالإضافة إلى تقديم التمويل اللازم من خلال بعض البنوك.

8- البحث عن الفرص التجارية

بلغ حجم استثمارات قطاع الفرنشايز في مصر حوالى 30 مليار جنيه خاصة للمشروعات الصغيرة والمتوسطة، حقق حجم مبيعات بلغ 7 مليارات جنيه عام 2006، وتعتبر مصر هي الدولة الوحيدة في منظمة الشرق الأوسط التي تتمتع بالعضوية في المجلس العالمي للفرنشايز، والتي حصلت عليها عام 2005 وذلك من خلال الجمعية المصرية للفرنشايز "افدا"، كما تعد مصر هي الدولة الثانية في أفريقيا بعد جنوب أفريقيا.

8- البحث عن الفرص التجارية

أفضل فرانشايز عالمياً في شتى المجالات

www.entrepreneur.com/franchises/franchise500/index.html

<http://franchiseegypt.com/ar/>

9- تمويل مشروعات الفرنشايز في مصر

يتم تمويل مشروعات الفرنشايز في مصر من خلال:

- التمويل الذاتي من متلقي عقد الامتياز.
- تمويل جزئي من الشركة مانحة الامتياز.
- الصندوق الاجتماعي للتنمية: حيث تم إنشاء وحدة متخصصة لتمويل المشروعات الصغيرة العاملة بنظام الفرنشايز والتفاوض مع الشركات المانحة في شروط عقد الامتياز.
- الجهاز المصرفي: حيث يتم تمويل هذه المشروعات وفقاً لقواعد منح الائتمان بالجهاز المصرفي.

الصندوق الاجتماعي للتنمية

- وقعت الأستاذة / سها سليمان الأمين العام للصندوق الاجتماعي للتنمية والأستاذ / يونس علوي يزدي العضو المنتدب لشركة بيريلي بروتوكول للتعاون بين الصندوق الاجتماعي للتنمية وشركة بيريلي مصر التابعة لشركة بيريلي الإيطالية، والتي تصنف كواحدة من أكبر خمسة شركات في مجال بيع الإطارات وتقديم خدمات السيارات ووسائل النقل المختلفة.
- يهدف البروتوكول إلى تمويل مشروعات بنظام حق الامتياز التجاري (الفرنشايز) بالتعاون بين كلا الطرفين بقيمة تصل إلى 15 مليون جنيه من الصندوق للمشروعات الصغيرة الراغبة في العمل تحت مظلة شركة بيريلي وبيع منتجاتها.

الصندوق الاجتماعي للتنمية

- ويستفيد من البروتوكول الشباب الذين يمتلكون الخبرة في هذا المجال ويرغبون في إقامة مشروعات صغيرة أو أصحاب المنشآت القائمة والتي ترغب في تطوير نشاطها، وكذلك شباب الخريجين من الجامعات والمعاهد العليا والمدارس المتوسطة الباحثين عن العمل من الجنسين، حيث من المتوقع أن يتم تمويل 30 مشروع مما يتيح المئات من فرص العمل.

الصندوق الاجتماعي للتنمية

شروط للحصول على تمويل "الصندوق الاجتماعي للتنمية بنظام الامتياز التجاري أو "الفرنشايز"

- توافر الحد الأدنى من المساهمة الذاتية في هيكل رأس مال المشروع
- اختيار (مانح الامتياز) وموافقته على (الممنوح له) حق الامتياز التجاري
- موافقة الشركة على مكان المشروع وعلى المتقدم للمشروع

الصندوق الاجتماعي للتنمية

مزايا التعاون مع الصندوق الاجتماعي للتنمية

- يقدم الصندوق قرض فرنشايز من أجل توفير التمويل المناسب للمشروع
- إبرام اتفاقيات امتياز تجاري بين الصندوق وشركاء التنمية لضمان حقوق الحاصل على الامتياز
- تنوع محفظة مشروعات الفرنشايز
- يوفر الصندوق المعونة الفنية والاستشارات للراغبين في الحصول على حق الامتياز التجاري

تمويل الصندوق الاجتماعي للتنمية بنظام الامتياز التجاري أو "الفرنشايز"

إجراءات الحصول على الامتياز التجاري "الفرنشايز"

- يتقدم العميل إلى المكتب الإقليمي الأقرب له لملء استمارة التعارف الخاصة بالمشروع
- يقوم المكتب بتحويل العميل إلى الشركة التابع لها المشروع بالتنسيق مع إدارة الفرنشايز
- تقوم الشركة بدراسة الحالة مبدئياً ومعاينة المشروع
- بعد الموافقة على المكان المقترح من قبل العميل ومطابقته للمواصفات المطلوبة، يتوجه إلى الصندوق لاستكمال إجراءات تمويل المشروع وفقاً للنظام المعمول به
- يقوم المكتب الإقليمي بالاستعلام الائتماني وإخطار القطاع بنتيجة الدراسة والموافقة على منح القرض

تمويل الصندوق الاجتماعي للتنمية بنظام الامتياز التجاري أو "الفرنشايز"

الأوراق المطلوبة:

- السجل التجاري
- البطاقة الضريبية
- ترخيص مزاولة المهنة (النشاط)
- عقد إيجار المكان أو مستندات الملكية
- الموقف من التجنيد
- الموقف من التأمينات الاجتماعية
- شهادة بروتستو
- شهادة إفلاس

خطوات التقدم:

- تقديم استمارة التعارف إلى الصندوق مرفقاً بها:
- دراسة جدوى للمستفيد
- سجل تجاري حديث
- البطاقة الضريبية
- الموقف الضريبي
- صحيفة الشركات (خاصة بالشركات المساهمة)
- قوائم المركز المالي (الميزانيات . قائمة الدخل) لآخر ثلاث سنوات معتمدة من المحاسب القانوني

- صحيفة الحالة الجنائية

تمويل الصندوق الاجتماعي للتنمية بنظام الامتياز التجاري أو "الفرنشايز"

خطوات التقدم:

تقديم استمارة التعارف إلى الصندوق مرفقاً بها:

- دراسة جدوى للمستفيد
- سجل تجاري حديث
- البطاقة الضريبية
- الموقف الضريبي
- صحيفة الشركات (خاصة بالشركات المساهمة)
- قوائم المركز المالي (الميزانيات، قائمة الدخل) لآخر ثلاث سنوات معتمدة من المحاسب القانوني

7- متطلبات الحصول على الامتياز التجاري

1- المتطلبات المالية

لكي تحصل على المزايا العديدة لشراء حق الامتياز، ومن أهمها شراءك لسلعة أو خدمة مشهورة ومستقرة مع خدمات إدارية مثل التوزيع وأسرار الصنعة، ومع إمكانية تدريبك على كيفية إدارة المشروع التابع الجديد، فعليك أن تتكفل بدفع بعض المتطلبات والنفقات، وفي كثير من الأحيان تكون المصاريف المدفوعة للشركة الأم في عمليات الإنتاج والخدمات والتدريب والإعلان أقل بكثير مما لو قمت أنت بإنشاء شركة جديدة مستقلة عن الشركة الأم، ولكن أنت من يتخذ القرار وعليك حساب كافة المتطلبات المالية والنفقات التي ستنفقها.

فما الذي تطلبه الشركة الأم كمتطلبات مالية؟



http://www.egypty.com/egyptana/services/development_fund.asp

الموقع الإلكتروني للصندوق

شكراً لكم