



KOSGEB Girişimciliği Geliştirme Merkezi

# **FRANCHISING REHBERİ**

Rifat CEBECİ  
Ankara, 2005

## İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ	1
GİRİŞ	2
1. FRANCHISING SİSTEMİ	3
1.1. Franchising Terim ve Tanımları	3
1.2. Franchising Türleri	3
2. DÜNYADA VE TÜRKİYE'DE FRANCHISING SİSTEMİNİN YAPILANMASI VE UNSURLARI	5
2.1. Dünyada Franchising Sisteminin Yapılanması	5
2.2. Türkiye'de Franchising Sisteminin Yapılanması	5
2.3. Franchising'de Temel İlkeler	6
2.3.1. Dürüstlük İlkeleri	6
2.3.2. Yönlendirici İlkeler	6
3. YATIRIMCI AÇISINDAN FRANCHISING	8
3.1. Franchising Sisteminin Franchisee Açısından Avantajları	8
3.2. Franchising Sisteminin Franchisee Açısından Dezavantajları	9
3.3. Franchise Almayı Düşünenlerin Franchisor Seçerken Dikkat Etmesi Gereken Unsurlar	10
3.4. Franchise Anlaşması	12
KAYNAKÇA	14

## ÖNSÖZ

**Franchising Rehberi** KOSGEB Girişimciliği Geliştirme Merkezi tarafından 2005 yılı içerisinde hazırlanmıştır.

*Bu çalışmada Dünyada ve Türkiye’de Franchising Sisteminin; tarihsel süreci, kapsamı, ilkeleri, avantaj ve dezavantajları dikkate alınarak mevcut durumu ana hatlarıyla ortaya konulmuş olup, son bölümde sisteme ilişkin kişisel analiz testi sunulmaktadır.*

*Franchising sistemi, riski az ancak maliyeti yüksek bir sistemdir. Bu sistem girişimcilere güvenle yatırım yapma imkanı sunmaktadır. Özellikle ülkemizde yaşanan ekonomik istikrarsızlık nedeniyle, kurdukları işte başarılı olmayı daha garantili yollardan sağlamak isteyen girişimciler, franchising sistemine yoğunlukla yönelmektedir. Ana şirket sahibine (franchisor) yapılan ödemeler, başlangıçta denenmiş bir işin ön yatırımından daha fazla olmasına rağmen, denenmemiş bir iş göz önüne alındığında yapılacak hata bedellerinin toplamından daha az olmaktadır. Bu nedenle de sistem küçük girişimcilere oldukça cazip gelmektedir.*

*Mikro ve küçük ölçekli işletmelerin ilk yıllardaki başarısızlık oranları % 35 iken, franchise’ların başarısızlık oranları sadece % 5 dir. Her ne kadar bu oranlar sistemin başarısını ortaya koysa da girişimcilerimizin yüksek fiyatlar ödeyerek franchise satın alırken dikkat etmesi gereken bir takım özel hususlar bulunmaktadır.*

*Hazırlanan bu çalışma girişimcilerimiz için bir rehber niteliği taşımaktadır. Sistemin seçilmesi noktasında çalışmada yer alan ve dikkat edilmesi gereken hususlar göz önüne alınmalı, sistem için hazır olup olunmadığı kontrol edilmeli, sistemin avantajları ve dezavantajları değerlendirilmeli ve son olarak kişisel analiz yapılarak sistemin seçilip seçilmeyeceği kararı verilmelidir.*

## GİRİŞ

Yeni bir işletme kurmak veya kurulu bir işletmeyi sürekli değişen koşullar altında başarıya eriştirmek bireysel yatırımcılar açısından çok güçtür. Küçük işletmelerin bu güçlükleri çözmeleri, özellikle büyük işletmelerin sağladığı olanaklardan yararlanarak daha kolay olmaktadır.

İstatistiklere göre kendi olanaklarıyla işini sürdürmeye çalışan bir işletmecinin ilk 5 yılda başarı oranı %35 düzeylerinde kalırken, franchise sisteminin içinde yer alan bir işletmenin söz konusu dönem içinde başarılı olma ihtimali %95 tir. Bu oranlar arasındaki çarpıcı fark işletmecilerin gözünde franchising sistemlerini daha cazip hale getirmektedir.

