



БИЗНЕС «ПОД КЛЮЧ» ДЕЛАЙ, КАК Я!

Светлана КИРЕЕВА



Ювелирная компания сеть ювелирных магазинов «Адамас», г. Брянск

Во всем мире такая система продвижения на рынке товаров и/или услуг как франчайзинг считается одним из надежнейших способов запуска бизнеса, в том числе и в сфере продаж ювелирных изделий. Термин «франчайзинг» слышали многие, однако путаница в его использовании, а также в понимании ряда других, «сопутствующих» терминов, еще существует. Поэтому немного теории.

Франчайзинг – это форма предпринимательства, при которой одна сторона (в договорах она именуется франчайзер) за определенную плату предоставляет право реализовывать товары от своего имени и с использованием её методики продаж другой стороне – франчайзи.

Основоположителем франчайзинга можно считать Исаака Зингера – владельца компании по производству швейных машинок Singer Sewing machine company, которая еще в 1851 году нача-

ла заключать письменные договоры на передачу права на продажу и ремонт швейных машинок Singer на территории Соединенных Штатов. Можно привести и другой, несомненно, знакомый российским потребителям пример успешного создания бизнеса на основе франчайзинга – сеть ресторанов быстрого обслуживания McDonald's. Ее основатель Рэй Крок в марте 1955 года создал фирму McDonald's System, Inc. Теперь, как отмечают историки, это название «символизирует победное шествие»

франчайзинга – на основе провинциального рестораника появилась сеть, состоящая из более чем 14 тысяч предприятий по всему миру.

Во всем мире франчайзинг приобрел популярность и широко используется – ведь он совмещает стимул к владению малым предприятием с управленческим мастерством крупного бизнеса. Франчайзинг – ярчайший пример взаимовыгодного сотрудничества. Франчайзер получает деньги – паушальный платеж – за продажу бизнеса «под ключ» и, в ряде случаев, роялти – регулярные платежи, которые призваны покрыть расходы франчайзера по поддержанию и развитию системы. Выгода бизнесмена-франчайзи также очевидна, поскольку сотрудничество с компанией, прочно занявшей место на рынке даёт ему возможность избежать множества проблем, и соответственно,



непродуктивных затрат, а известный товарный знак по-может решить задачу привлечения клиентов.

Для франчайзера подобная схема бизнеса привлекательна еще и потому, что в случае успеха он не только может рассчитывать на определенный процент прибыли, но и получит в своё распоряжение еще один инструмент для распространения своего влияния на рынок сбыта. Именно поэтому франчайзеры неизменно оказывают своим партнерам-франчайзи всестороннюю помощь: консультируют по оптимальному выбору месторасположения и пригодности выбранного помещения для торговой точки, участвуют в разработке и планировке торговых помещений, создании дизайн-проекта магазина, проводят консультации по вопросам разрешительной документации и по подбору оборудования. Участие в программе создания бизнеса на основе франчайзинга – это гарантия получения ассортиментной поддержки, т. е. подбора ассортимента к моменту открытия торговой точки. Конечно же, «старший» партнер поможет новичку с разработкой бизнес-плана и типового

бюджета открытия торговой точки, проконсультирует по вопросу подбора персонала, а также окажет помощь в рекламном оформлении интерьера и обеспечит рекламной продукцией.

Подобное сотрудничество приносит свои плоды, что подтверждается на практике: согласно данным статистики, в системе франчайзинга выживает 85% вновь созданных фирм, а это результат. Внушают оптимизм и другие цифры: согласно подсчетам аналитиков, оборот и большая маржа позволяют окупить инвестиции в магазин, созданный в системе франчайзинга, в течение нескольких месяцев. Таким образом, открытие подобного предприятия ювелирной торговли может стать идеальным вариантом для тех, кто хотел бы начать собственный бизнес с минимальными начальными вложениями капитала. Именно франшиза, то есть исключительное право на ведение коммерческой деятельности с использованием торгового знака и технологий известной компании-франчайзера, даст такому предпринимателю возможность получения доступа к кредитным ресурсам – как товарным, так и денежным.

За некоторую плату компания-франчайзи сможет воспользоваться и результатами рекламных мероприятий, научных разработок и маркетинговых исследований франчайзера. А что в современном мире может быть дороже, чем информация? Специалисты-маркетологи особо обращают внимание на то, что идея создания ювелирного магазина в системе франчайзинга должна заинтересовать не только мужчин-предпринимателей, но и бизнес-леди – ведь женщину, желающую открыть собственное дело, зачастую пугает именно отсутствие поддержки. А здесь поддержка обеспечена, соответственно, и вероятность успеха предприятия намного выше, чем в случае, когда действовать приходится в одиночку.

