

## İÇİNDEKİLER

	SAYFA NO
ÖNSÖZ.....	IX
GİRİŞ .....	XI

### BİRİNCİ BÖLÜM

#### FRANCHISING SİSTEMİNİN TANIMI, KAPSAMI VE ÇEŞİTLERİ

<b>1. FRANCHISING KAVRAMI VE TANIMI.....</b>	<b>1</b>
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
<b>2. FRANCHISING SİSTEMİNDE TARAFLAR VE FRANCHISING SÖZLEŞMESİ.....</b>	<b>9</b>
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
<b>3. FRANCHISING ÇEŞİTLERİ.....</b>	<b>16</b>
3.1. Tarafların Bulunduğu Ükelere 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

<b>1. FRANCHISING SİSTEMİNDE TARAFLAR ARASINDAKİ İLİŞKİLERİN MAHİYETİ.....</b>	<b>24</b>
<b>2. FRANCHISING SİSTEMİNİN FRANCHISE ALAN AÇISINDAN AVANTAJ VE DEZAVANTAJLARI.....</b>	<b>26</b>
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

<b>3. FRANCHISING SİSTEMİNİN FRANCHISE VEREN AÇISINDAN AVANTAJ VE DEZAVANTAJLARI</b> .....	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

<b>1. FRANCHISING SİSTEMİNİN ORTAYA ÇIKMASI VE YAYGINLAŞMASININ NEDENLERİ</b> .....	41
1.1. Franchising Sisteminin Tarihsel Gelişimi .....	41
1.2. Franchising Sisteminin Yaygınlaşması .....	43
<b>2. FRANCHISING SİSTEMİNİN MEVCUT DURUMU</b> .....	44
2.1. ABD’de Franchising .....	44
2.2. İngiltere’de Franchising .....	46
2.3. Türkiye’de Franchising .....	48
<b>3. FRANCHISING SİSTEMİNİN GELİŞİMİNİ HIZLANDIRAN TEMEL UNSURLAR</b> .....	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

<b>4. FRANCHISING SİSTEMİNİN GELECEĞİ VE SEKTÖREL GELİŞME EĞİLİMLERİ</b> .....	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**

<b>1. KÜÇÜK VE ORTA ÖLÇEKLİ İŞLETMELERİN TANIMI VE ÖZELLİKLERİ</b> .....	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
<b>2. KÜÇÜK VE ORTA ÖLÇEKLİ İŞLETMELERİN SORUNLARI VE BAŞARI KRİTERLERİ</b> .....	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
<b>3. KÜÇÜK VE ORTA ÖLÇEKLİ İŞLETMELERİN SORUNLARININ ÇÖZÜMÜNDE FRANCHISING SİSTEMİNİN KATKILARI .....</b>	<b>76</b>
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**

<b>1. GLOBALLEŞME KAVRAMI VE TEMEL DİNAMİKLERİ.....</b>	<b>82</b>
1.1. Globalleşme Kavramı ve Tanımı.....	82
1.2. Globalleşmenin Temel Dinamikleri.....	83
<b>2. GLOBALLEŞME SÜRECİNİN İŞLETMELER ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ VE İŞLETMELERİ GLOBAL PAZARLARA YÖNLENDİREN SEBEPLER .....</b>	<b>84</b>
2.1. Globalleşme Sürecinin İşletmeler Üzerindeki Etkileri.....	84
2.2. İşletmeleri Global Pazarlara Yönlendiren Sebepler.....	85
<b>3. GLOBAL PAZARLARA GİRİŞ STRATEJİLERİ.....</b>	<b>87</b>
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**

<b>1. ÖN HAZIRLIK VE DEĞERLENDİRMELERİN YAPILMASI.....</b>	<b>98</b>
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
<b>2. İŞ PLANININ HAZIRLANMASI.....</b>	<b>104</b>
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

<b>KAYNAKLAR.....</b>	<b>135</b>
-----------------------	------------