Tüm dünyada kabul gören bir sistem olan "franchising"ın temelleri ABD'de bir yüzyıl öncesine kadar dayanıyor. 1863 yılında Singer Dikiş Makineleri şirketinin dağıtım sisteminde yaptığı uygulama bugünkü anlayışa uygun ilk örnek sayılıyor. İlk örnekler arasında 1888'de General Motors'un ve 1902'de ilaç sektöründe Racall'ın uygulamaları da gösterilebilir. Franchising sisteminde asıl patlamanın yaşandığı dönem ise 1950'lerin sonları. Bu dönemde ticaret yapmanın farklı bir yöntemi olarak tanınan franchising , 1960'larla birlikte girişimciliğin gelişmesini sağlayan önemli bir araç olmuş. Yıllar itibariyle giderek benimsenen ve yaygınlaşan sistem, ayrı bir uzmanlık alanına gelmiş. Bu gelişmelerin etkisiyle 1960'da franchising sektörünün ilk birliğı olan IFA 'Uluslararası Franchise Birliğı' (International Franchise Association) kurulmuştur.

1970'li yıllarda Avrupa'da hızla yaygınlaşan franchising sisteminin ülkemizde ki uygulamaları ise, 1980'lerin ikinci yarısına rastlıyor. Türkiye'de de Uluslararası Franchising Derneğı (UFRAD) 1991'de franchising sisteminin doğru öğrenilmesini, yürütülmesini ve sağlıklı bir şekilde gelişmesini sağlamak amacıyla kurulmuştur. Franchise vererek Türkiye pazarına ilk giren firmalar; McDonald's, Pizza-Hut, Wendy's ve Kentucky Fried Chicken gibi dünyaca ünlü fast food zincirleri oldu. Türkiye'ye fast-food ile giren ve özellikle hizmet sektöründe büyük ilgi ile karşılaşılan franchising, özellikle son yıllarda çok hızlı bir biçimde yaygınlaşmaya başladı.

## 1. FRANCHISING SİSTEMİ

### 1.1. Franchising Terim ve Tanımları

Türkçe karşılığı 'imtiyaz' olan franchise İngilizce bir kelimedir. Fransızca 'affanchir' olan verme sözcüğünden türetilen franchisor ise 'imtiyaz verme' olarak Türkçe'ye çevrilebilir. Buradan yola çıkarak yapılan tanımlamaya göre;

**Franchisor;** bir ürüne, hizmete veya bilgi birikimine, bunlara ait kalitesi kanıtlanmış ve başarılı bir markaya/isme sahip olup da, bunların satış dağıtım veya işletme hakkını belirli bir bedel karşılığı veren taraf anlamına gelmektedir.

**Franchisee;** ise doğrudan veya dolaylı bir malı bedel karşılığında franchisorun ticari adını/markasını, know-how'ını, iş görme ve teknik yöntemlerini, sistemini ve diğer sınai/fikri mülkiyet haklarının kullanımını üstlenen taraf demektir.

**Franchising,** birbirinden bağımsız iki taraf arasında oluşturulan sözleşmeye dayalı bir ilişkiyi tanımlıyor. En yalın anlatımıyla franchisingi, 'hak sahibine verilen para karşılığında belirli sınai hakları ticari alanda kullanma izni' olarak özetlemek mümkündür. Franchising sözleşmeleri, bir ürün, bir marka ya da bir hizmeti kapsıyor olabilir. İmtiyaz sahibi tarafın, belirli bir süre şartı ve bazı sınırlamalarla ticari işlerini yürütmek üzere bu hakkı ikinci bir tarafa devretmesi söz konusudur. Franchising'in en önemli tarafı imtiyaz hakkını veren tarafın işin yönetim ve organizasyonu konusunda know-how yani bilgi ve destek sağlıyor olmasıdır.

**Franchisee Fee;** franchisee'nin, isim, marka veya sistemi kullanma hakkı karşılığında franchisor'a ödediği başlangıç bedeli anlamına gelmektedir. Türkçe karşılığı ile 'giriş bedeli'dir.

**Royalty;** ise yıllık ciro ve kardan, anlaşmada belirlenen oranlarda yüzde olarak ödenen, bir lisans veya ticari marka sahibinin sahip olduğu hakları bir başkasına devretmesi karşılığında aldığı bedel demektir. Bunun karşılığı olan Türkçe terim ise 'lisans bedeli'dir.

### 1.2. Franchising Türleri

Franchising uygulamaları, uygulandığı ülkeye göre ve sunulan fırsatlar açısından iki grupta ele alınıyor. Sistem uygulandığı ülkeye göre; 'ulusal' ve 'uluslararası' olarak, sunulan fırsatlar açısından ise; 'ürün ve marka franchising' i ve 'işletme sistemi franchising'i şeklinde sınıflandırılıyor.

