

منشآت

monsha'at

الهيئة العامة للمنشآت الصغيرة والمتوسطة
Small & Medium Enterprises General Authority

حقيبة
صاحب الامتياز

مقدمة

الحقائب الاسترشادية للامتياز التجاري

أنشئت الهيئة العامة للمنشآت الصغيرة والمتوسطة «منشآت» عام 2016، وتتلخص أهدافها في تنظيم قطاع المنشآت الصغيرة والمتوسطة في المملكة ودعمه، وتنميته ورعايته وفقاً لأفضل الممارسات العالمية، لرفع إنتاجية هذه المنشآت وزيادة مساهمتها في الناتج المحلي الإجمالي من 20% إلى 35% بحلول عام 2030م.

ويعتبر نموذج عمل الامتياز التجاري، أحد الحلول المثبتة النجاح في دعم زيادة الأعمال، ورفع نسبة نجاح المنشآت الصغيرة والمتوسطة، عبر توفير وصول رواد الأعمال إلى حق استخدام علامة ناجحة تجارياً وذات انتشار فعلي وقبول حقيقي لدى العملاء. حيث يعد تحفيز وتنمية ودعم صناعة الامتياز التجاري في المملكة، هي أحد الممكنات الرئيسية التي تساعد «منشآت» في تحقيق أهدافها. جسدت هيئة منشآت طموحها وتطلعاتها لدعم صناعة الامتياز التجاري في المملكة عبر تأسيس مركز الامتياز التجاري والذي يعمل من خلال رسالته التي تتضمن «نشر ثقافة الامتياز التجاري كخيار لتوسع العلامات المحلية وكفرص استثمارية لرواد الأعمال من خلال تطوير علامات تجارية محلية ونشرها عالمياً واستقطاب العلامات العالمية لدعم التنوع الاقتصادي الوطني وتوليد وظائف إضافية.

اخلاء مسؤولية

هذه الحقيبة هي حقيبة استرشادية، تستخدم لأغراض تعريف صاحب الامتيازين المحتملين «أصحاب الامتياز»، بأهم الأمور التشغيلية والتنظيمية والفنية المتعلقة بعملية الحصول على حق امتياز تجاري، من أحد العلامات التجارية المحلية أو الأجنبية، بغرض التوعية والتثقيف، وتظل المسؤولية الكاملة على صاحب الامتياز، في مدى توافق عمله، مع نظام الامتياز التجاري ولائحته التنفيذية، مسؤولية كاملة، ولا تتحمل «منشآت» اي مسؤولية نتيجة الفهم أو الاستخدام الخاطئ لهذه الحقيبة الاسترشادية، وعلى ذلك لزم التنويه.

حقيبة منشآت لأدوات الامتياز التجاري

“Monsha`at Franchising Toolkit” ©

لتكون مرجعاً عملياً شاملاً لأطراف عملية الامتياز وتساهم في تيسير عملية المنح، بما يساهم في زيادة عدد العلامات المحلية المانحة للامتياز التجاري، وكذلك تساهم في تحفيز رواد الأعمال والمبادرين السعوديين على اختيار منظومة الامتياز التجاري كالبديل الأكثر تفضيلاً لبدء وتأسيس عمل تجاري جديد.

وتتكون حقيبة الأدوات من 3 حقائب استرشادية: -

- | | |
|----|---------------------------------------|
| 01 | حقيبة صاحب الامتياز |
| 02 | حقيبة مانح الامتياز التجاري التشغيلية |
| 03 | حقيبة مانح الامتياز التجاري القانونية |

وتهدف إلى توفير عملية بسيطة وشاملة خطوة بخطوة لتثقيف ومساعدة طرفي عملية الامتياز التجاري (مانح الامتياز وصاحب الامتياز) في البدء في عملية متسلسلة لبناء منظومتها الشخصية، سواء لأصحاب العلامات التجارية الوطنية عبر تعريفهم بكيفية منح امتياز لأعمالهم التجارية بجزء بسيط من تكلفة رسوم الشركات الأخرى. تحتوي مجموعة أدوات الامتياز، على ثروة من المعلومات حول “كيفية” منح الامتياز التجاري. كذلك تحتوي مجموعة الأدوات الخاصة بأصحاب الامتياز بتفاصيل متعددة حول كيفية البدء في اختيار النشاط والعلامة الأنسب، وتقود تسلسل العمليات حتى الوصول إلى التشغيل لوحدات الامتياز التجاري بكفاءة وفعالية.

الامتياز التجاري

عندما تريد شركة ما زيادة حصتها في السوق أو وصولها الجغرافي بتكلفة منخفضة ، فقد تمنح امتيازاً لمنتجها واسم علامتها التجارية. الامتياز هو مشروع مشترك بين مانح الامتياز والحاصل على الامتياز. صاحب الامتياز. يقوم مانح الإمتياز (صاحب العلامة التجارية) ببيع الحق في استخدام اسمه ومفهوم أعماله. يشتري صاحب الامتياز هذا الحق لبيع سلع أو خدمات مانح الامتياز بموجب نموذج عمل وعلامة تجارية قائمة.

الامتيازات هي طريقة شائعة لرواد الأعمال لبدء عمل تجاري ، خاصة عند الدخول في صناعة تنافسية للغاية مثل الوجبات السريعة. إن إحدى الميزات الكبيرة لشراء حق الامتياز في أنه يمكنك الوصول إلى اسم العلامة التجارية لشركة راسخة. يوفر الامتياز إذا كثيراً من النفقات التي كنت ستتحملها لتسويق علامتك الخاصة.

الامتياز مقابل بدء التشغيل

إذا كان هناك أحد الأشخاص يعتقد أنه لا يرغب في إدارة مشروع تجاري بناءً على فكرة شخص آخر ، فيمكنه أن يبدأ مشروع الخاص. لكن بدء شركته الخاصة أمر محفوف بالمخاطر ، عندما يبدأ الشخص عمله الخاص ، فإنه وحده تماماً. وهناك الكثير من الأمور غير معروفة له . هل سيتم بيع منتجك؟ هل سيعجب العملاء بما يقدمه؟ هل سيجني ما يكفي من المال لنجاة المشروع من الفشل؟

معدل الفشل للشركات الجديدة مرتفع

إذا كان عمل الشخص منفرداً سيتغلب على الصعاب ، يمكنه وحده تحقيق ذلك لتحويل حلمه إلى حقيقة ، توقع العمل لساعات طويلة وشاقة بدون دعم أو تدريب متخصص. إذا كان يغامر بالخروج بمفرده في رحلة داخل بحر هائج مع خبرة قليلة أو بدون خبرة ، فإن كل الظروف ستكون ضده. إذا كان هذا يبدو عبئاً كبيراً جداً ، فقد يكون مسار الامتياز خياراً أكثر حكمة.

بينما لا يزال
30%
فقط يعملون بعد
10 سنوات

يستمر حوالي
50%
حتى العام الخامس

ما يقرب من
20%
من الشركات الناشئة
لا تعيش في السنة
الأولى

عادةً ما يشتري الأشخاص حق الامتياز لأنهم يرون قصص نجاح أصحاب الامتياز الآخرين. حيث تقدم الامتيازات لأصحاب المشاريع الحريصين نموذجًا مستقرًا ومختبرًا لإدارة عمل تجاري ناجح. من ناحية أخرى ، بالنسبة إلى رواد الأعمال الذين لديهم فكرة كبيرة وفهم قوي لكيفية إدارة الأعمال التجارية ، فإن إطلاق شركتهم الناشئة يمثل فرصة للحرية الشخصية والمالية. إن تحديد النموذج المناسب للشخص هو خيار يمكنه فقط القيام به، لكن يظل نموذج الامتياز التجاري، هو النموذج الأكثر استقراراً ودعمًا لنمو الأعمال الناشئة حول العالم.

الحقبة الاسترشادية لصاحب الامتياز التجاري

حقبة استرشادية تشتمل على المفاهيم الأساسية والنماذج التطبيقية، التي تساعد رواد الأعمال والمبادرين السعوديين الراغبين في بدء عمل تجاري من خلال تملك وإدارة وحدة عبر نظام الامتياز التجاري

أهداف الحقبة



- | | |
|----|---|
| 01 | التعريف بأهم الجوانب القانونية، المتعلقة بالامتياز التجاري |
| 02 | التعريف بالجوانب المتعلقة بالإفصاح |
| 03 | التعريف بالجوانب المتعلقة بالحفاظ على سرية المعلومات الخاصة بالعلامة التجارية |
| 04 | التعريف بالجوانب التعاقدية في عملية المنح |
| 05 | التعريف بكيفية تسجيل العلامة التجارية |
| 06 | التعريف بكيفية التسجيل في قيد السجل |
| 07 | تقديم نماذج متعددة للعقود القانونية |

محتويات الحقيبة

تتكون الحقيبة من 5 فصول: -

الفصل الأول
صاحب الامتياز التجاري

الفصل الثاني
صناعة الامتياز التجاري

الفصل الثالث
رحلة صاحب الامتياز التجاري

الفصل الرابع
مهام ومسؤوليات صاحب الامتياز التجاري

الفصل الخامس
ما الذي يجعل صاحب الامتياز التجاري ناجحاً؟

ويتمنى مركز الامتياز التجاري بالهيئة العامة للمنشآت الصغيرة والمتوسطة، أن تسهم هذه الحقيبة في تقديم تصور واضح للشباب السعودي حول كافة مراحل التفكير في البدء بممارسة عمل تجاري وصولاً إلى التأسيس الفعلي لوحدة امتياز تجاري، وتشغيلها بكفاءة وفاعلية، بما يحقق أهداف رؤية المملكة 2030، في توفير فرص عمل للمواطنين والمواطنات، ورفع نسبة مساهمة المنشآت الصغيرة والمتوسطة في الاقتصاد الوطني.

قائمة المصطلحات المستخدمة في الحقبة

الهيئة العامة للمنشآت الصغيرة والمتوسطة

منشآت

مركز الامتيازات التجارية بالهيئة العامة للمنشآت الصغيرة والمتوسطة

المركز

قيام شخص يسمى مانح الامتياز بمنح الحق لشخص آخر يسمى صاحب الامتياز في ممارسة الأعمال - محل الامتياز - لحسابه الخاص ربطاً بالعلامة التجارية أو الاسم التجاري المملوك لمانح الامتياز أو المرخص له باستخدامه، بما في ذلك تقديم الخبرات التقنية والمعرفة الفنية لصاحب الامتياز، وتحديد طريقة تشغيله لأعمال الامتياز، وذلك نظير مقابل مالي أو غير مالي لا يدخل ضمنه المبالغ التي يدفعها صاحب الامتياز لمانح الامتياز مقابل السلع أو الخدمات.

الامتياز التجاري
Franchise

شخص ذو صفة طبيعية أو اعتبارية يمنح الامتياز بموجب اتفاقية الامتياز، ويشمل ذلك صاحب الامتياز الرئيس فيما يتعلق بعلاقته بصاحب الامتياز الفرعي.

مانح الامتياز
Franchisor

شخص ذو صفة طبيعية أو اعتبارية يُمنح الامتياز بموجب اتفاقية الامتياز، ويشمل ذلك صاحب الامتياز الفرعي فيما يتعلق بعلاقته بصاحب الامتياز الرئيس.

صاحب الامتياز
Franchisee

اتفاقية بين مانح الامتياز وصاحب الامتياز، يمنحها بموجبها الامتياز.

اتفاقية الامتياز
Franchise
Agreement

نسبة المانح
من إجمالي
إيرادات
الامتياز.

رسوم الامتياز
المستمرة
Royalty fees

قيمة خدمات المنح لبدء
المشروع.

رسوم الامتياز
الأولية
Initial
franchise fee

طريقة إدارة أعمال الامتياز التي يحددها مانح الامتياز، بما في ذلك طريقة عرض العلامة التجارية المرتبطة بتلك الأعمال، والتي يتعين على صاحب الامتياز التقيد بها.

نموذج عمل
الامتياز

01

علامة تجارية مكتسبة لشهرة تسهل
استدلال المستهلك عليها.

02

المعرفة الفنية بنظم تشغيل محددة
تمثل حزمة الامتياز؛ دليل التشغيل
للسياسات والإجراءات، والتدريب الدائم
من المانح والتدريب الدائم المقدم من
المانح إلى أصحاب الامتياز.

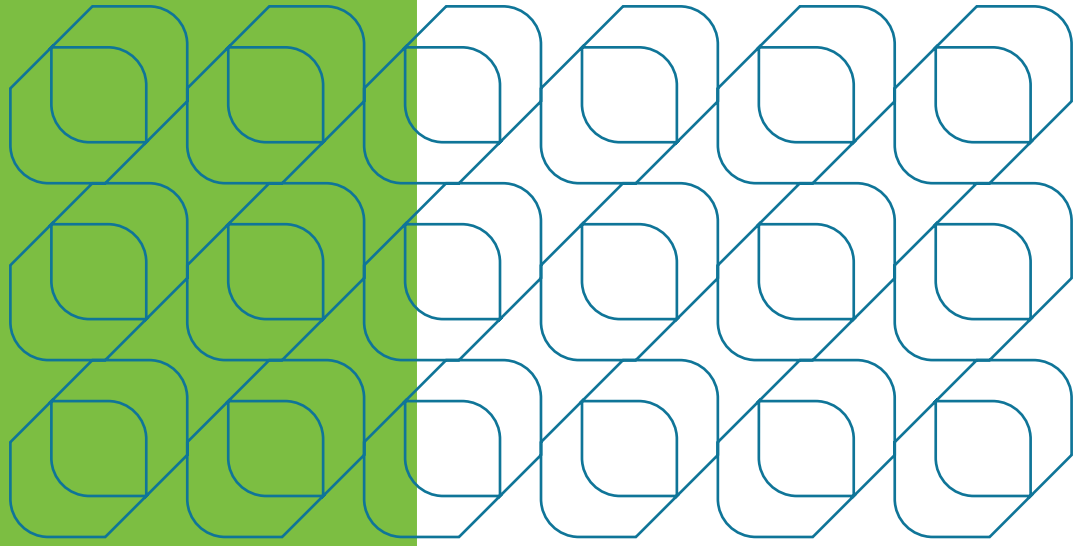
03

مالك العلامة التجارية "مانح الامتياز"
الذي يرخص باستعمال نظامه مقابل
قيمة مالية، وشروط يتفق عليها.