ДЕЛАЙ С НАМИ, ДЕЛАЙ ЛУЧШЕ НАС

За примерами далеко ходить не нужно: так, среди победителей V Юбилейного Всероссийского конкурса «Золотые сети – 2006» подавляющее большинство составили компании, использующие франчайзинговые схемы

6th МЕЖДУНАРОДНАЯ ЮВЕЛИРНАЯ ВЫСТАВКА

“ARU-ALMATY-2008”

6th INTERNATIONAL JEWELLERY FAIR

24 - 27 APRIL

Kazakhstan, Almaty

**Организатор:
Organizer:**



Tel/Fax: +7 (727) 2729531, 2507519, 2610297

E-mail: kazexpo@kazexpo.kz www.kazexpo.kz



МАРКЕТИНГ



Ювелирная компания сеть ювелирных магазинов «Адамас», г. Черкесск

развития бизнеса. В их числе – победитель в номинации «Лучшая ювелирная компания» сеть ювелирных магазинов «Алтын».

Другой пример использования франчайзинга – ювелирная сеть «Адамас». Она широко известна и имеет репутацию одной из самых стабильных – потребитель в России, так и в странах СНГ: Казахстане, Кыргызстане, на Украине знает ее и устойчиво ассоциирует бренд с доступной роскошью. Соответственно, специалистам «Адамаса» хорошо известен рынок, компания за годы работы отработала свою модель бизнеса и теперь может заниматься чем-то более глобальным, чем собственно продвижения товара - она предлагает магазины «под ключ» по созданному ее дизайнерами эксклюзивному проекту.

Руководитель бизнеса франчайзинг «АДАМАС», Алексей Валерьевич Данилюк

Корпорация «Адамас» использует форму франчайзинга, основанную на внедрении в магазине партнёра-франчайзи модели ведения деятельности розничного ювелирного магазина «Адамас». Эта модель представляет собой описание стандартов и бизнес-процессов, которые регламентируют деятельность магазина, связанную с продажей ювелирных изделий. Программа предполагает довольно большую долю самостоятельности франчайзи – мы регламентируем только то, что помогает интегрировать магазин в сеть «Адамас» с целью повы-

шения его эффективности. Основой для создания стандартов магазинов является 15-летний опыт работы Корпорации «Адамас» на ювелирном рынке, в частности по созданию и эксплуатации более



Ювелирная компания сеть ювелирных магазинов «Адамас», г. Брянск

150 собственных магазинов. Все основные требования заключаются в одном простом правиле: «Единообразии магазинов для покупателей». Магазины «Адамас» – это единые стандарты как визуального решения помещения магазина, так и ассортиментной политики, размещения товаров в торговом зале, учётной политики, подготовки персонала, маркетинговых и рекламных мероприятий.

Сегодня сеть «Адамас» использует несколько форматов торговли: магазин, ма-

газин (секция) в составе торгового центра и «Остров» – секция в покупательском потоке торгового центра. Для организации магазина общей площадью 100 кв. м, без учёта оборотных средств франчайзи «Адамас», потребуются инвестиции от 2,5 млн. рублей. Инвестиции в секцию «Остров» площадью 9 кв. м – от 600 тыс. рублей. Обычно оборотные средства магазина составляют 2,5-10 млн. рублей в зависимости от торговой площади магазина.

Ассортимент магазинов – это ювелирные изделия из золота и платины с драгоценными и полудрагоценными вставками ценовой категории, рассчитанной на покупателей со средним доходом. Мы не требуем от франчайзи продавать в магазине только ювелирные изделия «Адамас», но их доля в экспозиции магазина должна быть не менее 50%.

«Адамас» заключает договоры франчайзинга с государственной регистрацией на пять календарных лет. По ним мы не берём паушальных взносов с франчайзи, а роялти составляет 26 тыс. рублей в месяц и 2,3% от выручки (за исключением выручки от продукции с торговой маркой «Адамас»).

Франчайзи получает от нас права на использование торговой марк «Адамас», пакет стандартов магазина, дизайн-проект интерьера и экстерьера магазина, право на участие в сезонных рекламных кампаниях «Адамас» (с компенсацией до 50% рекламных затрат магазина на региональном уровне), программу обучения персонала в специализированном учебном центре «Адамас», методику расчёта инвестиционной привлекательности проекта магазина. Для того, чтобы на всех



Ювелирная компания сеть ювелирных магазинов «Адамас», г. Иваново

этапах создания и эксплуатации магазина франчайзи чувствовал поддержку «Адамас», за ним закрепляется курирующий менеджер, который помогает решать возникающие вопросы.

Изначально предлагали участие в программе франчайзинга только предпринимателям, имеющим опыт розничной ювелирной торговли, а сейчас можем рассматривать в качестве партнёра-франчайзи лояльного к Корпорации «Адамас» предпринимателя с минимальным опытом ведения бизнеса, но обладающего возможностью инвестировать достаточно средств в реализацию проекта.

В ряду компаний, использующих франчайзинг, необходимо упомянуть и сеть итальянских ювелирных бутиков Nomination – одного из мировых лидеров в секторе ювелирных изделий из стали и золота. Продукция Nomination продается в 7 тысячах магазинов по всему миру, и, кроме того, компания управляет 14 концептуальными магазинами в странах Европы, Азии и Америки. Не так давно эта компания разработала проект франшизы специально для российских

ЗАО "СОУД - Сочинские выставки"

г. Сочи, ГК «Жемчужина»

Приглашаем принять участие в международных специализированных выставках-ярмарках!