**Ulusal Franchising ;**Franchising sözleşmesi bir ülke sınırları içerisinde, şehirler ya da bölgeler arasında yapılıyorsa 'ulusal franchising',

**Uluslararası Franchising;** Sözleşme iki ülke arasında yapılıyorsa 'uluslararası franchising' olarak adlandırılmaktadır.

**Ürün ve Marka Franchising'i;** ABD'de üretici ve satıcı arasında bağımsız bir satış ilişkisi şeklinde başlayan 'ürün ve marka franchising'i ise, satış ilişkisi çerçevesinde satıcı firmanın, kendini üretici firma ile özdeşleştirmeye

çalışmasını kapsamaktadır. Bu tür franchising esas olarak belirli bir marka ya da ticari unvanın kullanılmasını içermektedir. Ayrıca imtiyazı veren firma karşı taraf üzerinde sevk ve idare dahil, geniş ve sürekli bir denetim hakkına sahip olmaktadır. Bazı basit konularda, franchise alan kuruluş üretim safhasına da girebilmektedir. Otomobil ve kamyon satıcıları, benzin istasyonları, alkolsüz içki üreticileri bu tür franchising'in en tipik örneklerini oluşturmaktadır.

**Master Franchise;** Ana firma, kendi ülkesi dışında bulunan girişimciye doğrudan franchise verebileceği gibi, bir üçüncü taraf aracılığı ile dolaylı olarak da franchise verebilir. Böyle bir durumda master franchise gündeme gelir. Ana firma kendi ülkesinde veya yabancı ülkede bulunan bir girişimciyle master franchise anlaşması yapar ve belirli bir bölgede kendi adına franchise verme hakkını girişimciye verir. Ana firmanın sözleşme yaptığı franchise alan bu girişimciye "Master Franchisee", bu özel uygulamaya da "Master Franchise" denir.

**İşletme Sistemi Franchisingi;** Burada franchisee ve franchisor arasında sadece ürün, servis ve marka alanında değil, bir bütün olarak işletme sistemi içerisinde pazarlama ve üretimle ilgili tüm faaliyetleri de içeren bir işbirliği yapılmaktadır. Daha basit bir anlatımla, bu tür franchising 'akıl satmak' olarak tanımlanabilir. Oteller, restoranlar, perakende satış mağazaları, kiralama ve danışmanlık hizmetleri bu sınıflandırma içerisinde yer almaktadır. Son yıllarda işletme sistemi franchising'inin büyüme hızı diğer franchising'lere göre daha fazladır.

İşletme sistemi franchising'i diyebileceğimiz "Business Format Franchising" sözleşmesinde yer alan dört temel unsur ise şöyledir;

- Franchisor sahip olduğu belirli bir ismin veya markanın kullanılması için franchisee'ye izin verir.
- Franchisee üzerinde, sözleşme süresince devam eden bir denetim söz konusudur.
- Yine sözleşme boyunca franchisor, franchisee'ye belirli yardım ve hizmetlerde bulunur.
- Bu imtiyaza karşılık bedelin ödeme şekli olan 'royalty'nin miktarı periyodik ödemeler şeklinde tespit edilir.

## **2. DÜNYADA VE TÜRKİYE'DE FRANCHISING SİSTEMİNİN YAPILANMASI VE UNSURLARI**

### **2.1. Dünyada Franchising Sisteminin Yapılanması**

Franchising yapılan her ülkede yalnızca bir dernek kurulmuştur. 1995 sonu itibariyle 36 ülkenin her birinde tek bir franchise derneği faaliyettedir.

Bu ülkeler sırasıyla; Almanya, ABD, Arjantin, Avustralya, Avusturya, Belçika, Brezilya, Bulgaristan, Çek Cumhuriyeti, Çin, Danimarka, Endonezya, Finlandiya, Fransa, Güney Afrika, Hollanda, Hong Kong, İngiltere, İrlanda, İspanya, İsrail, İsveç, İtalya, Japonya, Kanada, Macaristan, Malezya, Meksika, Norveç, Polonya, Portekiz, Romanya, Singapur, Slovakya, Yunanistan'dır. Franchising konusunda uluslararası örgütlerin en eskisi IFA (Uluslararası Franchise Derneği) ABD'de kurulmuştur. Amerika dışından franchise veren firmalardan 800 üyesi bulunmaktadır. Bütün ülkelerdeki dernekler, UFRAD da dahil olmak üzere IFA'da kardeş dernek statüsündedir. Avrupa'daki franchise derneklerinin üst kuruluşu ise, EFF-Avrupa Franchise Federasyonudur. UFRAD'ın EFF'ye üye olabilmesine izin veren Bakanlar Kurulu kararı çıkmış, üyelik için başvurulmuş, işlemleri halen sürmektedir. Her ülkede yalnızca bir tek derneğin olması, franchise derneklerine bir takım fonksiyonlar yüklemiştir. Devletten beklenecek hizmetlerin bir kısmını da bu dernekler üstlenmişlerdir.