الفصل الأول

المحتوى:

من هو صاحب الامتياز التجاري؟	12
لماذا يجب أن تكون صاحب امتياز تجاري؟	14
مميزات وعيوب الحصول على حق امتياز تجاري	17
صاحب امتياز تجاري أم رائد أعمال – أيهما الأفضل؟	20
هل الحصول على حق امتياز تجاري مناسب لك؟	26



صاحب الامتياز التجاري

من هو صاحب الامتياز التجاري؟

هو صاحب عمل صغير يدير حق الامتياز.

صاحب الامتياز

أو هو الشخص المرخص له استخدام العلامة التجارية ونظام التشغيل لأغراض تجارية.

أو هو الشخص أو المنشأة التي تمتلك وتدير الأعمال التجارية باستخدام نظام العلامة التجارية ونموذج الأعمال المرخص من مانح الامتياز.



يقوم صاحب الامتياز بشراء الحق في استخدام العلامة التجارية ومفهوم وطريقة الأعمال المملوكة للشركة المانحة، لتسويق وبيع نفس منتجات أو تقديم نفس خدمات العلامة التجارية، واعتماد نفس معايير العمل التي تتبعها الشركة الأم. يصبح أصحاب الامتياز مالكيين ومشغليين مستقلين لمنافذ البيع أو تقديم الخدمات التي تحمل العلامة التجارية للشركة المانحة.

علاقة صاحب الامتياز ومانح الامتياز

العلاقة بين صاحب الامتياز ومانح الامتياز هي في جوهرها علاقة دعم وتقديم النصح والاستشارة، حيث يوفر مانح الامتياز التوجيه والدعم المستمرين فيما يتعلق بالأسرار الفنية لإنتاج المنتجات أو تقديم الخدمات، وكذلك إستراتيجيات العمل العامة مثل تعيين الموظفين وتدريبهم، وتأسيس وتشغيل الوحدة، واستراتيجيات التسويق والإعلان عن منتجاته أو خدماته، وتحديد مصادر التوريد، وما إلى ذلك، مع توفير منطقة حصرية لصاحب الامتياز بما يضمن عدم حصول منافسة بينه وبين صاحب امتياز آخر، وتوفير أكبر قدر من الدعم لضمان تحقيق النجاح. يختلف منصب وملكية ومسؤولية الطرفين بشكل كبير. يمتلك مانح الامتياز العلامة التجارية ويحدد شروط ترخيص صاحب الامتياز لاستخدام اسم العلامة التجارية، بينما يدير صاحب الامتياز عملاً تجاريًا تحت علامة الامتياز التجارية.

مسؤوليات صاحب الامتياز

يجب أن يتبع صاحب الامتياز نموذج الأعمال المثبت الموجود بالفعل، لأنه يساعد في توفير حالة متسقة من العمليات داخل جميع الوحدات التي تحمل نفس العلامة التجارية. على سبيل المثال فإن صاحب الامتياز هو المسؤول عن تطوير مبيعات الامتياز في منطقة عمله الحصرية، عبر الوسائل المختلفة للإعلان والتسويق. لكنه ملزم بالامتثال لمعايير الشركة الأم في كافة جهوده التسويقية تلك. كما يجب على صاحب الامتياز أن تقتصر عروض أعماله على المنتجات والخدمات التي تقدمها الشركة الأم مانحة الامتياز فقط، وألا يعرض سلعاً أو خدمات غير معتمدة منها في وحدة الامتياز التي أسسها بموجب اتفاقية منح الامتياز.

خلاصة

- يتطلب نجاح أعمال الامتياز شراكة فعالة بين صاحب الامتياز من جهة وصاحب العلامة (مانح الامتياز التجاري) من جهة أخرى.
- يدفع صاحب الامتياز رسومًا إلى مانح الامتياز مقابل حقه في استخدام نجاح الشركة والعلامات التجارية والمعرفة الخاصة بها.
- يتلقى صاحب الامتياز توجيهًا ودعمًا مستمرين من مانح الامتياز.
- يمارس صاحب الامتياز أعماله نشاطه التجاري وفق المعايير والاشتراطات التي يضعها مانح الامتياز، ويتمسك بنفس معايير العمل الأصلي.



لماذا يجب أن تكون صاحب امتياز تجاري؟

هل صادفتك يوماً، أحد هذه الدعايات

ترغب في تأسيس عملك الخاص بك، ولكن ليس وحدك

تريد أن تكون رئيس نفسك، سنساعدك في تنفيذ ذلك بدون مخاطرة

نجدنا لأكثر من ٢٠ عاماً، في مساندة أشخاص بدون خبرة لدخول عالم الأعمال
وتحقيق النجاح

عندما تنجح، ننجح

يعتبر الامتياز طريقة رائعة لرواد الأعمال الذين يفتقرون إلى خبرة كافية في صناعة معينة، لتأسيس وإدارة عملهم التجاري الأول استناداً إلى دعم علامة تجارية قوية. فقد أسس مانح الامتياز بالفعل نموذجاً تجارياً ناجحاً. الأمر الذي يوفر كثيراً من الوقت والجهد والمال على أصحاب الامتياز، بحيث لا يتعين عليهم إنشاء مشروع تجاري من الصفر. يوفر العمل بنظام الامتياز التجاري لصاحب الامتياز هوية علامة تجارية معروفة، وعرضاً للمنتج والمواد التسويقية، وقاعدة عملاء موجودة بالفعل. ويقدم مانح الامتياز سنوات من خبرة الأعمال ومعارف الصناعة. وهو ما يتيح لصاحب الامتياز أن يحظى بمشروع تجاري ناجح في وقت قصير.

علاوة على ذلك، سيوفر مانح الامتياز دعماً مستمراً في مجالات عديدة مثل تعيين الموظفين والإعداد للافتتاح والتسويق. هذا بالإضافة إلى أنه عادةً ما يتم تزويد أصحاب الامتياز بمنطقة حصرية، حيث لا توجد وحدات أخرى في نفس النطاق الجغرافي لصاحب الامتياز، لذا فهم لا يتنافسون مع مستثمر آخر حاصل على نفس الامتياز.

وفي مقابل كل هذه المزايا يلتزم صاحب الامتياز بدفع رسوم الامتياز الأولية والرسوم المستمرة، والتي عادة ما تكون نسبة مئوية من إجمالي الإيرادات. تجدر الإشارة إلى أنه من حيث التكلفة فإن تكلفة تأسيس مشروع خاص من الصفر تكون عادة أكبر من تلك التي يتحملها صاحب امتياز لتأسيس وحدته.

عندما تكون صاحب امتياز تجاري تحقق مجموعة من الفوائد منها

يستغرق اكتساب وتطوير مهارات إدارة الأعمال والخبرة التجارية من خلال التجربة الشخصية سنوات - وربما عقوداً. يوفر الامتياز طريقاً مختصرة لريادة الأعمال الناجحة، مع خطط تدريب شاملة ومستويات عالية من دعم الأعمال. هذا مثالي لأصحاب المشاريع الشباب الذين قد لا يمتلكون كل المهارات التي يحتاجونها لإنشاء مشروع تجاري بمفردهم، عندما تنضم إلى امتياز، فإنك تستفيد أيضاً من نموذج أعماله المثبت وقاعدة العملاء الحالية والمصدقية، وليس باختصار ستحصل على جميع الأدوات التي تحتاجها لبدء عمل تجاري مزدهر في وقت قياسي.

01 توفر الامتيازات تجربة تعليمية سريعة

يبذل أصحاب العلامات التجارية الكثير من الجهد والأموال لتطوير نموذج أعمالهم، وبناء سمعة العلامة التجارية، عبر التجربة والخطأ، للوصول إلى نموذج عمل تجاري مستقر وثابت، وتصميم خطط نمو واقعية وذكية، يوفر الانضمام إلى هذه العائلة، فرصة جيدة لتحديد رؤيتك المستقبلية في تنمية أعمالك منذ اليوم الأول، ضمن خطة شاملة وتصور واضح حول شريحة عملائك وتطوير مستمر للمنتجات والخدمات.

02 توفر الامتيازات رؤية أكثر وضوحاً لتنمية وتطوير الأعمال

واحدة من أكبر مزايا الامتياز للشباب هي تقليل حجم الالتزام، نتيجة توافر الدعم التشغيلي، فيمكنك تخصيص جزء أكبر من وقتك لالتزاماتك العائلية أو المهنية أو الدراسية، مقارنة بقدرتك على ذلك في حال قمت بتأسيس عملك الخاص المستقل.

03 توفر الامتيازات فرصة أكبر لباقي التزاماتك الشخصية

يحرص أصحاب العلامات التجارية على الحفاظ على سمعة علاماتهم، عبر تقديم كل الدعم الممكن لأصحاب الامتياز التجاري، بالإضافة إلى ذلك ستلتقي الدعم من شبكة أصحاب الامتياز الآخرين، الذين يحرصون على نجاح زملائهم، لتأثرهم بهذا النجاح.

04 توفر الامتيازات شبكة دعم قوية

توفر الامتيازات فرصة أكبر لتحقيق طموحك المستقبلي

رغم فقد بعض السيطرة على تفاصيل إدارة العمل، إلا أن العمل ضمن علامة تجارية ناجحة ومتطورة يدعم طموح أصحاب الامتياز، ففرصتك في زيادة حجم أعمالك سواء بالتوسع مع نفس العلامة أو مع علامات أخرى، أو حتى تأسيس علامتك التجارية الخاصة مستقبلاً، تصبح أكبر وأقرب للتحقق.

خلاصة

«يسمح نموذج الامتياز التجاري لأصحاب الامتياز بالنمو تحت علامة تجارية راسخة ويوفر مزيداً من الأمان مقارنة بتأسيس عمل مستقل من الصفر بمفردهم»

مميزات وعيوب الحصول على حق امتياز تجاري.



أهم فائدة في أن تصبح صاحب امتياز هي

أنك ستبدأ عملك بوجود منتج أو خدمة تم تطويرها بالفعل لتلائم احتياجات شريحة واضحة من العملاء، وقد تم بالفعل معالجة كافة أخطاء البدايات وتم تحديد منظومة (القيمة المقترحة – Value Proposition)، بالإضافة إلى علامة تجارية راسخة ومعروفة سواء كان ذلك على المستوى المحلي أو الدولي.

توجد مجموعة مزايا إضافية للحصول على حق الامتياز التجاري، منها

- سهولة وسرعة التأسيس والتشغيل نتيجة توافر الأدلة التشغيلية والدعم من الشركة الأم «صاحبة العلامة»
- الدعم المستمر في كافة الجوانب التسويقية والإدارية والفنية والتشغيلية
- برامج التدريب المستمرة قبل وبعد المنح لصاحب الامتياز وموظفيه
- الاستشارات والدعم عند مواجهة المشكلات
- تقليل العوائق التي تحول دون الحصول على التمويل. تأخذ مؤسسات التمويل في الاعتبار خبرة وسمعة مانح الامتياز عند اتخاذ قرار بشأن إقراض المال لصاحب الامتياز.
- توفر أنظمة الامتياز كفاءات شرائية من خلال اقتصاديات الحجم. سيتم تقديم بعض أو كل المنتجات المطلوبة من قبل مانح الامتياز أو الموردين الموثوق بهم. يمكن لأصحاب الامتياز الاستفادة من وفورات كبيرة مقارنة بأصحاب العمل المستقلين.
- المساعدة في الدعاية والتسويق. غالبًا ما تجري مكاتب الامتياز للشركات المانحة أبحاثًا تسويقية، مما يؤدي إلى استهداف أفضل الطرق الاعلانية وأكثرها فعالية في الوصول إلى شريحة العملاء المستهدفة، كما يقدم مانح الامتياز كافة الأدوات المساندة للتصميم مما يقلل التكاليف في الأغلب.
- القدرة على إعادة بيع الامتياز في حال الرغبة في ذلك، يلتزم مانح الامتياز عادة (غالبًا مقابل رسوم) في المساعدة في الترتيبات اللازمة، بدلاً من أن يضطر صاحب العمل المستقل إلى الإشراف على كل خطوة من العملية بمفرده.

«قبل الدخول في اتفاقية امتياز، قم بإجراء بحث عن الشركة التي تفكر في أن تصبح جزءًا منها. تحقق من نجاح مانح الامتياز وسمعته ومقدار الدعم الذي يقدمه لأصحاب الامتياز»

خلاصة



العيوب

- يعني شراء حق الامتياز الدخول في اتفاقية رسمية مع مانح الامتياز الخاص بك.
- تحدد اتفاقيات الامتياز كيفية إدارة الأعمال، لذلك قد لا يكون هناك مجال للإبداع.
- عادة ما تكون هناك قيود على المكان الذي تعمل فيه والمنتجات التي تبيعها والموردين الذين تستخدمهم.
- قد يؤثر الأداء السيئ من قبل أصحاب الامتياز الآخرين على سمعة الامتياز الخاص بك.
- شراء حق الامتياز يعني المشاركة المستمرة للأرباح مع مانح الامتياز.
- لا يتعين على مانحي الامتياز تجديد الاتفاقية في نهاية مدة الامتياز.

