

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ.....	SAYFA NO IX
GİRİŞ	XI

BİRİNCİ BÖLÜM

FRANCHISING SİSTEMİNİN TANIMI, KAPSAMI VE ÇEŞİTLERİ

1. FRANCHISING KAVRAMI VE TANIMI.....	1
1.1. Franchising Kavramı.....	1
1.2. Franchising Sistemi.....	2
1.3. Franchising Sisteminin Benzer Sistemlerden Farkı.....	4
1.3.1. Bayilik ve Franchising.....	4
1.3.2. Acentelik ve Franchising.....	6
1.3.3. Distribütörlük ve Franchising.....	7
1.3.4. Lisans Anlaşması ve Franchising.....	8
2. FRANCHISING SİSTEMİNDE TARAFLAR VE FRANCHISING SÖZLEŞMESİ.....	9
2.1. Franchising Sisteminde Taraflar.....	9
2.2. Tarafların Hak ve Yükümlülükleri.....	10
2.2.1. Franchise Veren Hak ve Yükümlülükleri.....	10
2.2.2. Franchise Alanın Hak ve Yükümlülükleri.....	11
2.3. Franchising Sözleşmesi.....	11
2.3.1. Sözleşmenin Kapsamı.....	11
2.3.2. Sözleşmenin Sona Ermesi.....	13
2.3.3. Sözleşme Sonrası Rekabet Yasağı.....	14
2.4. Türk Hukuk Sisteminde Franchising.....	14
3. FRANCHISING ÇEŞİTLERİ.....	16
3.1. Tarafların Bulunduğu Ülkelere Göre Franchising.....	16
3.1.1. Ülke İçi Franchising.....	16
3.1.2. Ülkelerarası Franchising.....	16

3.2. Dağıtım Kanallarına Göre Franchising.....	18
3.2.1. Üretici – Perakendeci Sistemi.....	18
3.2.2. Üretici – Toptancı Sistemi	19
3.2.3. Toptancı – Perakendeci Sistemi	20
3.2.4. Perakendeci – Perakendeci Sistemi.....	20
3.3. Franchising İşletmelerinin Niteliğine Göre Franchising.....	20
3.3.1. Ticari İsim (Marka) ve Ürün Franchising’i.....	20
3.3.2. İşletme Biçimi Olarak Franchising	21
3.3.3. Dönüştürme Franchising’i	23

İKİNCİ BÖLÜM

FRANCHISING SİSTEMİNİN AVANTAJ VE DEZAVANTAJLARI

1. FRANCHISING SİSTEMİNDE TARAFLAR ARASINDAKİ İLİŞKİLERİN MAHİYETİ.....	24
2. FRANCHISING SİSTEMİNİN FRANCHISE ALAN AÇISINDAN AVANTAJ VE DEZAVANTAJLARI.....	26
2.1. Franchising Sisteminin Franchise Alıcısı Açısından Avantajları.....	26
2.1.1. İş Fırsatı ve Kendi İşini Kurma.....	27
2.1.2. Risk Oranı Düşük Yatırım Olanağı.....	28
2.1.3. Bölge İmtiyazı ve Gelişme İmkânı	29
2.1.4. Eğitim ve Danışmanlık Hizmetleri	29
2.1.5. Kurumsal Kimliğin Yaratacağı Saygınlık.....	30
2.1.6. Yeniliklerden Yararlanma.....	31
2.1.7. Verimli Ortak Reklam	31
2.1.8. Yer Seçimi ve Dekorasyon	32
2.1.9. Denetleme ve Karşılaştırma	32
2.1.10. Tüketicinin ve Çevrenin Korunması.....	33
2.2. Franchising Sisteminin Franchise Alıcısı Açısından Dezavantajları.....	33
2.2.1. Sisteme Giriş ve Yatırım Maliyetlerinin Yüksek Olması.....	33
2.2.2. Güdümlü Çalışma ve Katı Kurallar Getirmesi	34
2.2.3. Özgürlüklerin Sınırlandırılması	35
2.2.4. Anlaşmanın Kötüye Kullanılması.....	35
2.2.5. İtibar Kaybı ve Başarısızlık	36