Örneğin EFF, 'Dürüst Franchise İlkeleri' ile uygulamaya belli standartlar getirmiş ve üyelerinin uymasını zorunlu tutmuştur. ABD'deki ve Kanada'daki dernekler de kendi üyelerine yönelik benzeri ilkeler getirmişlerdir. Franchise konusunda bilgi ve istatistiklerin toplanma yeri de dernek olmaktadır. Araştırmacılar ve yatırımcılar aradıkları bilgileri derneklerden edinmektedirler. Dernekler fuar düzenlenmesinde de öncü rol oynamaktadır.

### **2.2. Türkiye'de Franchising Sisteminin Yapılanması**

Türkiye'de 24 Ocak 1980 kararları sonucu bürokratik engellerin kalkmasıyla, Türkiye yabancı yatırımcılar için cazip hale gelmiştir. Ekonominin dışa açılmasıyla Türkiye pazarına giren yabancı firmaların sayısı hızla artmıştır. Yabancı firmalar, kendi marka adlarını, işletme yöntemlerini kullanma haklarını yerel pazar koşullarını daha iyi bilen Türk yatırımcılara franchising olarak vermeye başlamışlardır. Yabancı firmalar, Türkiye'de bir firmaya franchise verme yetkisi vererek ya da kendileri bir şirket kurarak faaliyetlerini sürdürmektedirler. Kendi işini kurmak isteyenler önceleri bayi, acenta açarlarken, günümüzde tanınmış bir firmadan franchise alarak kendi işlerinin sahibi olmaya başlamışlardır.

Franchising'ın Türkiye'de doğru bir şekilde öğrenilmesi ve gelişmesi, isteyenleri bilgilendirerek ücretsiz danışmanlık yapmak, Türk hukuk sistemi içerisinde yerini bulması için gerekli çalışmaları yapmak, franchising konusunda hatalı uygulamalarda bulunan üyelere karşı yetkili bir yer olarak tarafların uyum içerisinde çalışmalarını sağlamak ve franchising'i ülke içinde yaymak üzere 1991 yılında İstanbul'da Ulusal Franchising Derneği (UFRAD) kurulmuştur.

Başlangıçta ülkemizde franchising konusundaki hukuki düzenlemeler mevcut genel kanunlar çerçevesinde yürütülmekteyken ülkemiz, Avrupa Birliği – Gümrük birliği kapsamında gerekli mevzuat uyumu gerçekleştirerek, 13.12.1994 tarihinde 'Rekabetin Korunması Hakkındaki Kanun' ve bu kanun uyarınca 1998 yılında Rekabet Kurulu tarafından çıkarılan 'Franchise Anlaşmalarına İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği' ile daha sağlıklı şekilde uygulama imkanına kavuşmuş durumdadır.

## **2.3. Franchising'de Temel İlkeler**

### **2.3.1. Dürüstlük İlkeleri**

EFF. European Franchise Federation İlkeleri aynen kabul edilerek Türkiye'de uygulanmaya başlanmıştır. Bu ilkeler;

- 1) Franchise veren, franchising sisteminin yönlendiricisidir.
- 2) Franchise veren, franchising ağını kurmadan önce en azından bir ticari projeyi makul bir süreden beri bir pilot proje ile başarılı olarak uygulamış olmalıdır.
- 3) Franchise veren, franchising konusu olan sistemin sahibi olmak veya bunları başkalarına kullandırma hakkını verebilmek için o sistemin lisansına sahip olmak zorundadır.
- 4) Franchise veren, her franchise alana eğitim hizmetlerinin yanı sıra, sözleşme boyunca sürekli olarak gerekli ticari ve teknik yardım hizmetlerini vermek zorundadır.
- 5) Franchise alanlar kendi işletmelerinin gelişmesi ve büyümesi için gerekli performansı ve sistemin imajının ve markanın korunması için gerekli gayreti göstermek zorundadır.
- 6) Franchise alanlar, franchise verenlere veya onun görevlendireceği kişi ve kuruluşlara denetleme için gerekli belgeleri göstermek ve inceleme yapmalarına izin vermek zorundadır.