«الحصول على الامتياز ليس ضماناً للنجاح، ولا تزال نفس مبادئ الإدارة الجيدة مطلوبة- مثل اتخاذ القرار المستنير والعمل الجاد وإدارة الوقت وامتلاك المال الكافي وخدمة العملاء جيداً»

خلاصة

صاحب امتياز تجاري أم رائد أعمال أيهما الأفضل؟

عمل مستقل أم امتياز تجاري؟ كيف تقرر:
إنه سؤال يواجه كل شخص يفكر في بدء عمل تجاري.
وفي الحقيقة لا توجد إجابة سهلة وبسيطة على هذا السؤال، حيث ينجح كثير من الشباب في تأسيس أعمالهم الخاصة التي تزدهر وتحقق نجاحاً لافتاً، وكذلك يوجد الكثير من التجارب الناجحة لشباب بدأ تجربته في العمل التجاري عبر الحصول على حق امتياز تجاري.
يحتاج الأمر إلى تفكير عميق بمساعدة الأهل والأصدقاء وأصحاب التجارب في كلا النموذجين، للوصول إلى قرار يتناسب مع واقع السوق السعودي، وكذلك يتوافق مع قدراتك ومؤهلاتك واستعدادك الشخصي.
ولنجعل الأمر أكثر موضوعية ويمكن قياس المقارنة، نقدم لك خمس محددات رئيسية تحكم عملية المفاضلة بين تأسيس عمل تجاري مستقل خاص بك مقابل الحصول على حق امتياز تجاري لعلامة متميزة (محلية أو دولية).

01

نموذج الملكية

في كلا الحالتين أن تمتلك شركتك الخاصة (سجل تجاري وكافة المسؤولية القانونية والمالية عن أعمالك) ولكن يختلف نموذج الامتياز عن نموذج تأسيس عملك التجاري الخاص اختلافاً كبيراً.
فعلى عكس أصحاب الأعمال المستقلين، لا يتمتع أصحاب الامتياز بحرية تغيير منتجاتهم أو خدماتهم بناءً على رغباتهم الشخصية أو ظروف السوق المتغيرة، إلى حد كبير، يتخذ مانح الامتياز (أي الشركة الأم) القرارات المتعلقة بخطوط الإنتاج والمتغيرات الأخرى.
ولكن من ناحية أخرى، لا يتمتع أصحاب الأعمال المستقلون بالأمان بمعرفة أن خطوط الإنتاج وعروض الخدمات وقرارات الملكية الأخرى قد تم اختبارها بالفعل وتحسينها للسوق.
بعبارة أخرى، على الرغم من أن أصحاب الامتياز يضحون بالاستقلالية في اتخاذ القرار، إلا أنهم يتمتعون بالأمان والاستقرار اللذين يأتيان من الانتماء إلى منظمة أكبر بكثير لها سجل حافل.

الفرق الأساسي في نموذج الملكية هو

«الحرية في تغيير المنتجات أو الخدمات أو نموذج العمل وملكية العلامة التجارية والقدرة على التوسع بها، مقابل تقليل المخاطر نتيجة قدرة الشركة الأم على دراسة السوق بشكل أفضل، والاستفادة من قوة العلامة مقابل عدم القدرة على استخدامها خارج إطار اتفاقية المنح»

التكاليف والأرباح

في كلا الحالتين سوف تتحمل كافة التكاليف الاستثمارية المباشرة وتتحمل كافة التبعات المالية ولكن عادة يكون لأصحاب الأعمال المستقلين تكاليف استثمار أعلى لتأسيس وتشغيل أعمالهم، خاصة في جوانب تطوير المنتجات أو الخدمات وكيفية إنتاجها وتقديمها، والوصول إلى أفضل المصادر لتوريد الآلات والتجهيزات والمواد الخام (التي تكون الشركة الأم في نموذج الامتياز التجاري طورتها بشكل كامل وموثوق)، مما يؤدي إلى صافي أرباح أكبر في نموذج الامتياز التجاري. ولكن من ناحية أخرى في نموذج الامتياز التجاري ستكون هناك أعباء مالية ومشاركة في الأرباح (الإيرادات) تذهب للشركة الأم صاحبة العلامة. كذلك يكون لأصحاب الأعمال المستقلين سيطرة أكبر على قرارات الاستثمار وتوقيتها. على سبيل المثال، إذا كان النقد شديداً، يمكن لأصحاب الأعمال المستقلين تأخير خطط إعادة البناء أو التوسع. يمكنهم أيضاً اختيار تقليص حجم المشاريع التي يتابعونها. بينما أصحاب الامتياز التجاري لديهم التزامات مع الشركة الأم تقلل من حريتهم في القرارات الاستثمارية والمالية التشغيلية بشكل أكبر (خاصة فيما يتعلق بطرح منتجات جديدة أو تعديل في التصميمات أو الديكورات أو معدات جديدة).

الفرق الأساسي في نموذج التكاليف هو

«سيطرة أكبر على القرارات الاستثمارية، وتكاليف أكبر للتأسيس والتشغيل، مقابل حرية أقل في القرارات الاستثمارية، وذهاب جزء من الأرباح للشركة الأم، مع تكاليف أقل وأرباح صافية أكبر»

علامة تجارية معروفة مسبقاً

في كلا الحالتين سوف تتحمل كافة التكاليف الاستثمارية المباشرة وتتحمل كافة التبعات المالية، في معظم الحالات يتمتع أصحاب الامتياز بميزة على أصحاب الأعمال المستقلين عندما يتعلق الأمر بالتعرف على العلامة التجارية. ف شراء حق الامتياز لعلامة تجارية معروفة مسبقاً لدى العملاء ولها مصداقية واقعية يوفر طلباً مبكراً على المنتجات أو الخدمات بمجرد الافتتاح، بينما يحتاج أصحاب الأعمال المستقلون إلى بناء العلامة والعمل على وصولها إلى العملاء ويحتاج ذلك إلى وقت وجهد وتكاليف. يضرب المثل عادة بالمقارنة بين افتتاح وحدة تجارية بحق الامتياز التجاري لـ «ماكدونالدز» مقارنة بأي وحدة لمطعم برجر تم تأسيسه من قبل صاحب عمل مستقل، مهما كانت جودة المنتج ستحتاج إلى وقت وحملات تسويقية لتعريف العملاء بمنتجك وإقناعهم بالتجربة لإدراك تميز المنتج، مقابل عملاء يعرفون منتجات «ماكدونالدز» مسبقاً ومستعدون للشراء من الوحدة الجديدة مباشرة من أول يوم. لكن يحتاج أصحاب الامتياز أيضاً إلى إدراك أن التعرف على العلامة التجارية يمكن أن يكون له جوانب سلبية، فعادة تتعرض العلامات المعروفة إلى دعاية سلبية من أصحاب العلامات المنافسة، وكذلك أي خطأ ترتكبه الشركة الأم (على سبيل المثال حملات المقاطعة نتيجة خطأ إعلاني فيه شبهة عنصرية)، كل ذلك سيؤثر على كافة أصحاب الامتياز في كافة أرجاء العالم، وهي مخاطر لا يتعرض لها أصحاب الأعمال المستقلون.

الفرق الأساسي في جانب وجود علامة تجارية معروفة مسبقاً هو

«احتياج أصحاب الأعمال المستقلين إلى بذل جهد ووقت ومال لبناء العلامة التجارية والوصول إلى العملاء، مقابل علامة معروفة مسبقاً وعملاء مستعدون للشراء من أول يوم، ولكن مع بعض المخاطر السلبية للارتباط بالعلامة الأصلية»

04

الموارد التشغيلية

تقدم الشركة الأم (المانحة للامتياز)، تسهيلات ودعم ضخم لأصحاب الامتياز فيما يتعلق بالجوانب التشغيلية، في العمليات والتسويق وإدارة سلاسل الإمداد وشبكة الموردين والخدمات المساندة. بينما يحتاج أصحاب الأعمال المستقلين إلى تصميم وبناء نموذجهم التشغيلي الخاص، وعادة يمرون بسلسلة طويلة من التجربة والخطأ لحين الوصول إلى نموذجهم المستقر. وفي المقابل يتمتع أصحاب الأعمال المستقلين بالسيطرة على تشغيل أعمالهم وحرية التغيير في كافة مكوناته، مقابل حرية أقل لأصحاب الامتياز التجاري. وعادة يوفر نموذج الامتياز التجاري فرصة أكبر للراغبين في تأسيس عمل تجاري الذين يفتقرون إلى خبرة واسعة في الأعمال، مما يسهل عليهم تحقيق النجاح في أولى تجاربهم في عالم الأعمال، (كذلك يلجأ الكثير ممن لديهم خبرة في الأعمال لنموذج الامتياز لباقي مميزاته النسبية الأخرى).

الفرق الأساسي في الجانب التشغيلي هو

«يوفر نموذج الامتياز التجاري فرصة كبيرة لمن يفتقرون إلى خبرة سابقة في عالم الأعمال، لتحقيق النجاح في أول تجربة واكتساب الخبرة والمعرفة بالسوق مع مخاطر أقل»

05

معدل النجاح

الاختلافات في معدلات نجاح الامتيازات والشركات الناشئة المستقلة تعتمد بنسبة 100% على الخبرات والقدرات والاستعداد الشخصي لصاحب العمل، لا يوجد دليل قاطع على أن أيًا من النموذجين يحسن أو يقلل من احتمالية نجاحك الشخصي. أنت بحاجة إلى تقييم عملية الحصول على حق الامتياز بناءً على مزاياها الخاصة. تفشل كل من الامتيازات والشركات المستقلة كل يوم وفي الوقت نفسه، من الواضح أن الأشخاص ينجحون في كلا النموذجين. تتمثل الفكرة الأساسية في أنه سواء كنت تشتري حق امتياز أو تؤسس شركة مستقلة، من المهم أن تقوم بواجبك وتبحث بدقة عن العمل قبل أن تستثمر. لكن على المستوى العام فالإجابة قاطعة وواضحة، يوجد فارق ضخم في معدلات النجاح والفشل للشركات الناشئة المستقلة والوحدات العاملة بنظام الامتياز التجاري.

تشير إحصاءات جمعية المنشآت الصغيرة والمتوسطة الأمريكية «SBA» إلى أن

حوالي

20%

من المنشآت الصغيرة تغلق خلال العام الأول

بينما في حال الحصول على امتياز تجاري تنخفض النسبة إلى أقل من

0,05%

في العام الأول

وتصل النسبة الإجمالية لتعثر المنشآت الصغيرة حوالي

47%

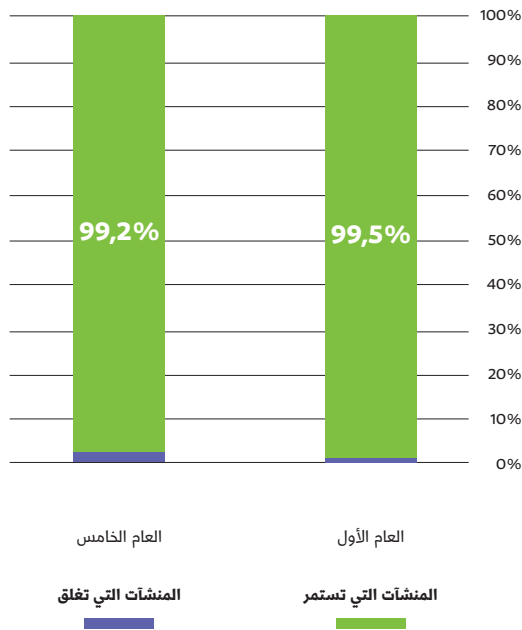
بنهاية السنة الخامسة

وتصل إلى

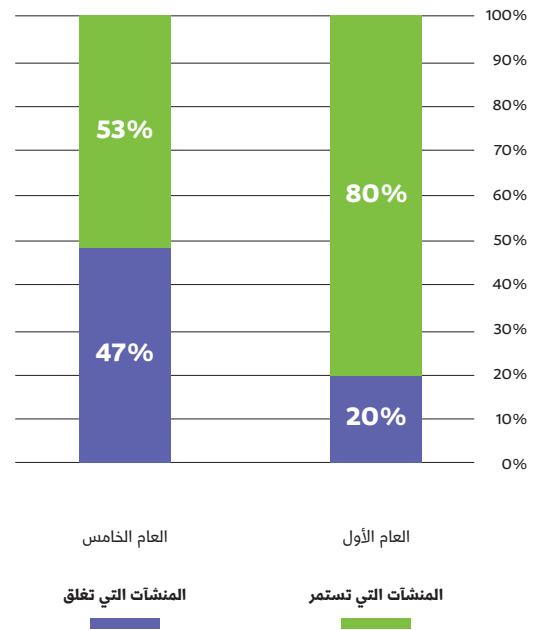
0,08%

في العام الخامس.

معدل الفشل لوحدات الإمتياز التجاري



معدل الفشل للشركات الناشئة المستقلة



الفرق الأساسي في معدلات النجاح هو

«يوفر نموذج الامتياز التجاري فرصة أكبر لتقليل مخاطر الفشل، مقارنة بتأسيس شركة مستقلة. ولكن النجاح والفشل في الأغلب يعتمد على قدراتك أنت الشخصية، فإذا كنت لا تستطيع رؤية نفسك تتخلى عن السيطرة على القرارات التشغيلية وأنشطة إدارة شركتك، ولديك القدرة الكاملة على التعامل مع هذا القدر الضخم من القرارات والتفاصيل اليومية، فأنت بالضرورة صاحب عمل مستقل. بينما إذا كنت تميل إلى الأمان والاستقرار وترى فوائد المشاركة في مؤسسة أكبر وعلامة أكثر موثوقية، فمن الأفضل الحصول على حق امتياز تجاري»

هل أقوم بتأسيس عملي التجاري المستقل أم أقوم بالحصول على حق امتياز تجاري؟

باختصار، جميع الامتيازات هي فرص عمل تجارية، ولكن ليست كل فرص العمل التجاري هي امتيازات.
كلتا الطريقتان مناسبتان للبدء في عمل تجاري
إذا كنت لا تملك الخبرة السابقة في عالم الأعمال وكذلك ليس لديك منتج أو خدمة فريدة لتقديمها إلى السوق، وتشعر بالاحتياج إلى الدعم المستمر وتبسيط إجراءات العمل، وتفضل تقليل المخاطرة في تجربتك الأولى فبال تأكيد ستكون النصيحة الصادقة المناسبة لك، هي البحث عن فرصة امتياز مع علامة تجارية حققت النجاح والانتشار الكافي.