3. FRANCHISING SİSTEMİNİN FRANCHISE VEREN AÇISINDAN AVANTAJ VE DEZAVANTAJLARI	36
3.1. Franchising Sisteminin Franchise Veren Açısından Avantajları	36
3.1.1. Yatırım Tasarrufu ve Hızlı Yayılma	36
3.1.2. Düzenli Nakit Akışı	37
3.1.3. Pazar Payının Artırılması	37
3.1.4. Etkin Yönetim	38
3.1.5. Marka İmajı ve Reklam	38
3.2. Franchising Sisteminin Franchise Veren Açısından Dezavantajları	39
3.2.1. İşini Öğretme	39
3.2.2. Artan Genel Giderler	39
3.2.3. Fırsat Kaybı	39
3.2.4. Kötü Niyetli Davranışlar ve Marka Riski	40
3.2.5. Tahsilat Riski	40

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

FRANCHISING SİSTEMİNİN TARİHSEL GELİŞİMİ VE MEVCUT DURUMU

1. FRANCHISING SİSTEMİNİN ORTAYA ÇIKMASI VE YAYGINLAŞMASININ NEDENLERİ	41
1.1. Franchising Sisteminin Tarihsel Gelişimi	41
1.2. Franchising Sisteminin Yaygınlaşması	43
2. FRANCHISING SİSTEMİNİN MEVCUT DURUMU	44
2.1. ABD’de Franchising	44
2.2. İngiltere’de Franchising	46
2.3. Türkiye’de Franchising	48
3. FRANCHISING SİSTEMİNİN GELİŞİMİNİ HIZLANDIRAN TEMEL UNSURLAR	50
3.1. Tüketici Eğilimlerindeki Değişim	51
3.2. Bilgi ve Hizmet Ekonomisine Geçiş	52
3.3. Yeni Rekabetçi Piyasaların Oluşumu	52
3.4. Kadın Girişimciliğin Artması	53
3.5. Globalleşme Sürecinin Etkileri	54

4. FRANCHISING SİSTEMİNİN GELECEĞİ VE SEKTÖREL GELİŞME EĞİLİMLERİ	56
4.1. Franchising Sisteminin Geleceği	56
4.2. Sektörel Gelişme Eğilimleri	58
4.2.1. Lokanta ve Hazır Yiyecek Sektörü	58
4.2.2. Konaklama Sektörü	59
4.2.3. Otomobil Bakım, Onarım ve Kiralama Hizmetleri	60
4.2.4. İşletmelere Yönelik Hizmetler	60
4.2.5. İnşaat ve Ev Temizlik Hizmetleri	60
4.2.6. Diğer Sektörler	61

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

KÜÇÜK VE ORTA ÖLÇEKLİ İŞLETMELERİN BAŞARISINDA FRANCHISING SİSTEMİNİN ROLÜ VE ÖNEMİ

1. KÜÇÜK VE ORTA ÖLÇEKLİ İŞLETMELERİN TANIMI VE ÖZELLİKLERİ	62
1.1. Küçük ve Orta Ölçekli İşletme Tanımı	62
1.2. Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Ortak Özellikleri	63
1.2.1. Girişimcilik Yeteneği	63
1.2.2. Yönetim İşlevi	64
1.2.3. Pazarlama İşlevi	65
1.2.4. Üretim İşlevi	66
1.2.5. Finansman İşlevi	66
2. KÜÇÜK VE ORTA ÖLÇEKLİ İŞLETMELERİN SORUNLARI VE BAŞARI KRİTERLERİ	67
2.1. KOBİ'lerin Ortak Sorunları	67
2.1.1. Örgütsel ve Yönetimsel Sorunlar	68
2.1.2. Bilgi Eksikliğinden Kaynaklanan Sorunlar	69
2.1.3. Pazarlama Sorunları	70
2.1.4. Finansman Sorunları	71
2.1.5. Eğitim ve AR-GE Sorunları	72

2.2. KOBİ'lerin Başarısını Etkileyen Kritik Unsurlar	72
2.2.1. Yönetim Yeteneği ve Motivasyon.....	73
2.2.2. İyi Bir İş Fikri veya İş Fırsatının Varlığı.....	74
2.2.3. Yeterli Sermaye ve Kredi İmkânı.....	75
2.2.4. Modern İşletme Yöntemlerinin Kullanımı	76
3. KÜÇÜK VE ORTA ÖLÇEKLİ İŞLETMELERİN SORUNLARININ ÇÖZÜMÜNDE FRANCHISING SİSTEMİNİN KATKILARI	76
3.1. KOBİ'lerin Sorunlarının Çözümünde Franchising.....	76
3.2. KOBİ'ler İçin İş Fırsatı Olarak Franchising	77
3.3. Yönetim Yeteneğini Geliştirme Aracı Olarak Franchising.....	78
3.4. Yeterli Sermaye ve Kredi Temininde Bir Araç Olarak Franchising.....	79
3.5. Modern İşletme Yöntemlerinin Sağlanmasında Franchising.....	80