### **2.3.2. Yönlendirici İlkeler**

a) Franchisor, kendisi ve Bireysel Franchisee'lerinden oluşan franchise sisteminin kurucusu ve uzun vadeli koruyucusudur.

b) Franchisor' un Yükümlülükleri; Franchisor aşağıdaki şartları yerine getirmelidir:

- Bir iş sistemini franchise zinciri haline getirmeden önce, makul bir süre boyunca ve en azından bir örnek işletmede işini başarıyla yürütmüş olmalıdır.
- Zincirin isim, marka ve diğer ayırt edici özelliklerinin sahibi olmalı veya yasal olarak kullanım hakkına sahip olmalıdır.
- Anlaşma süresince Bireysel Franchisee'ye başlangıçtaki eğitimi ve sürekli ticari ve/veya teknik desteği vermelidir.



c) Bireysel Franchisee'nin Yüklümlükleri; Bireysel Franchisee aşığıdaki şartları yerine getirmelidir;

- Franchise işletmesinin gelişmesi ve franchise sisteminin ortak kimliğı ve saygınlığının korunması için azami gayreti göstermelidir.
- Franchisor'un verimli yönetimi için, Franchisee'nin performansının ve mali durumunun belirlenmesini kolaylaştıracak doğrulanabilir işletme bilgilerini vermelidir. Franchisor'un talebi üzerine, Franchisor'un ve/veya temsilcisinin, bireysel Franchisee'nin işletme kayıtlarında makul zamanlarda araştırma ve çalışmasına izin vermelidir
- Anlaşma süresince ve bitiminden sonra Franchisor'un verdiği know-how'ı üçüncü şahıslara açmamalıdır.

d) Her İki Tarafın Sürekli Yüklümlükleri; Taraflar birbirleriyle ilişkilerinde dürüst davranmalıdırlar. Franchisor anlaşmasının her ihlalinde Bireysel Franchisee'sini yazılı olarak ikaz etmeli ve kusurun giderilmesi için makul süre tanımalıdır. Taraflar şikayet, tasa ve anlaşmazlıklarını samimiyet ve iyi niyet ile; dürüst ve makul temas, doğrudan temas ve müzakere ile çözmelidir.

### **3.GİRİŞİMCİ AÇISINDAN FRANCHISING**

#### **3.1. Franchising Sisteminin Franchisee Açısından Avantajları**

Kendi işinizi kurarken kaybedeceğiniz zaman ve enerji bu sistemle minimize edilmektedir. Sistem, aynı zamanda bir açık öğretim fakültesi gibi de algılanabilir. Yılların birikimi ve deneyimi girişimcilere kısa zamanda verilen eğitimlerle aktarılmaktadır. Daha önce denenmiş, başarısı kanıtlanmış ve tanınmış bir marka ile birlikte, işletme sistemine ait teknikleri ve prosedürleri kullanmak mümkün olmaktadır. Bu da franchising sistemini benimseyen bir girişimcinin, Amerika'yı yeniden keşfetmesini engellemektedir. Kısa zamanda işin püf noktalarını öğrenen girişimci, gerçek bir rekabet üstünlüğüne sahip olmaktadır. Franchise veren işletme Franchisee'ye eğitim hizmetleri ve uzman personel desteği sağlamaktadır. Bu sistemde girişimcinin arkasında sürekli olarak danışmanlık alabileceği, her konuda kendisine destek olan "bir bilen" bulunmaktadır. Böylelikle iş dünyasına yeni adım atan bir girişimcinin finansal olarak istihdam edemeyeceği profesyonellerle beraber çalışabilme şansı doğmaktadır.

Girişimci, önemli ölçüde para harcayarak oluşturabileceği müşteri potansiyeline franchising sistemi sayesinde, işini kurar kurmaz sahip olmaktadır. Tanınmış markaların sağladığı sürekli müşteri ve iş yapma imkanından yararlanabilme şansı doğmaktadır. Marka, tüketici tarafından kabul gördüğü ve bilindiği için, girişimci rahatlıkla ürünü satabilmektedir. Marka ile birlikte ulusal veya uluslararası standarda ve kaliteye sahip olunmaktadır. Böylelikle, ürün kalitesini standart olarak koruyabilmektedir.

Girişimci, hazır bir sisteme sahip olarak işe başladığı için reklam ve tanıtma giderlerinden tasarruf sağlanmaktadır. Kaliteli personel bulma, işe alma ve yetiştirme konularında franchise veren işletmenin tekniklerinden yararlanılmaktadır. Franchise veren işletmenin mali ve hukuk danışmanlarından yararlanılmaktadır. Franchisor'ın sürekli olarak yaptığı araştırma ve geliştirme çabalarından yararlanılmaktadır. Mali, ticari ve personel konularında sağlanan destekle, teknik işlemlere ağırlık verilip başarı şansı arttırılmaktadır. Bu sayede girişimci tüm zamanını ve enerjisini satış ve pazarlama üstüne yoğunlaştırabilmektedir.