خلاصة

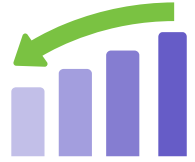
هل الحصول على حق امتياز تجاري مناسب لك؟

في هذه المرحلة يجب أن تكون لديك فكرة مبدئية عما إذا كان الأنسب لك الحصول على امتياز تجاري أم تأسيس عملك الخاص



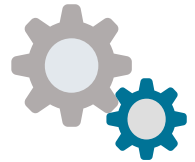
تقليل المخاطر

في الأغلب هناك خطر أقل للفشل مع الامتياز لأنك تستخدم أنظمة أو عمليات مجربة وحقيقية وعلامة تجارية معروفة مسبقاً، هذا لا يعني أنك تضمن النجاح مع الامتياز، ولكن سيكون لديك إمكانية الوصول إلى الموارد والأدوات لمساعدتك خلال رحلتك الأولى في عالم الأعمال، بما في ذلك الحملات التسويقية والتدريب وغيرها من المساعدة.



تقليل تكاليف وأعباء بدء التشغيل

على الرغم من ضرورة دفع رسوم لأصحاب العلامة التجارية، مقابل حق الامتياز، إلا أن تكاليف تأسيس وتشغيل وحدة بنموذج الامتياز التجاري في الأغلب أقل من بدء عملك الخاص المستقل، (على الأقل تعرف مسبقاً حجم الاستثمار وتوزيع التكاليف بدقة) وكذلك يواجه أصحاب الامتياز عقبات وصعوبات أقل خلال مراحل التأسيس والتشغيل الأولى نتيجة الدعم الذي يحصلون عليه من مانح الامتياز.



المزيد من فرص التمويل

غالباً يكون الحصول على تمويل أمراً شديداً الصعوبة في حال الشركات الناشئة، ولكن يفتح الامتياز التجاري المزيد من الفرص للتمويل أو التسهيلات في السداد (نتيجة الارتباط بعلامة موثوقة ومثبتة النجاح)





فرصة لبدء عمل تجاري واضح ومحدد المعالم

إذا كنت تريد أن تصبح رائد أعمال ولكنك لا تعرف من أين تبدأ، وليس لديك خبرة سابقة في نشاط محدد، فلن تضطر إلى التفكير في فكرة، والعثور على الموردين، والقيام بكل شيء بمفردك، ولكن لا يزال عليك أن تكون صاحب عمل تجاري تديره يوماً بيوم، فقد يكون شراء امتياز خياراً رائعاً بالنسبة لك.

«رغم ذلك، فإن الحصول على حق الامتياز ليس هو الخيار الصحيح للجميع»

خلاصة

هناك بعض العوامل التي يجب أن تنظر إليها قبل اتخاذ قرارك النهائي

مقابل المميزات التي تحصل عليها من مانح الامتياز التجاري، فإنه يشاركك في إيراداتك بشكل مستمر، ويوجد العديد من الرسوم المستمرة المدفوعة لمانح الامتياز تقلل من أرباحك نسبياً.

الرسوم والأعباء المالية التي ستدفعها لمانح الامتياز

إذا كنت تريد نشاطاً تجارياً يخصك حقاً، فإن الامتياز ليس هو الخيار الصحيح، فبصفتك صاحب امتياز، سيكون عليك مجموعة من القيود التي تمنعك من وضع طابعك الشخصي على نشاطك التجاري.

محدودية القدرة على الإبداع

غالباً تؤثر تصرفات مانح الامتياز أو أحد أصحاب الامتياز الآخرين في حدوث مشكلات لعملك، قد تؤدي حالة تسمم غذائي أو سلوك سيئ من قبل أحد الموظفين في فرع أو الإدارة إلى الإضرار بسمعة العلامة التجارية - بما في ذلك الامتياز الخاص بك.

كما تستفيد من إيجابيات الامتياز ستتحمل عيوبه

تتم مشاركة معلوماتك المالية مع مانح الامتياز، ويستخدمها كجزء من الترويج لعلامته، إذا كنت لا ترغب في هذا القدر من الشفافية في عملك، ففكر في اتخاذ طريق آخر.

المعلومات المالية المشتركة

بمجرد انتهاء اتفاقية الامتياز، يكون لدى مانح الامتياز خيار عدم تجديد الاتفاقية.

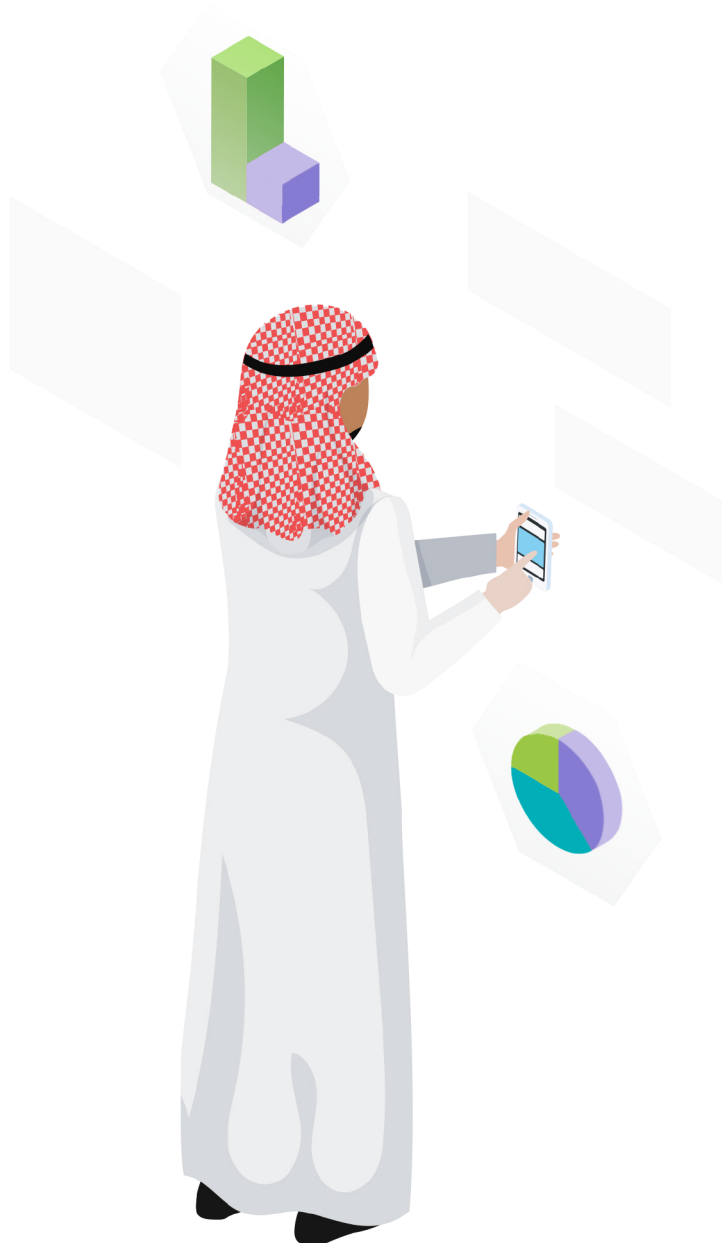
خطر عدم التجديد

«إذا كانت عيوب الامتياز تفوق الفوائد بالنسبة لشخصيتك ففكر في بدء عملك الخاص من الألف إلى الياء أو الحصول على عمل ليس امتيازاً»

خلاصة

فكرة أخيرة

«يوفر الامتياز فرصة لتقليل المخاطر عبر تقديم مخطط متكامل لتأسيس وتشغيل العمل، ولكن لا يزال يتعين عليك بذل الجهد المطلوب لبناء عمل تجاري ناجح ومربح»

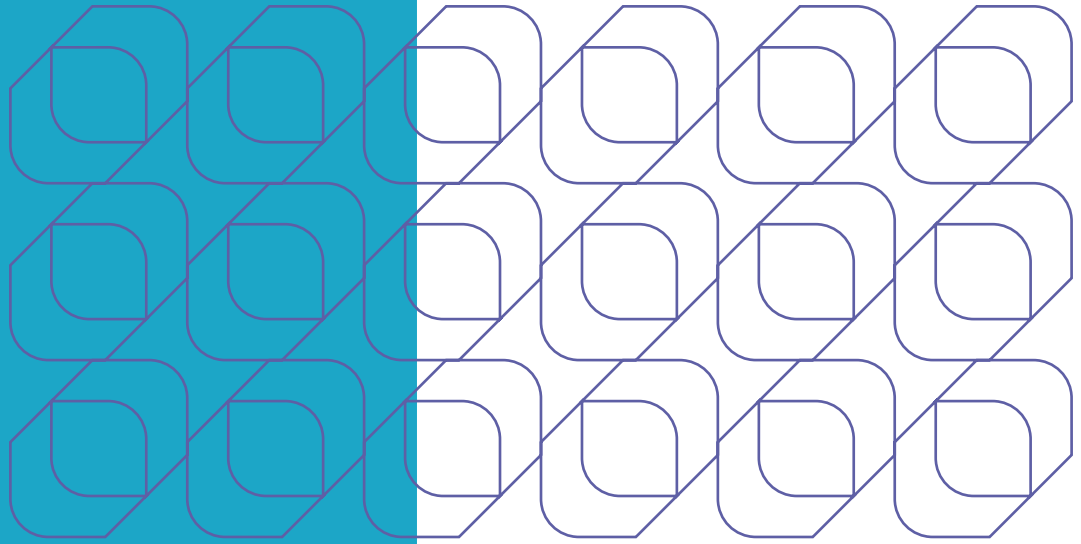




الفصل الثاني

المحتوى:

ما هي صناعة الامتياز التجاري؟	29
صناعة الامتياز التجاري ومستقبل نمو الأعمال	37
ما هي الركائز الأربعة الأساسية لصناعة الامتياز التجاري؟	39
كيف تكون جزءاً من صناعة الامتياز التجاري	43



صناعة الامتياز التجاري

ما هي صناعة الامتياز
التجاري؟

ويعرف الامتياز التجاري أيضاً بأنه

طريقة لتوزيع المنتجات أو الخدمات التي تشمل مانح الامتياز، الذي ينشئ العلامة التجارية أو الاسم التجاري للعلامة التجارية ونظام الأعمال، وصاحب الامتياز، الذي يدفع مبالغ مالية مقابل الحق في القيام بأعمال تجارية تحت اسم ونظام صاحب الامتياز.

من الناحية الفنية، فإن العقد الملزم للطرفين هو «اتفاقية الامتياز»، لكن هذا المصطلح يشير بشكل أكثر شيوعاً إلى العمل الفعلي الذي يديره صاحب الامتياز.



كيف نشأت صناعة الامتياز التجاري



عندما يفكر الناس في بدايات الامتياز، فإن الشركة التي تتبادر إلى الذهن هي «ماكدونالدز»، (بدأت في العمل بنظام الامتياز التجاري عام 1955 م)، لكن الامتياز له جذور أقدم من عملاق الوجبات السريعة.



غالباً فإن إسحاق سينجر (صاحب العلامة التجارية الشهيرة في ماكينات الخياطة المنزلية Singer)، كان يبحث عن طريقة لتوزيع ماكينات الخياطة الخاصة به خارج منطقتة، لكنه أراد أيضاً أن يوجه العملاء إلى كيفية استخدامها بشكل صحيح، ونظراً لأنه لم يستطع التواجد في أكثر من مكان في وقت واحد، فقد بدأ في بيع التراخيص لرجال الأعمال المختارين في أجزاء مختلفة من البلاد. أثبتت تكتيك العمل هذا (بدأ في عام 1871 م) أنه البداية الأصلية لنموذج اتفاقية الامتياز الحالية.



ولكن الامتياز التجاري بشكله الحالي بدأ في التطور بالفعل عام 1935 م، في الولايات المتحدة أيضاً، مع شركة مطاعم (Howard Johnson)، والتي بدأت في الترخيص لأصحاب امتياز تجاري لاستخدام علامتها التجارية وأنظمة تشغيلها في كافة أرجاء أمريكا.

كيف يعمل الامتياز التجاري

في نموذج الامتياز التجاري، يقدم مانح الامتياز لأصحاب الامتياز الحق في استخدام نظام الأعمال الخاص به، كما يوفر لهم المعرفة والخبرة في مقابل استثمارهم النقدي وعملهم الشخصي.

يوفر ذلك على أصحاب الامتياز الكثير من الجهد والمال والوقت الذي يتم بذله عند تطوير فكرة وبدء تأسيس عمل خاص بهم، كما أنه يسرع منحى التعلم عد بدء عمل تجاري.

على الجانب الآخر يستفيد مانح الامتياز التجاري، بقدره أكبر على توسعة عمله، والوصول إلى نتائج لم يكن من الممكن تحقيقها بدون مساندة أصحاب الامتياز، (هل يمكن أن تتخيل حجم التعقيدات الإدارية والتشغيلية ومقدار الاستثمارات المالية المطلوبة لشركة مثل "ماكدونالدز" لتشغيل وإدارة أكثر من 30 ألف مطعم في كافة أرجاء الكرة الأرضية).