18-22 июня 2008
«Элитный салон»

8-14 июля 2008
«ИнтерЮвелир»

9-14 октября 2008
«Золотой сезон»



ЗАО "СОУД-Сочинские выставки":
тел./факс: (8622) 62-26-93, 62-30-15,
62-10-26, 62-11-02

E-mail: soud@sochi.ru, oksana@sochi.ru,
Web: http://www.soud.ru

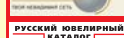


Официальный партнер выставки - компания "СИРИУС" г. Ростов-на-Дону.

Организаторы проекта:
ЗАО "Соуд-Сочинские выставки"
при содействии:
Гильдии ювелиров России,
Пробирной палаты России
и Донской Государственной
инспекции пробирного надзора,
торговой промышленной палаты
Краснодарского края,
Администрации г. Сочи.



Информационные партнеры:





МАРКЕТИНГ

**Хотите поделиться
опытом – пишите
главному редактору:
glavred@njt.ru**

регионов и успешно претворяет своё начинание в жизнь. Только в 2006 году по программе франчайзинга, разработанной Nomination, начали работать магазины в Архангельске, Челябинске, Екатеринбурге и Краснодаре. Франчайзинговое предложение итальянских ювелиров даёт возможность при объёме инвестиций от 9 тыс. евро основать свой собственный бизнес под торговой маркой Nomination. Компания предлагает потенциальным франчайзи два варианта: они могут создать монобрендовый бутик, а могут ограничиться вариантом shop-in-shop при минимальной площади помещения от 6 кв. м.

Интересным предложением на рынке франшиз является предложение компании JOHN WESTER Haute Couture по созданию бутиков необычных предметов роскоши (ювелирные телефоны-

украшения – подарки класса «люкс»). Франчайзинговые предприятия компания также предлагает создавать в нескольких форматах – фирменные салоны с заявленным сроком окупаемости в 11 месяцев при первоначальных инвестициях от 98 тыс. евро или секции shop-in-shop площадью от 2 кв. м при инвестициях от 28 тыс. евро.

ВСЕ В НАШИХ РУКАХ

Вместе с тем, несмотря на имеющиеся примеры успешных франчайзинговых систем в российском ювелирном бизнесе, широкого распространения этот опыт, к сожалению, пока не получил. Причины тому могут быть самые разные. Может быть, прошло слишком мало времени для того, чтобы этот инструмент ведения успешного бизнеса стал популярен в России? А может быть, дело в наших «специфических условиях»: неверии в стабильность экономической ситуации, боязни долгосрочных проектов и вложений, бюрократической волоките и путанице в законодательстве. Как следствие этого неверия – отсутствие у многих наших граждан жела-

ния иметь собственное дело (некоторые сводят всё к отсутствию у россиян «предпринимательской жилки», что, конечно, не совсем верно).

Но потенциал у франчайзинга как одного из самых надежных способов развития малого предпринимательства, безусловно, есть. Всё больше людей в России хотят начать свое дело, чтобы быть независимыми, производить качественные товары и услуги и хорошо зарабатывать. Должны же мы когда-нибудь прийти к цивилизованному рынку!

Ведь, по сути дела, всё в наших руках. И тому, кто решил, используя технологию франчайзинга, открыть свое дело, для достижения успеха нужно немного: принять твердое решение стать франчайзи, ответственно и обстоятельно подойти к выбору бренда, получить всю необходимую информацию об особенностях российского законодательства относительно франчайзинга и реально оценить готовность своей компании к развитию по предложенной схеме. И – в путь!

Организаторы
ОБЪЕДИНЕНИЕ УНИВЕРСАЛЬНЫЕ ВЫСТАВКИ  МИНЕРАЛ 

9-12 апреля 2008 года
Екатеринбург
Центр Культуры “Урал”
Студенческая, 3

Урал Ювелир-Весна

Конкурс Ювелирной рекламы

ОБЪЕДИНЕНИЕ УНИВЕРСАЛЬНЫЕ ВЫСТАВКИ 

тел./факс (343) 355-01-42, 355-01-27,
355-00-49
e-mail: olga@unexpo.ru; http://www.unexpo.ru

При поддержке:
Уральской Государственной
инспекции пробирного
надзора,
Администрации г. Екатеринбурга.

ПРИГЛАШАЕМ ПРИНЯТЬ УЧАСТИЕ В ВЫСТАВКЕ!

Создаёт традиции!

Г
Голд Стрим
ювелирная компания



г. Москва, Бумажный пр., д. 14, стр. 1, офис 429, тел. (495) 225-42-88 moscow@gold-stream.ru
г. Кострома, ул. Титова, д. 16, тел. (4942) 39-20-09 kostroma@gold-stream.ru www.gold-stream.ru