Girişimci, kendisi gibi aynı işi benimseyen ve işletmelerini kuran insanlarla rahatlıkla fikirlerini paylaşabilir ve dünyadaki son gelişmeleri takip edebilir.

Franchisor ile ortak hareket edilerek küçük işletmelerin karşılaşacakları risk ve işletmecilik sorunları minimize edilmektedir. İşletmenin kuruluş aşamasında; kuruluş yerinin seçiminde bilimsel tekniklerin kullanılması, leasing vb. kaynaklardan finansal destek sağlanması, işletmeler için standart yönetim, muhasebe, satış ve stoklama fonksiyonlarının doğru bir şekilde uygulanması mümkün olmaktadır.

### **3.2. Franchising Sisteminin Franchisee Açısından Dezavantajları**

Franchising sistemine katılmak için ödenmesi gereken başlangıç bedeli genellikle yüksektir. Başlangıç ücretleri yapılmak istenen işin türüne göre; franchise veren firmanın markasının kullanılması, gerekli teçhizat, demirbaş ve stokların alınarak mağazaya yerleştirilmesi, iş yerinin düzenlenmesi, eğitim, eğitim malzemelerinin sağlanması karşılığında alınır. McDonalds, Wimpy, Holiday gibi tanınmış bir işletmeden franchise almanın maliyetiyle, emlak, ev temizleme hizmetleri gibi alanlarda franchise almanın maliyeti farklıdır. Çok farklı alanlarda franchise verildiğinden küçük girişimciler ilgi alanlarına göre maliyeti kendilerine uygun franchise bulabilirler.

Franchise sözleşmesine göre; gerekli malzeme ve ekipman, ana firmanın belirlediği mağazalardan alınır ya da ana firma tarafından temin edilir. Franchisee kendi bölgesel tedarikçisinden daha ucuza satın alabileceği malzemeleri bile ana firmanın belirlediği yerlerden satın almak zorundadır.

Karın taraflar arasında nasıl paylaşılacağı konusundaki kararlar, franchisor'ın finansal gücünden dolayı franchisor tarafından belirlenir. Franchise alan, sisteme giriş ücretinden başka sürekli olarak, aylık satışların belirli bir yüzdesini yani royalty bedelini (%1-%11) ana firmaya ödemek zorundadır. Royalty'nin çok yüksek istenmesi franchise alanların işletmelerini kapatmak zorunda kalmalarına neden olabilir.

Franchising sisteminin franchisee açısından önemli bir diğer dezavantajı, franchisee'nin hukuken bağımsız bir işletmeci olmasına rağmen ana firma tarafından sürekli denetlenerek kontrol edilmesidir. İşletmenin, ticari faaliyet performansının tespit ve değerlendirilmesi için çeşitli işletme bilgilerini ve mali tablolarının devamlı takip edilmesi ve üçüncü şahıslar tarafından incelenmesi franchisee açısından sıkıntı verici bir durumdur.

Franchisee , standardizasyonun bozulmaması gereği kendi bölgelerinde sattıkları ürünlerin içeriğinde değişiklik yapamazlar. Tüm ürün çeşitlerinin yapılışı, franchise zincirindeki her işletmede aynı olmak zorundadır. Sunulan mal ve hizmetlerin kalitesi, biçimi ve içeriği sabit ve gizli tutulmaktadır.

Franchise alan, faaliyette bulunacağı bölge sınırlarının sözleşmede belirtilmesine dikkat etmelidir. Kendi birimine yakın bir yerde, yeni bir franchise biriminin açılması sonucu franchisor'la aralarında çatışma doğabilir.

### 3.3. Franchise Almayı Düşünenlerin Dikkat Etmesi Gereken Unsurlar

Bir girişimci yatırım yapmaya karar verdiğinde yatırıma sıfırdan başlamak, hazır bir işyeri satın almak, franchise yapmak kararını alabilir.