الإطار العام لنموذج عمل الامتياز التجاري

صاحب الامتياز	مانح الامتياز	مكونات النموذج
يجوز لصاحب الامتياز استخدامها	ملكية خالصة للمانح	العلامة التجارية
مملوكة بالكامل لصاحب الامتياز		ملكية الوحدة
يمكن لصاحب الامتياز تحديد أسعار المنتجات والخدمات، والتفاوض للحصول على أسعار توريد مناسبة له، مع ضرورة موافقة المانح على جودة المواد الخام، وهوامش الأرباح والتنسيق في الأسعار مع باقي أصحاب الامتياز في المنطقة أو الدولة	يتولى مانح الامتياز تطوير المنتجات والخدمات، وتحديد سلاسل الإمداد والتوريد والموافقة عليها، وكذلك له الحق في المشاركة في تحديد أسعارها	المنتجات أو الخدمات
يلتزم صاحب الامتياز بالعمل بالترخيص ضمن النطاق المرخص له، وعليه التعاون مع باقي أصحاب الامتياز في نفس نطاقه	يتم منح الترخيص لنطاق محدد (وحدة أو منطقة أو دولة أو قارة أو نطاق اخر)	نطاق الامتياز
يجب أن يلتزم صاحب الامتياز بمتطلبات المانح التشغيلية	يقدم المانح النماذج والأدلة التشغيلية والدعم الفني والإداري والتدريبي لصاحب الامتياز وموظفيه	المعرفة والنماذج التشغيلية
يتحمل صاحب الامتياز كافة الأعباء المالية الخاصة بوحده		التكاليف الاستثمارية الخاصة بالوحدة
مسؤولية مباشرة لصاحب الامتياز	تحت إشراف مانح الامتياز	الإدارة والتشغيل
يدفع صاحب الامتياز الرسوم للمانح مقابل حصوله على الترخيص واستفادته من الخدمات والدعم المستمر من المانح	يحصل المانح على رسوم أولية للترخيص، كما يحصل على رسوم مستمرة (نسبة من الإيرادات)	الرسوم والإيرادات
تنظم اتفاقية المنح التزامات المانح وصاحب الامتياز وإطار العلاقة التعاقدية بينهما، أما الإرشادات حول الإدارة الصحيحة للأعمال في إطار الامتياز التجاري فهي موجودة في دليل التشغيل		الاتفاقية والأدلة
وثيقة الإفصاح عن الامتياز (FDD) هي وثيقة شاملة مقدمة من مانح الامتياز تحدد، بالتفصيل، العديد من الجوانب حول الامتياز.		وثيقة الإفصاح

الأنواع الأكثر شيوعاً لمنح حق الامتياز

يمثل منح حق الامتياز التجاري فرصة كبيرة لأصحاب العلامات التجارية الناجحة للتوسع في أعمالهم في مناطق مختلفة داخل دولتهم أو في مناطق أخرى من العالم، وتوجد نماذج كثيرة لمنح حق الامتياز "حسب منطقة صاحب الامتياز" أكثرها شيوعاً وأهمية لصاحب الامتياز ما يلي: -

يرخص المانح لشركة باستخدام حق الامتياز في قارة أو دولة كاملة أو منطقة جغرافية واسعة (مثال الخليج أو الشرق الأوسط)، ويكون لصاحب الامتياز الرئيسي الحق في التوسع ذاتياً أو منح امتيازات فرعية داخل حدود منطقة امتيازها.

يرخص المانح أو صاحب الامتياز الرئيسي لشركة أو شخص باستخدام حق الامتياز في منطقة جغرافية داخل الدولة (مثال المنطقة الغربية في المملكة)، ويكون لمطور المنطقة الحق كذلك في التوسع ذاتياً أو منح امتيازات فرعية داخل حدود منطقة امتيازها.

يرخص المانح أو صاحب الامتياز الرئيسي لشركة أو شخص باستخدام حق الامتياز في عدد محدد من الوحدات (أكثر من وحدة واحدة) في نطاق جغرافي محدد ومتفق عليه، (مثال مدينة الرياض في المملكة)، ويكون لصاحب الامتياز متعدد الوحدات الحق فقط في التوسع ذاتياً لافتتاح وحدات جديدة حسب نطاق اتفاقية المنح.

يرخص المانح، أو صاحب الامتياز الرئيسي لشركة أو شخص باستخدام حق الامتياز في وحدة واحدة فقط محددة النطاق الجغرافي (حي داخل مدينة أو قرية صغيرة)، ولا يمكن لصاحب الامتياز الفردي، التوسع أو افتتاح وحدة أخرى إلا بموجب اتفاقية منح جديدة.

الامتياز الرئيسي Master Franchise



مطور المنطقة Area Developer



الامتياز متعدد الوحدات Multi-Unit Franchise



الامتياز الفردي Single-Unit Franchise



الفارق بين عقود الامتياز التجاري وعقود الوكالات التجارية

أوجه الاختلاف	أوجه التشابه
يقتصر دور الوكيل التجاري على التفاوض والتوسط، بينما يقوم صاحب الامتياز له الامتياز بما يقوم به المانح كتاجر محترف. ويمارس ذلك باسمه ولحسابه الخاص.	عقود رضائية تنعقد بمجرد تبادل الإيجاب والقبول بين طرفي العقد.
لا يتضمن عقد الوكالة أي نوع من نقل المعرفة الفنية أو التقنية.	عقود مستمرة يلتزم أطرافها بواجباتهم خلال مدة محددة، وفي منطقة معينة.
لا يتلقى الوكيل تدريباً أو مساعدة فنية. ولا يخضع للرقابة أو الإشراف المباشر.	عقود معاوضة. يحصل كل طرف على مقابل لما يقدمه. وعقود قائمة على الاحتراف، وممارسة النشاط باسم ولحساب الشخص نفسه.
تنشأ في عقد الوكالة التجارية علاقة قانونية بين الموكل والغير الذي تعامل معه الوكيل التجاري. بينما لا تنشأ أي علاقة قانونية بين الغير الذي تعامل معه صاحب الامتياز له الامتياز وبين مانح الامتياز.	شروط القصر عن العمل للمنافسين، والتعامل في مناطق معينة.
الامتياز التجاري عقد إطار لأنه من العقود المركبة. ومحل الشروط التي وفقها تبرم العقود التطبيقية.	الاستقلال القانوني عن المانح أو الموكل، رغم خضوعها لرقابة وإشراف الطرف الآخر.

«الوكالة التجارية، هي تعاقد يسمح فيه صاحب منتج أو خدمة، للوكيل ببيع وتسويق منتجه أو خدمته، في نطاق الوكالة، بدون تدخل في منظومة التشغيل الخاصة بالوكيل، مقابل شراء الوكيل كمية محددة من منتجات صاحب المنتج بأسعار تنافسية بينما الامتياز التجاري، هو عقد ترخيص، لصاحب الامتياز باستخدام العلامة التجارية والمعرفة الفنية وأنظمة التشغيل الخاصة بمانح الامتياز، مقابل رسوم أولية ورسوم مستمرة نظير الدعم المستمر المقدم من المانح لصاحب الامتياز»

خلاصة

أهم قطاعات صناعة الامتياز التجاري عالمياً

يتم تقسيم القطاعات الرئيسية إلى ثلاث قطاعات كالتالي



وبداخل هذه القطاعات الرئيسية يوجد حوالي 15 نشاط فرعي هي الأكثر شيوعاً وانتشاراً على مستوى العالم

الأغذية والمشروبات

مقدمو الطعام والشراب ذوو الخدمة المحدودة، مطاعم الوجبات السريعة، متاجر الحلوى والمعجنات والخبز، متاجر البقالة، ومتعهدوا التغذية.

01



منتجات وخدمات البيع بالتجزئة

متاجر الأثاث والمفروشات والأجهزة، مواد البناء ومعدات ولوازم الحدائق، متاجر الصحة والعناية الشخصية، متاجر الملابس والبضائع العامة.

02



خدمات الأعمال

الطباعة، وكالات التأمين والسمسرة، الخدمات الإدارية والتوظيف والأمن، إعداد الضرائب وكشوف المرتبات، التسويق للغير، وإدارة المنشآت.

03



التكنولوجيا

متاجر الأجهزة الإلكترونية، خدمات الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات.

04



خدمة السيارات

قطع الغيار، مخازن التوريد، بيع وتأجير السيارات ومعدات، وخدمات الإصلاح والصيانة.

05



خدمات الطفولة

رعاية وتعليم وتنمية وتطوير مهارات الأطفال.

06



التعليم والتدريب

تعليم وتنمية مهارات البالغين.

07



08 **رعاية كبار السن**
خدمات الصحة والعافية والرعاية والمجالسة.



09 **الخدمات الطبية**
تشخيص وعلاج الأمراض، إجراء العمليات الجراحية، توفير العلاج الطبيعي والسلوكي وخدمات الطب النفسي.



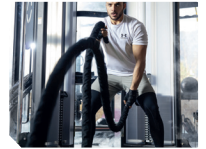
10 **النقل والخدمات اللوجستية**
الشحن والنقل وتخزين البضائع، نقل الأفراد والمجموعات، التخليص الجمركي وإنهاء الإجراءات الحكومية.



11 **التجميل والعناية بالبشرة**
خدمات ومنتجات الإطلالة والجمال.



12 **اللياقة البدنية**
خدمات ومنتجات عافية الجسد وتناسقه.



13 **خدمات الترفيه**
مراكز التسوق والألعاب، دور العرض السينمائي والمسرحي، الملاهي والمنتجات، وتنظيم الرحلات والمسابقات والمهرجانات.



14 **الأسر المنتجة والأنشطة المنزلية**
المشغولات اليدوية، استضافة الأطفال، رعاية الحيوانات الأليفة، إعداد الأغذية والمشروبات وتحضير الوجبات الجاهزة.



15 **الخدمات المنزلية**
التعليم، الرعاية الصحية والترفيهية والاستجمام الشخصي، الخدمات البيطرية، القروض الشخصية والوساطة الائتمانية، وخدمات النقل الشخصي.



الترتيب حسب إجمالي عدد العلامات على مستوى العالم

هيئة الامتياز الدولية- تقرير الأعمال الصغيرة
2018 م

ترتيب القطاعات	م
المطاعم والمقاهي	01
رعاية أو تعليم الأطفال	02
الصحة واللياقة	03
خدمات الأعمال	04
التجزئة	05
الخدمات السكنية والتجارية	06
الفنادق	07
السيارات	08
النقل	09
العناية الشخصية	10

صناعة الامتياز التجاري ومستقبل نمو الأعمال

منذ انطلاقة صناعة الامتياز التجاري، في عام 1871 م، وقد مرت بمراحل تطور سريعة، نقلتها إلى قيادة النشاط الاقتصادي عالمياً، فأصبحت نموذج الأعمال المفضل لأصحاب العلامات التجارية، للتوسع في أعمالهم والانطلاق بها إلى آفاق عالمية، وكذلك يعتبر النموذج الأكثر تفضيلاً، لرواد الأعمال الذين يرغبون في تأسيس عمل تجاري، ولكن لا يملكون فكرة واضحة، أو خبرة طويلة في ممارسة الأعمال.

كذلك ساهمت طفرة التكنولوجيا، وثورة الاتصالات والمواصلات، في تقريب المسافات حتى أصبح العالم الكبير قرية صغيرة واحدة، تتقارب فيها الثقافات وتذوب الفروق الاجتماعية والحضارية، فيإمكانك أن تشاهد شخصاً غريباً في بلاد يملؤها الثلج يتناول القهوة العربية أو يأكل وجبة طعام صينية، وكذلك تشاهد موضة الملابس والأزياء تخرج من روما أو باريس لتتواجد في وحدات تجارية في كافة أرجاء الكرة الأرضية.

يوجد حوالي 250 ألف علامة تجارية، تمنح إمتيازاً تجارياً على مستوى العالم

250
ألف

يوجد حوالي 2 مليون وحدة تعمل بنظام الامتياز التجاري في كافة أرجاء العالم

2
مليون

يعمل في صناعة الامتياز التجاري حوالي 19 مليون شخص على مستوى العالم

19
مليون

- العديد من الأسواق غير مستغلة. وتوفر إمكانات هائلة لمانحي الامتياز. **80 %** من المستهلكين يعيشون في أسواق ناشئة. وأكثر من **75 %** من نمو التجارة العالمية سيأتي منها- أكثر من **50 %** من السكان، و**25 %** فقط من الناتج المحلي العالمي.
- عدد السكان ومساحة الدولة لهما تأثير ضئيل على منح حق الامتياز.
- صناعة الامتياز شأن محلي بامتياز، **28 %** فقط من العلامات التجارية أجنبية.
- متوسط **600** علامة تجارية محلية لكل دولة.
- متوسط **500** ألف عامل لكل دولة، باستثناء الولايات المتحدة. ويحتاج في المتوسط **11** عاملاً لكل وحدة.
- نفس عدد الوظائف المباشرة بشكل غير مباشر، في صناعات مرتبطة ومغذية.
- تتوسع صناعة الامتياز التجاري بشكل مطرد، لتشمل تقريباً كافة مجالات الأعمال.

صناعة الامتياز التجاري في المملكة

تشهد المملكة العربية السعودية، طفرة في صناعة الامتياز التجاري، فبينما كان إجمالي العلامات التجارية في صناعة الامتياز التجاري، حوالي (400) علامة فقط سنة 2016 م، وصل هذا العدد إلى حوالي (700) علامة في نهاية عام 2020 م، وكذلك على مستوى العلامات السعودية، قفز العدد من حوالي (20) علامة في 2016 م، إلى حوالي (100) علامة في نهاية 2020 م، بالإضافة إلى تواجد أكثر من 20 علامة سعودية على المستوى الإقليمي والدولي.