BEŞİNCİ BÖLÜM

KÜÇÜK VE ORTA ÖLÇEKLİ İŞLETMELERİN GLOBAL PAZARLARA AÇILMASINDA FRANCHISING SİSTEMİNİN ROLÜ VE ÖNEMİ

1. GLOBALLEŞME KAVRAMI VE TEMEL DİNAMİKLERİ.....	82
1.1. Globalleşme Kavramı ve Tanımı.....	82
1.2. Globalleşmenin Temel Dinamikleri.....	83
2. GLOBALLEŞME SÜRECİNİN İŞLETMELER ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ VE İŞLETMELERİ GLOBAL PAZARLARA YÖNLENDİREN SEBEPLER	84
2.1. Globalleşme Sürecinin İşletmeler Üzerindeki Etkileri.....	84
2.2. İşletmeleri Global Pazarlara Yönlendiren Sebepler.....	85
3. GLOBAL PAZARLARA GİRİŞ STRATEJİLERİ.....	87
3.1. Global Pazar ve Global İşletme Özellikleri	87
3.2. Global Pazarlara Giriş Stratejileri.....	88
3.2.1. İhracata Dayalı Giriş Stratejileri	91
3.2.2. Üretime Dayalı Giriş Stratejileri	92
3.2.2.1. Ortak Girişim.....	92
3.2.2.2. Doğrudan Dış Yatırımlar.....	92

3.2.3. Sözleşmeye Dayalı Giriş Stratejileri	92
3.2.3.1. Lisans Sözleşmeleri.....	92
3.2.3.2. İşbirliği Sözleşmeleri.....	93
3.2.3.3. Franchising Sözleşmeleri.....	93

4. KOBİ' LERİN GLOBAL PAZARLARA AÇILMASINDA FRANCHISING SİSTEMİNİN KATKILARI..... 94

4.1. Global Pazarlara Ulaşmak ve Yeni Fırsatlar Yaratmak.....	94
4.2. Rekabetçi Yetenekler Kazanmak.....	95
4.3. Olanak ve Yetenekleri Birleştirerek Yeni Yeterlikler Oluşturmak.....	96

ALTINCI BÖLÜM

KÜÇÜK VE ORTA ÖLÇEKLİ İŞLETMELER İÇİN FRANCHISE ALIMINDA İZLENECEK TEMEL ADIMLAR

1. ÖN HAZIRLIK VE DEĞERLENDİRMELERİN YAPILMASI.....98

1.1. Araştırma ve Değerlendirme Süreci.....	98
1.2. Girişimciye İlişkin Değerlendirmelerin Yapılması.....	100
1.3. Franchise Fırsatlarının Belirlenmesi.....	101
1.4. Franchise Vericisi ile İlgili Değerlendirmelerin Yapılması.....	102

2. İŞ PLANININ HAZIRLANMASI..... 104

2.1. İş Planının Tanımı.....	104
2.2. İş Planının Kapsamı ve Yararları.....	105
2.3. İş Planı Hazırlama Süreci.....	106
2.3.1. Kurulacak İşin ve İş Fikirlerinin Değerlendirmesi.....	106
2.3.2. Pazarlama Planının Yapılması.....	107
2.3.2.1. Durum Analizi.....	108
2.3.2.2. İşletme ve Pazarlama Amaçlarının Belirlenmesi.....	109
2.3.2.3. Pazar Bölümlerinin Analizi ve Hedef Pazarları Seçimi.....	110
2.3.2.4. Pazarlama Kavramının Geliştirilmesi ve Eylem Programları.....	110
2.3.2.5. Koordinasyon ve Denetim.....	112
2.3.3. Temel Üretim ve Hizmet Süreçlerinin Geliştirilmesi.....	112
2.3.4. Finansman Planının Hazırlanması	113

2.3.5. Yönetim Planının Geliştirilmesi.....	118
2.3.6. İş Planı Eklerinin Hazırlanması.....	119

EKLER

Ek.1: İşletme El Kitabı Örneği.....	121
Ek.2: Franchise Sözleşmesi Örneği.....	123

KAYNAKLAR.....	135
-----------------------	------------