Öncelikle hedefi belirleyip neden bir yatırım yapmak istediğine karar vermelidir. Girişimci çok para kazanmak, kendi işinde bağımsız olmak istiyor olabilir. Franchising suiistimale çok açık bir konu olduğu için, franchise alacak ve franchise verecek olanların çok iyi bir araştırma yapmaları gerekmektedir. Franchisingde bir işletme sistemi satılmaktadır. Sistem denenmiştir ve başarılı olmuştur. Sistemi tek uygulayan franchise alacak olan değildir. Başarılı olmuş bir zincirleşme ile hareket edilmektedir. Bunun ise bir bedeli vardır. Franchise alanın düşeceği en büyük yanlışlardan biri, franchise alanın merkezden satın almak zorunluluğu olan malları dışardan satın almaya çalışmasıdır. Bu durum sisteme zarar verebilir. Bu nedenle franchise için istenilen bedel değerlendirilirken rakamsal olmayan birtakım noktaları değerlendirmek gerekir. Bir görüşe göre neyi kaça alacağınızı bildiğinizden bu olumludur. İlerde bir rakip ortaya çıkarsa rekabet gücünüz olacaktır. Maliyetin çok olup olmadığına karar vermeden önce sistemin tüm avantaj ve dezavantajları düşünülmelidir.

Franchise sözleşmesiyle bölge koruması sağlanır, kendi markanızın size rakip olmayacağını bilerek hareket eder, bir hata yaptığınızda kontrol edebilirsiniz, yer seçiminde hata yapılmaması sağlanır, zincirdeki diğer franchise alanlarla karşılaştırmalar yapabilirsiniz.

Sistem iyi bir performansı gerektirmektedir. Örneğin, girişimci her sabah altıda kalkıp kalkmayacağını, geceleri saat 10'a kadar işin başında durup durmayacağını ya da başkalarının fikrinden yararlanarak işini kurmanın kendisine ağır gelip gelmeyeceğini kendi kendine sorgulamalıdır. Franchise işini idare etmek için gerekli beceri, tecrübe, eğitim, sabır ve finansal imkanların kendisinde var olup olmadığını kendi kendine sormalıdır. Kendisine ait bir işi idare ederken özerkliğinin bir kısmından vazgeçeceğini bilmelidir. Yatırımcın kendi kendine yapamadığı ama franchisor'ın yatırımcı için ne yapabileceği sorusunun cevabını kendine sormalıdır.

Franchise veren işletmeyi daha iyi araştırmak için denetimden geçen kar zarar, maliyet tablolarını, yatırım ve fizibilite raporlarını alabilirsiniz. Bu franchise almak isteyenlerin en doğal hakkıdır. Franchise verenin abartılarına kanılmamalıdır. Alınan broşürler, markanın ünü yatırımcının gözünü karartmamalı ve gerekli araştırmalar yapılmalıdır.

Franchise almadan önce yanıtlanması gereken sorular şunlardır;

Gerekli sermayem var mı?

Kendi işimin sorumluluğunu alma ve yürütme riski üstlenme kararlılığında mıyım?

Seğeyeğim konuyu 10-15 yıl gibi bir süre aynı şevk ve istekle sürdürebilecek sabra sahip miyim?

Başkası tarafından yaratılmış bir sistemi, kesintisiz ve uzun süreli olarak uygulamaya hazır mıyım?

Çalışmaya karar verdiğim franchising şirketinin başarılı, karlı bir geçmişi var mı?

Franchise almak isteyenler aşağıdaki konuları detaylı bir şekilde sorgulamalıdır;

### **Ürün veya Hizmetle İlgili Konular**

- Ürün ya da hizmetin kalitesi, talebin durumu, geçici olmaması.
- Ürün ya da hizmetin rekabet gücü.
- Patentinin olup olmaması. Kolayca taklit edilememesi.
- Marka müşterilerce ne kadar tanınıyor? Ulusal reklam programları var mı?
- Ürünlerin satın alma haklarında kısıtlama var mı?
- Ürünün karlılığı, cari ekonomik sonuçlar.
- Ürün satış stratejileri ve taktikleri.

### **Fiyat ve Maliyetlerle İlgili Konular**

- Yatırımın toplam maliyeti nedir?, Extra gizli maliyetler var mı?
- Başlangıç ücreti, reklam ücreti, royalty ne kadardır?
- Sürekli ödemem gereken maliyetler nedir?
- Franchisor'ın tedarik ettiği ürünlerin ve teçhizatın maliyeti piyasa fiyatının altında mı, üstünde mi?

### **Yer Seçimi ile İlgili Konular**

- Nerede yerleşeceksiniz? Yer seçiminizi kim yapıyor?
- Bölgeniz neresi? Bölge için özel bir fizibilite çalışması yapılmış mı?
- Bölgeniz yeterince büyük mü? Ulaşım, trafik, nüfus yapısı nasıl?
- Sizi koruyan sınırlamalar neler, yasal kısıtlamaların durumu nedir?
- Rakiplerim kimler?
- Pazarın gelişim trendi nedir? Genişleme olanakları var mı?
- Franchise uluslar arası mı, ulusal veya bölgesel mi?