ومن المتوقع أن يساهم نظام الامتياز التجاري الصادر في المملكة بموجب الأمر السامي الكريم رقم (م / 22) بتاريخ 09 / 02 / 1441 هـ، الموافق 7 أكتوبر عام 2019 م، ولائحته التنفيذية، التي صدرت بقرار وزير التجارة رقم (00591) بتاريخ 18 / 09 / 1441 هـ، الموافق 11 مايو عام 2020 م، في تنشيط حركة الامتياز التجاري في المملكة.

كذلك أنشأت الهيئة العامة للمنشآت الصغيرة والمتوسطة «منشآت» مركزاً متخصصاً لدعم وتنمية الامتياز التجاري في المملكة «مركز الامتياز التجاري»، والذي يعمل على التنسيق بين كافة نوي العلاقة من الجهات الحكومية والأهلية وأصحاب العلامات التجارية ورواد الأعمال، لتوفير كافة الخدمات التي تساهم في تطوير صناعة الامتياز التجاري في المملكة وتذليل كافة الصعوبات والعقبات لرفع مساهمة القطاع في الاقتصاد الوطني، وتحقيق أهداف رؤية المملكة 2030.

وسوف تساعد كل هذه العوامل، على تحسين بيئة العمل الداعمة لأصحاب الامتياز التجاري، في إيجاد فرص امتياز متميزة وواعدة، للحصول على حق الامتياز لها، سواء كانت علامات محلية أو عالمية.

ما هي الركائز الأربعة الأساسية لصناعة الامتياز التجاري؟

مثل أي صناعة أو قطاع أعمال، يركز الامتياز التجاري ويعتمد في جوهره على أربعة ركائز أساسية، تمثل الفارق الأساسي بين نموذج عمل الامتياز التجاري، وبين تأسيس عمل مستقل، هذه الركائز الأربعة هي

1. العلاقة بين المانح وصاحب الامتياز
2. قوة واستقرار العلامة التجارية
3. منظومة الدعم التي يقدمها المانح
4. الإطار القانوني للعلاقة بين المانح وصاحب الامتياز

فيما يلي نقدم لك توضيحات بسيطة حول جوهر كل ركيزة من هذه الركائز الأربعة

العلاقة بين المانح وصاحب الامتياز

عند ذكر مصطلح حق الامتياز "اتفاقية المنح"، فإن أول ما يتبادر إلى أذهان كثير من الناس، هو القانون، أو جوانب العلاقة القانونية بين المانح وصاحب الامتياز، ورغم أن اتفاقية المنح مهمة "أحد الركائز الأساسية للامتياز التجاري"، لكنها ليست الأكثر أهمية.

فأهم شيء في منظومة الامتياز التجاري هو أهمية العلامة التجارية بالنسبة للمانح، ورغبته في الحفاظ عليها ودعم انتشارها، وهو ما يجعله شديد الحرص على تقديم كل عون ممكن لأصحاب الامتياز التجاري، على نجاحهم، مما يصيغ العلاقة في إطار الدعم والرعاية والإرشاد، من قبل صاحب العلامة "المانح"، الذي يقدمه إلى صاحب الامتياز، الذي يكون بدوره ونتيجة رغبته في النجاح حريصاً على الالتزام بأنظمة صاحب العلامة وتوجيهاته ونصائحه، ويدرك جيداً أن أحد أهم مقومات نجاحه، هي وفاءه بالتزاماته تجاه صاحب العلامة.

«يرتكز نجاح كلاً من «صاحب العلامة» و «صاحب الامتياز»، بمدى قوة العلاقة بينهم وحرص كلا منهما على نجاح الآخر»

خلاصة

قوة واستقرار العلامة التجارية

العلامة التجارية لمانح الامتياز هي أهم أصوله ويقرر المستهلكون أي نشاط تجاري يتسوقون فيه وعدد مرات تكرار الشراء، بناءً على ما يعرفونه أو يعتقدون أنهم يعرفونه عن العلامة التجارية. غالباً لا يهتم المستهلكون بمن يملك أو يدير النشاط التجاري طالما تم تلبية توقعات علامتهم التجارية "لا يسأل العملاء عن اسم الشركة التي تدير سلسلة محلات علامتهم المفضلة (على سبيل المثال مطعم كودو)، هم يتوقعون مستوى جودة محدد مسبقاً التي سيجدونها داخل ذلك لمجرد وجود العلامة التجارية على لوحته. إذا أصبحت أحد أصحاب الامتياز، فسوف تقوم بالتأكد بتطوير علاقة مع عملائك للحفاظ على ولائهم، وبالتأكيد سيختار العملاء الشراء منك بسبب جودة خدماتك والعلاقة الشخصية التي تقيمها معهم، لكن أولاً وقبل كل شيء، لديهم ثقة في العلامة التجارية لتلبية توقعاتهم، ويعتمد مانح الامتياز وأصحاب الامتياز الآخرون في النظام عليك لتلبية تلك التوقعات، والحفاظ على سمعة العلامة التجارية التي تديرها في منطقة امتيازك التجاري.

«العملاء لديهم تصور مسبق عن مدى جودة المنتجات أو الخدمات، التي تقدمها علامة تجارية معروفة لهم، ويتمثل الدور الأكبر لصاحب الامتياز، في الحفاظ على أداء وحدته عند نفس مستوى توقعات العملاء، للحفاظ على سمعة العلامة»

خلاصة

منظومة الدعم التي يقدمها المانح

يحرص أغلب مانحو الامتياز على توفير كافة الأنظمة والأدوات والدعم بحيث يتمتع أصحاب الامتياز بالقدرة على الارتقاء إلى مستوى معايير العلامة التجارية، وضمان رضا العملاء. ويتوقع مانحو الامتياز وجميع أصحاب الامتياز الآخرين أنك ستدير بشكل مستقل العمليات اليومية لأعمالك التجارية بحيث تعزز سمعة الشركة في منطقة السوق الخاصة بك. عند اختيارك لعلامة تجارية للحصول على حق الامتياز لها، فمن المهم تقييم أنواع الدعم الذي سيتم تقديمه لك ومدى الجهد الذي يبذله مانح الامتياز لتطور المنتجات والخدمات بحيث يواكب توقعات المستهلك المتغيرة.

من أكثر الأمور أهمية التي يجب أن تتوقعها من مانح الامتياز ما يلي:

- 01 جهود مستمرة للحفاظ على سمعة العلامة التجارية والتعريف بها لشرائح العملاء المستهدفة.
- 02 منظومة دعم متكاملة (الأدلة، الأنظمة المساندة، سلاسل الامداد والتوريد،.....).
- 03 دعم عملية اختيار الموقع والمساعدة في تطوير الموقع.
- 04 برامج التدريب لصاحب الامتياز ولفريق العمل الخاص به.
- 05 البحث والتطوير للمنتجات والخدمات الجديدة.
- 06 الدعم الميداني، المساندة في مواجهة المشكلات التشغيلية.
- 07 دعم التسويق والإعلان المستمر.
- 08 الرقابة الجيدة والمستمرة للالتزام بمنظومة التشغيل.

ورغم أن النقطة الأخيرة تحد من حريتك في تشغيل وحدتك الخاصة، إلا أن مانح الامتياز الذي يفرض بشكل روتيني وفعال معايير النظام، على كافة أصحاب الامتياز، يوفر لك أنت الحماية من الأعمال السيئة المحتملة لأصحاب الامتياز الآخرين الذين يشاركون العلامة التجارية معك.

«يتوقع العملاء سلسلة عمليات ثابتة في كافة وحدات العلامة التجارية، لذلك فإن المنتجات والخدمات الرائعة التي يقدمها أحد أصحاب الامتياز تفيد المنظومة بأكملها، والعكس صحيح أيضاً»

خلاصة

الإطار القانوني للعلاقة بين المانح وصاحب الامتياز

بالرغم من أنك تمتلك وحدتك وتديرها بشكل يومي، وأن مالك العلامة لا يتواجد لإدارة وتشغيل الموقع الذي يحمل علامته التجارية، يمثل الإطار القانوني للعلاقة بين طرفي الامتياز، أحد أهم ركائز استقرار ونجاح العمل. الامتياز عبارة عن علاقة تعاقدية بين المُرخّص "مانح الامتياز" والمُرخّص له "صاحب الامتياز"، تسمح لمالك العمل باستخدام العلامة التجارية للمرخّص وطريقة ممارسة الأعمال التجارية لتوزيع المنتجات أو الخدمات على المستهلكين. بعبارة أخرى: - الامتياز هو نوع معين من ترتيبات الترخيص التي تحدد شكل العلاقة بين طرفي الامتياز. يعطي "مانح الامتياز"، "صاحب الامتياز" الحق في استخدام علامته التجارية أو الخدمة، لتحديد أعمال صاحب الامتياز في تسويق منتج أو خدمة باستخدام طرق تشغيل مانح الامتياز. يزود مانح الامتياز صاحب الامتياز بالدعم ويمارس ضوابط معينة؛ وفي المقابل يدفع صاحب الامتياز رسوماً لمانح الامتياز.

اتفاقية الامتياز هي في الأساس وثيقة قانونية بين مانح الامتياز وبينك (صاحب الامتياز). إنها اتفاقية قانونية ملزمة، تقدم شرحاً تفصيلياً حول ما يتوقعه مانح الامتياز منك، بصفتك صاحب الامتياز، وفي الطريقة التي تدير بها كل جانب من جوانب العمل، وكذلك تتضمن ما الذي تتوقعه من مانح الامتياز من دعم. لا يوجد شكل معياري لاتفاقية الامتياز لأن الشروط والأحكام وطرق العمليات لمختلف الامتيازات تختلف اختلافاً كبيراً اعتماداً على نوع العمل. يُطلب من كل صاحب حق الامتياز التوقيع على اتفاقية الامتياز، وسيقوم مانح الامتياز أيضاً بالتوقيع على المستند.

اتفاقية المنح

«إتفاقية الامتياز هي وثيقة قانونية ملزمة ويجب أن يقوم محامي الامتياز الخاص بك بمراجعتها نيابة عنك قبل التوقيع»

خلاصة

كيف تكون جزءاً من صناعة الامتياز التجاري

كن على اطلاع على البيانات الصحفية التي تعلن عن النتائج التي يحققها مانحوا الامتياز.

تابع المواقع الحكومية الخاصة بالامتياز التجاري، مثل بوابة مركز الامتياز التجاري (emtiyaz.sa)

تابع مواقع الشركات الاستشارية ووسطاء الامتياز التجاري

إبحث عن أخبار جيدة عن امتيازات معينة كنقطة انطلاق.

تحقق من مواقع الويب الخاصة بهم.

قم بإجراء بحث موسع واسأل أصحاب الامتياز الحاليين عما إذا كانت التجربة مثل المتوقع.

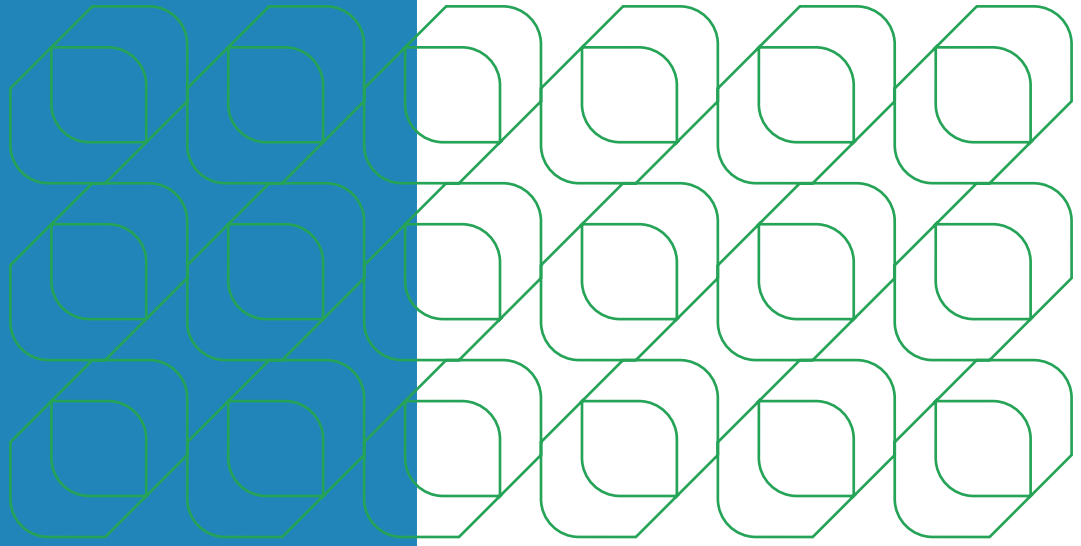
إذا كان المفهوم يبدو مناسباً، فاتصل بهم واطلب المعلومات.



الفصل الثالث

المحتوى:

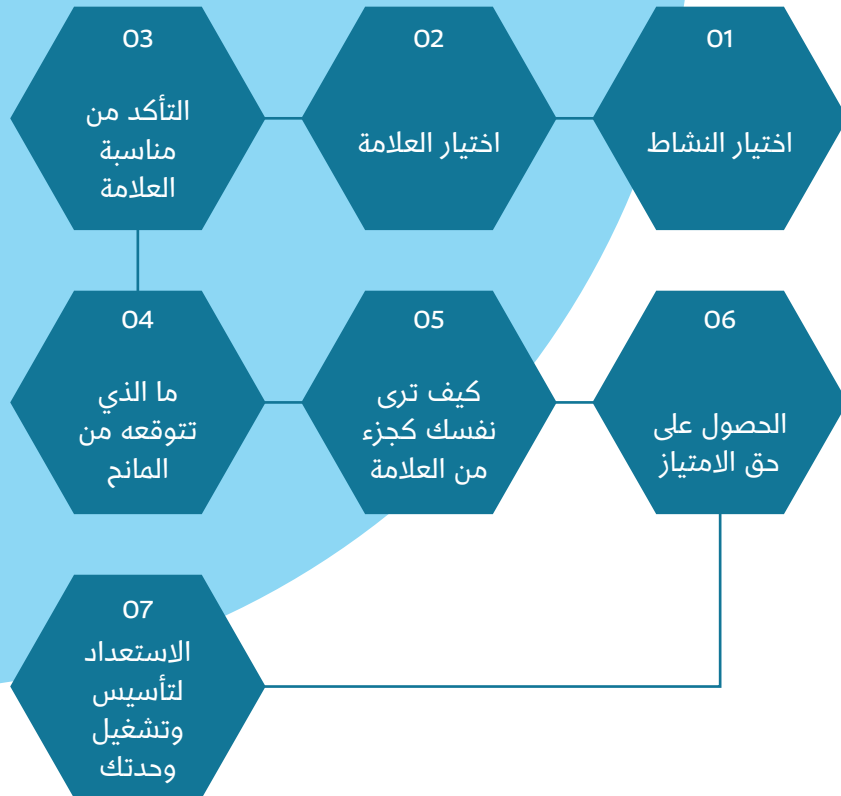
51	ما هي الخطوات الرئيسية في رحلة صاحب الامتياز التجاري؟
51	اختيار النشاط المناسب لك
53	اختيار العلامة الأكثر ربحية واستقراراً
58	التأكد من مناسبة العلامة التي تم اختيارها
59	ما الذي تتوقعه من المانح «صاحب العلامة»
60	كيف ترى نفسك كجزء من العلامة التجارية
61	الحصول على حق الامتياز
63	الاستعداد لتأسيس وتشغيل وحدتك



رحلة صاحب

الامتياز

التجاري



ما هي الخطوات الرئيسية في رحلة صاحب الامتياز التجاري؟

إذا كنت من خلال الصفحات السابقة في هذا الدليل، قد وصلت إلى قناعة راسخة، أن تصيح صاحب امتياز تجاري، فمن هنا تبدأ رحلتك الحقيقية، وإليك أهم الخطوات التي ستمر بها خلال هذه الرحلة

اختيار النشاط المناسب لك

01

رغم كل ما ذكرناه عن مميزات الامتياز التجاري، خاصة لمن لا يمتلكون فكرة جاهزة أو خبرة كافية في مجال الأعمال، فإن اختيارك لنموذج عمل الامتياز التجاري لن يعفيك من التفكير في نوعية العمل الذي ترغب في ممارسته للسنوات القادمة من حياتك. إتفاقية الامتياز، هي علاقة تعاقدية طويلة الأمد، فيجب عليك اختيار مجال عمل يثير شغفك، ويحافظ على رغبتك في النجاح، ويتوافق مع ميولك ورغباتك الشخصية. ومن أهم القرارات الأولية، التي يجب أن تتخذها، قرار اختيار نوع النشاط الرئيسي وكذلك النشاط الفرعي، وكما ذكرنا حول التقسيمات الرئيسية للقطاعات (الأغذية والمشروبات، تجارة التجزئة، الخدمات والترفيه) - يرجى مراجعة الجزء المتعلق بالقطاعات الرئيسية والأنشطة الفرعية - في هذا الدليل. ويتعلق الأمر، بميولك الشخصية، يوجد مجموعة أسئلة يمكن أن تساعدك في الوصول إلى قرار

ما هي أهدافي الشخصية؟

لكل شخص دوافع مختلفة للرغبة في أن يصبح رائد أعمال. اسأل نفسك عن أهدافك. هل ترغب في كسب المال أو قضاء المزيد من الوقت في المنزل أو اتخاذ خطوة ريادية في حياتك المهنية؟ من خلال تحديد أهدافك الفعلية، ستكون قادراً على تحديد الامتياز المناسب لمساعدتك على تحقيق هذه الأهداف.

ما نوع الصناعة التي أرغب في مزاولتها الأعمال فيها؟

لا تقتصر الامتيازات على مطاعم الوجبات السريعة والمقاهي. يوجد هيكل الأعمال هذا في كل فئة منتج أو خدمة تقريباً. يمكنك تشغيل امتياز في التدريس أو الإعداد للكلية، وخدمات الحراسة أو التنظيف، والصحة والعافية، والعديد من الفئات الأخرى، كل نوع من أنواع النشاط له متطلبات متعلقة بكم الجهد والوقت والتفاصيل التي تتعامل معها بشكل يومي.

ما هي نقاط قوتي؟

أكثر مالكي الامتياز نجاحاً يقومون بالعمل الذي يناسبهم ويبحثون عن طرق لتفويض أو الاستعانة بمصادر خارجية، للوظائف التي قد لا يجيدونها أو ليس لديهم الوقت للقيام بها. لا تحاول أن تكون خبيراً في كل شيء. إبحث عن فرص للاستعانة بمصادر خارجية لتلك الوظائف التي تتطلب خبرة، للسماح لنفسك بالتركيز على موظفيك. إن لم تكن محاسباً عهد شخصاً أو شركة متخصصة في مسك الدفاتر والمحاسبة عن الامتيازات.

ما هو الدور الذي أريد أن أعبه في العمل؟

هناك نوعان من أصحاب الامتياز: الملاك الغائبون، الذين يوظفون موظفين لإدارة الأعمال على أساس يومي، والمشغلون، الذين يشاركون بشكل مباشر في إدارة الأعمال. يقدم أصحاب الامتياز فرصة عملية، بينما يقدم آخرون المزيد من الفرص الإدارية. السؤال الرئيسي الذي يحتاج صاحب الامتياز إلى طرحه على نفسه هو ما الذي أريد فعله بشكل يومي؟ هل أريد حقاً القيام بعمل معين كل يوم؟ هل أرغب في قيادة منظمة، أم إدارة مديرتين؟

ما نوع الالتزام الذي أرغب في القيام به؟

العديد من اتفاقيات الامتياز هي عقود متعددة السنوات. في حين أن بعضها يصل إلى خمس سنوات- أو حتى 25 عامًا، فإن متوسط مدة اتفاقية الامتياز هو 10 سنوات. هذا يعني أنك ملتزم بهذه الفرصة على المدى الطويل. كم من الوقت أنت مستعد لمثل هذا الالتزام؟ قد يكون من الصعب الخروج من اتفاقية الامتياز.

ما هي ميزانيتي الاستثمارية؟

تختلف تكاليف الامتياز اختلافًا كبيرًا اعتمادًا على الصناعة ونموذج العمل المحدد. بعض الرسوم المقدمة أقل من 10000 ريال سعودي، في حين يمكن أن تزيد رسوم أخرى عن مليون ريال سعودي. يجب على صاحب الامتياز أن يوازن بين الاستثمار الأولي وعائده المتوقع، إلى جانب أهدافه في الدخل وأسلوب الحياة والثروة والأسهم. إن فتح امتياز للطعام سيتطلب استثماراً أكبر بكثير من امتياز من المنزل، أو من شركة إلى شركة. يرجع ذلك إلى كمية المعدات والمخزون الضرورية لبدء العمل. الأمر متروك لصاحب الامتياز المحتمل لتقرير المبلغ الذي يرغب في استثماره، وما الذي سيساعده على تحقيق أهدافه، على المدى القصير، والطيول أيضاً.

ما هي مهاراتي التجارية؟

على الرغم من أن بعض مانحي الامتياز يريدون أن يتمتع صاحب الامتياز بخبرة في المجال، فإن الشيء المهم بالنسبة لهم هو أن يكون لدى صاحب الامتياز الدراية التجارية الأساسية ودافع ريادة الأعمال لتحقيق النجاح. يفضل المانحون أصحاب الامتياز الذين يفهمون فن التسويق والمبيعات، أكثر ممن لديهم الخبرة في الصناعة أو مجال النشاط. يريدون أصحاب الامتياز الذين يركزون على خدمة العملاء وطرق زيادة رضاهم.

ما نوع الأعمال التي تحتاج إليها منطقتك؟

جزء من قدرتك على الاستمرار، والحفاظ على نجاح أعمالك، وجود نقص في عدد المنافسين، داخل منطقتك، أو وجود احتياج إلى نوع محدد من الأنشطة، قم بمراجعة البيانات الرسمية، وكذلك إجراء بحث سريع داخل منطقتك، واستطلاع آراء الأهل والأصدقاء، وسكان المنطقة، لمساندة عملية اختيارك لنوع النشاط الذي ستبحث عن فرصة للامتياز التجاري فيه.

«يجب أن تحرص على اختيار نوع النشاط الذي يتناسب مع قدراتك ورغباتك وتصوراتك عن العمل، بالإضافة إلى ذلك كن حريصاً على وجود احتياج حقيقي لهذا النشاط في منطقتك، ووجود عدد أقل من المنافسين في نفس نوع النشاط»

خلاصة

اختيار العلامة الأكثر ربحية واستثماراً

بمجرد تضييق نطاق البحث، عبر التركيز على نشاط رئيسي محدد، هنا تبدأ رحلة البحث والمفاضلة، بين مجموعة من العلامات التجارية التي تمنح إمتيازاً جزئياً، سواء كانت علامة محلية أو أجنبية. تكون الخطوة الأولى في هذه المرحلة هي إجراء بحث لإعداد قائمة أولية بعدد من العلامات ذات السمعة الجيدة في النشاط الذي اخترته.

كم من المال سأربح؟

من المهم للغاية بالنسبة لأصحاب الامتياز المحتملين أن يبحثوا بعناية عن أنظمة امتياز محددة وأن يقرروا أي عرض مالي يسعون إليه.

ما هي العلامة الأكثر ربحية؟

هذا سؤال ليس له إجابة سهلة وبسيطة. بالتأكيد الدافع الأساسي الذي يجعلك تبدأ عمل تجاري هو الرغبة في تحقيق الربح، ويعتمد نجاح كل وحدة امتياز ومقدار الربح الذي تحققه، على مجموع عدة عوامل بما في ذلك الموقع والسوق، إلى جانب المتابعة الجيدة للعمل والقدرة على إرضاء العملاء وكسب ولائهم لوحدتك.

وخلال رحلتك للبحث عن امتياز مربح، توجد عدة عوامل تحدد قدرة العلامة على توليد أرباح جيدة، من أهمها

قوة العلامة وانتشارها، ومدى معرفة العملاء بها.

تمتلك العلامة منظومة عمليات وإجراءات فعالة يمكن تكرارها في جميع مواقعها بحيث يكون لدى العملاء فكرة عما يمكن توقعه.

تمتلك العلامة منتج أو خدمة قابلة للتكيف مع أكثر من شريحة للعملاء.

تمتلك العلامة منتج أو خدمة قابلة للتكيف مع التغيرات في اتجاهات العملاء بمرور الوقت.

تمتلك العلامة نظاماً مطبقاً يمكنه دعم أصحاب الامتياز بشكل مناسب.

من خلال منظومة المقارنة السابقة، يمكنك تقليل القائمة إلى (3 : 5) علامات فقط. إبدأ التواصل مع هذه العلامات بشكل مباشر، واطلب منهم نسخة من وثائق الإفصاح، بمجرد أن يقرر الامتياز أنك يمكن أن تكون مطابقاً جيداً لنظامه، فسوف يرسلون لك نسخة من وثيقة الإفصاح عن الامتياز (FDD).

المكان المناسب لمساعدتك في اتخاذ القرار

أحد أفضل الأماكن لبدء البحث حول ما إذا كانت فرصة الامتياز لديها القدرة على أن تكون مربحة بالنسبة لك هي وثيقة الإفصاح عن الامتياز (FDD) الخاصة بالامتياز الذي تهتم به.



ما هي وثيقة الإفصاح "FDD"؟

وثيقة الإفصاح "Franchise Disclosure Document" تحتوي عادة على معلومات حول أهم الجوانب التي تهم صاحب الامتياز.
مثال: -

1. تاريخ الشركة المانحة وهيكل إدارتها.
2. الوضع القانوني للشركة وبيانات حول القضايا القانونية التي مرت بها والأحكام الصادرة فيها، بما في ذلك القضايا الحالية.
3. النموذج المالي التقديري لتأسيس وحدة الامتياز وتشغيلها.
4. العلامات التجارية وبراءات الاختراع وحقوق التأليف والنشر وغيرها من الأصول المملوكة لمانح الامتياز.
5. تفاصيل أي مساعدة مالية يقدمها مانح الامتياز لأصحاب الامتياز.
6. تفاصيل المساعدة التي يقدمها مانح الامتياز قبل وأثناء اتفاقية الامتياز، بما في ذلك التدريب والتسويق.
7. إذا كانت هناك حقوق حماية إقليمية.
8. الالتزامات والقيود التي سيلتزم بها صاحب الامتياز أثناء سريان اتفاقية المنح.
9. مدة اتفاقية المنح ومتطلبات التجديد، إن وجدت.
10. بيانات حول الامتيازات الحالية، مثل عدد الامتيازات التي تعمل حاليًا وعدد ما تم فتحه أو إغلاقه أو نقله في العام الماضي.
11. قائمة جهات الاتصال لأصحاب الامتياز الحاليين للعلامة التجارية.
12. نسخة من اتفاقية الامتياز.
13. جدول محتويات دليل العمليات.
14. الملاحق القانونية ذات العلاقة.