### **Kontrol ve Destekleme ile İlgili Konular**

- Üzerimdeki kontroller nelerdir? (Malzeme satın alımında, satış kotası, fiyatlandırma, gerekli stok seviyesi, farklı ürün satmama gibi konularda)

- Hangi desteği alabiliyorum? Franchisor gerekli desteği verecek mi? (yer seçimi, eğitim, insan ilişkileri, teçhizatın sağlanması...)
- Franchisor'ın franchise verdiği diğer yatırımcılar kimler?
- Ana firma ne zamandır franchise veriyor, kaç tane franchise vermiş? Ana firmanın sahip olduğu ve franchise verdiği birimlerin sayısı nedir?
- Bölge ve yer seçiminde franchisor yardım ediyor mu?
- Bölgede tek satıcılık hakkını mı veriyor, yoksa aynı bölge içinde başka franchisee'lere de franchise veriyor mu?
- Ne gibi teçhizat ve ekipmana ihtiyağ var? Leasing anlaşması düzenleniyor mu?
- Ne kadar franchise birimi başarısız olmuş ve neden?
- Hangi konularda eğitim alacaksınız?
- Reklam politikası nasıl, el kitabı veriliyor mu?

### **3.4. Franchise Anlaşması**

Franchise anlaşması, ülke hukukuna, Avrupa Birliği hukukuna ve Dürüst Franchise İlkeleri'ne ve onun her türlü ülkesel ekine uygun olmalıdır.

Anlaşma, Franchisor'un sınıai ve fikri mülkiyet haklarını koruma ve ortak kimliği ve saygınlığı sürdürme konusunda franchise zinciri mensuplarının çıkarlarını yansıtmalıdır. Franchise ilişkisiyle bağlantılı tüm anlaşmalar ve anlaşmaya bağlı düzenlemeler yazılı olmalı, Franchisee'nin bulunduğu ülkenin resmi dilinde yapılmalı veya yeminli tercüman kanalıyla resmi diline çevrilmelidir. İmzalanan antlaşmalar derhal Bireysel Franchisee'ye verilmelidir.

Franchise anlaşması, belirsizliğe yer vermeden, tarafların karşılıklı yükümlülük ve sorumluluklarını ve ilişkiyi ilgilendiren diğer tüm hususları düzenlemelidir.

Antlaşmada mutlaka yer alması gereken önemli konular şunlardır;

- Franchisor'a tanınan haklar
- Franchisee'ye tanınan haklar
- Bireysel Franchisee'ye sunulacak olan mal ve hizmetler
- Franchisor'un yükümlülükleri
- Bireysel Franchisee'nin yükümlülükleri
- Bireysel Franchisee'nin yapacağı ödemelerin şartları
- Bireysel Franchisee'nin ilk yatırımını kartmasına yetecek uzunlukta olması gereken anlaşma süresi
- Antlaşmanın yenilenme şartları
- Bireysel Franchisee'nin franchise işini devir ve satışına hak tanıyan şartlar ve Franchisor'ın olası ilk alım hakkı

- Bireysel Franchisee'nin Franchisor'un ayırt edici işaret, ticari ad, ticari marka, hizmet markası, dükkan tabelaları, logo ve diğer ayırt edici belirtilerini kullanma şartları
- Franchisor'un franchise sistemini yeni ve değişen yöntemlere uydurabilme hakkı
- Antlaşmanın sona ermesinin şartları
- Antlaşmanın sona ermesinin akabinde Franchisor'a veya başka kişilere ait maddi ve gayri maddi şeylerin teslim şartları.

## KAYNAKÇA

- [www.ufrad.org.tr](http://www.ufrad.org.tr)
- [www.ugik.org.tr](http://www.ugik.org.tr)
- [www.mcdonalds.com](http://www.mcdonalds.com)
- [www.tekadres.com](http://www.tekadres.com)
- [www.ada.net.tr](http://www.ada.net.tr)
- [www.isletmetoplulugu.net](http://www.isletmetoplulugu.net)
- [www.girisim.net/franchising](http://www.girisim.net/franchising)
- Hürriyet Gazetesi, Ekonomi Sayfası, 24/10/2002
- **Dilber, Ulaş.** 1999, "*Franchising Sistemi*", Nobel Yayıncılık, Ankara
- **Saatçioğlu, Onur Can.** "*Franchising İşletmelerinin Bağımsızlık Unsuru Açısından İncelenmesi*", (makale, internet)
- **Eryiğit, Devrim.** "*Franchising Nedir ve Neden Franchising*" (makale, internet)