يجب أن تعالج وثيقة الإفصاح، تقريبًا جميع الأسئلة والمخاوف التي لديك بشأن عملية الامتياز التي تفكر في أن تصبح جزءًا منها.

تقدم وثائق الإفصاح، بيانات متعددة حول إجمالي الأداء للعلامة ومدى انتشارها، كما تقدم بيانات حول الأداء المالي للوحدات. أغلب المانحين يضمنون في وثائق الإفصاح بيانات عن النموذج المالي الشامل للوحدات.

في القائمة التالية، مجموعة البيانات الرئيسية التي يجب أن تبحث عنها داخل قائمة الإفصاح

المجموعة الأولى: - الأداء العام

من (13: 24) شهر	من (13: 24) شهر	من (13: 24) شهر	من (13: 24) شهر	من (13: 24) شهر	مدة التشغيل لوحدات الامتياز
					إجمالي عدد الوحدات في الشريحة
					عدد الوحدات التي أغلقت أو أعيد بيعها
					الدخل المتوسط للشريحة
					متوسط الدخل السنوي لكل وحدة

المجموعة الثانية: - إجمالي رأس المال المطلوب للاستثمار

البيان	التفاصيل	الحد الأدنى	الحد الأعلى	المتوسط
المصاريف التأسيسية	رسوم الامتياز الأولية			
	المصاريف الحكومية والتسجيل			
	مصاريف وعمولات الحصول على الموقع			
	مصاريف استقطاب وتوظيف الكوادر البشرية			
	رسوم استشارات قانونية			
	شحن ونقل			
	أخرى			
	إجمالي المصاريف التأسيسية			
المصاريف الرأسمالية	التشطيبات والديكورات			
	المعدات والآلات			
	التجهيزات المكتبية والتقنية			
	السيارات والاليات			
	أخرى			
	إجمالي المصاريف الرأسمالية			
رأس المال العامل لأول دورة تشغيلية	مخزون أول المدة			
	إيجار أول فترة			
	رواتب وأجور لأول فترة			
	باقي المصاريف التشغيلية لأول فترة			
	إجمالي مصاريف التشغيل لأول فترة			
إجمالي رأس المال المستثمر				

يمثل إجمالي رأس المال المطلوب استثماره أحد العناصر الأساسية في عملية المقارنة بين علامة تجارية وأخرى. يجب أن تحصل على بيانات تفصيلية حول حجم الاستثمار المتوقع منك توفيره لتتمكن من تأسيس وتشغيل وحدتك.

المجموعة الثالثة: - النموذج المالي المتوقع للوحدة

البيان	التفاصيل	الحد الأدنى	الحد الأعلى	المتوسط
الإيرادات السنوية	إيرادات النشاط الرئيسي			
	إيرادات أخرى			
	إيرادات من بيع أصول أو خدمات إضافية			
	إجمالي الإيرادات السنوية			
المصاريف التشغيلية	الإيجارات			
	الرواتب والأجور			
	رسوم الامتياز			
	المواد الخام/البضاعة			
	التسويق والدعاية - عبر مانح الامتياز			
	التسويق والدعاية - المباشرة			
	الخدمات والمنافع العامة			
	النظافة والصيانة			
	الخدمات المساندة وأنظمة الحاسب الآلي			
	المصاريف الإدارية			
	المصاريف النثرية والمتنوعة			
	الرسوم الحكومية والضرائب			
	التأمين			
	إجمالي مصروفات التشغيل			
	صافي الدخل			

يقدم لك مانح الامتياز بيانات متوسطة لأداء عدد من الوحدات يجب عليك، كصاحب امتياز محتمل، إجراء تحقيق مستقل في التكاليف والنفقات التي ستتحملها لتشغيل الامتياز حسب ظروف السوق في منطقتك.

«يقدم لك المانح من خلال وثائق الإفصاح، مجموعة البيانات المالية والمتعلقة بأداء وحدتك المتوقع. استخدم هذه البيانات للمقارنة بين العلامات التي ترغب في الحصول على حق امتياز لها، لتقرر أي العلامات هي الأنسب لك والأكثر تحقيقاً للربحية»

خلاصة

التأكد من مناسبة العلامة التي تم اختيارها

بعد أن قمت بالاستقرار على علامة واحدة، وفعالياً أنت مقتنع بالمضي قدماً، وتوقيع اتفاقية المنح معها، قبل أن تخطو هذه الخطوة، خذ مزيداً من الوقت، لتتأكد من صحة قرارك.

إليك بعض الخطوات الإضافية التي يجب أن تقوم بها، قبل البدء:

تحدث إلى أصحاب الامتياز الآخرين

ضمن وثائق الإفصاح FDD المقدمة من مانح الامتياز، من المفترض أن تجد قائمة بجميع أصحاب الامتياز الحاليين في نظامهم. إبحث عن القليل من الأماكن القريبة منك وقم بزيارتهم، وتأكد منهم، هل هم راضون عن دعم مانح الامتياز؟ هل واقع العمل يتماشى مع التوقعات السابقة (مالياً وغير ذلك)؟ لا يوجد معلم أفضل من شخص ما في منتصف ملكية الامتياز.

إبحث عن آراء وتعليقات العملاء وأصحاب الامتياز الآخرين الذين لا تستطيع زيارتهم

في الأغلب لا تكون التعليقات الالكترونية معبرة تعبيراً صادقاً عن الواقع، ولكنها قد تفتح لك المزيد من الأسئلة لطرحها على مانح الامتياز، سواء كانت تعليقات من العملاء أو من أصحاب امتياز تجاري في منطقة أخرى في العالم غير منطقتك.

حضور "يوم الاكتشاف"

يوم الاكتشاف هو اجتماع متعمق بين مانح الامتياز وواحد أو أكثر من أصحاب الامتياز المحتملين، يمكن أن يحدث في منفذ محلي للامتياز، ولكن من المرجح أن يحدث في مكتب الشركة المانحة.

في كثير من الأحيان، سيشاهد أصحاب الامتياز الحاضرين عروضاً تقديمية حول ما يمكن أن يقدمه مانح الامتياز من حيث الدعم، ويمكنهم طرح الأسئلة. إذا تم ذلك في مكتب الشركة، فمن الشائع القيام بجولة في الأقسام المختلفة ومقدمات لتدريب الحاصلين على الامتياز وموظفي الدعم.

جهز كافة الأسئلة التي ما زالت بحاجة إلى أجوبة، واطرحها على مانح الامتياز، واحرص على الحصول على أجوبة مكتملة، تساعدك في اتخاذ قرارك النهائي.

ما الذي تتوقعه من المانح "صاحب العلامة"

غالبًا ما نستخدم كلمة "شراء" عند الحديث عن الحصول على حق الامتياز التجاري، ولكن من المهم أن نفهم أن مانح الامتياز لا يبيع نشاطًا تجاريًا إلى صاحب الامتياز. بدلاً من ذلك، يبيع مانح الامتياز الحق في إدارة الأعمال التجارية باستخدام النظام المعمول به للعلامة التجارية لمانح الامتياز.

مثل أي شركة يريد مانح الامتياز زيادة قيمة أعماله ويقوم بذلك باستخدام نموذج الامتياز لفتح أكبر عدد ممكن من المواقع الناجحة، وبالتالي توسيع نطاق الأعمال وزيادة قيمة العلامة التجارية. مع نمو الامتياز تنمو إيرادات صاحب العلامة لأنه يجلب المزيد من الرسوم.

لذلك، من مصلحة صاحب العلامة دعم أصحاب الامتياز حتى يكون النشاط التجاري بأكمله سليمًا ويمكن أن ينمو لصالح جميع المعنيين.

عادة يكون صاحب العلامة (مانح الامتياز) مسؤولاً عما يلي:

- حملات التسويق والإعلان على المستوى الوطني للعلامة التجارية بأكملها.
- البحث عن منتجات وخدمات جديدة وتطويرها وإدارة المنتجات والخدمات للعلامة التجارية ككل.
- إدارة مناطق الامتياز لضمان حصول جميع أصحاب الامتياز على مساحة كافية لدعمهم ومنع التنافس مع باقي أصحاب الامتياز الآخرين.
- التدريب المستمر لأصحاب الامتياز وموظفيهم أو مواد التدريب لموظفي الامتياز.
- تقييم أصحاب الامتياز على أساس منتظم.
- الإرشاد والاستشارات حول إدارة الأعمال متى طلب صاحب الامتياز ذلك.
- فرص تطوير الأعمال لأصحاب الامتياز مثل امتلاك وحدات متعددة.
- تقديم التوصيات حول سلاسل الإمداد والتوريد، والتفاوض للحصول على أفضل الأسعار للمواد الخام والخدمات المساندة المقدمة لأصحاب الامتياز.
- في كثير من الأحيان سيساعد مانحو الامتياز أصحاب الامتياز في أشياء مثل أبحاث السوق لمساعدتهم في اختيار موقع وسيساعدونهم في التفاوض بشأن اتفاقيات الإيجار الخاصة بهم. حتى أن بعض الامتيازات تساعد في دعم تأمين التمويل لأصحاب الامتياز.

كيف ترى نفسك كجزء من العلامة التجارية

خلال هذه الرحلة التي بدأت بالمقارنة بين تأسيس عمل تجاري مستقل خاص بك، أو البدء بالحصول على حق امتياز تجاري، ثم المقارنة بين الأنشطة المختلفة، والعلامات المحتملة، تكون قد وصلت إلى مرحلة الاستقرار على علامة واحدة، تؤمن أنها الأفضل لك، وأنها ستحقق لك الربح والنجاح الذي تتمناه لنفسك.

أحد الأمور الهامة الأخرى، أن تنظر أيضاً إلى نفسك، وتفكر هل أنت مناسب لهذا النشاط وهذه العلامة أم لا فعلاقة الامتياز التجاري، بين المانح وصاحب الامتياز، هي علاقة طويلة ومستمرة ويومية يعتمد نجاحها في المقام الأول على مقدار التناغم، والتواصل الفعال بين الطرفين.

أنت تختار مسارا لحياتك ونموك المهني والتجاري. ستعمل مع هذه العلامة لسنوات عديدة، وفرصك في التقدم والنجاح، تعتمد على نجاح هذه التجربة، وربما تكون فرصك في التوسع عبر الحصول على وحدات امتياز أخرى من هذه العلامة أو غيرها من العلامات، مرهوناً بنجاح وحدتك الأولى.

يجب أن تتمكن من رؤية وتخيل نفسك تعمل من أجل هذه العلامة، وتدافع عنها، وتحافظ على سمعتها، وتعمل على انتشارها، لأنه جزء أساسي من نجاحك الشخصي. تخيل ببساطة أنك ستصبح جزءاً من هذه العائلة (العلامة وجميع منسوبيها - الشركة المانحة أو أصحاب الامتياز الآخرين)

حين تقرر توقيع اتفاقية امتياز فأنت تقرر بذل الجهد لخدمة هذه العلامة التي تشتري حقوقها. عليك إذاً أن تكون واثقاً من رغبتك الوفاء بهذا الالتزام.

خلاصة

الحصول على حق الامتياز

06

عند هذه المرحلة من الرحلة، أنت جاهز تماماً لتوقيع اتفاقية المنح والحصول على حق الامتياز التجاري للعلامة التي اخترتها بنفسك.

رجاء قبل توقيع اتفاقية المنح، قم بمراجعتها جيداً، بمشاركة محام متخصص في عقود الامتياز التجاري.

ستجد الكثير من البيانات داخل صفحات اتفاقية الامتياز، فيما يلي 10 أحكام أساسية موضحة بشكل أو بطريقة ما في كل اتفاقية امتياز:

أهم 10 بنود يجب أن تراجعها قبل توقيع اتفاقية المنح

02

مدة الاتفاقية

ستوضح الوثيقة مدة سريان اتفاقية الامتياز، وإمكانية تجديدها.

01

المنطقة

ستحدد اتفاقية الامتياز المنطقة التي ستعمل فيها وتحدد الحقوق الحصرية التي تتمتع بها.

04

التدريب والدعم المستمر

يقدم مانحو الامتياز برامج تدريب لأصحاب الامتياز وموظفيهم، تحدد الاتفاقية نوعية وكمية التدريب وطريقة تقديمه (نظري، عملي، ميداني، عند البداية، دوري ومستمر،)، كما يجب تحديد كافة أشكال الدعم الإداري والفني والتشغيلي في الاتفاقية.

03

العمليات

يوضح هذا القسم بالتفصيل كيف يُتوقع من أصحاب الامتياز تشغيل وحداتهم.

05

رسوم الامتياز الأولية

سيكون هناك عمومًا رسم امتياز مبدئي مقدّمًا يمنح صاحب الامتياز الحق في استخدام العلامة التجارية ونظام التشغيل لمانح الامتياز. سيتم تحديد تلك التكاليف بشكل واضح.

06

الرسوم المستمرة

تحتوي الاتفاقية على تفاصيل هيكل ملكية صاحب الامتياز. يطلب معظم مانحي الامتياز من أصحاب الامتياز دفع رسوم مستمرة، وعادة ما تكون نسبة مئوية من إجمالي المبيعات، والتي يتم دفعها غالبًا على أساس شهري.

07

شروط استخدام العلامة تجارية أو براءة اختراع أو مواد الدعاية

يجب أن توضح الاتفاقية كيف يمكن لصاحب الامتياز أن يستخدم العلامة التجارية الخاصة بمانح الامتياز وبراءات الاختراع والشعار واللافتات، وكافة الحقوق المملوكة له.

08

التسويق والإعلان

عادة يقوم مانح الامتياز بالالتزام بالتنفيذ المباشر لحملة تسويق وترويج في الدولة أو النطاق الجغرافي الأكبر من منطقتك، لخدمتك أنت وباقي أصحاب الامتياز الآخرين في هذا النطاق. يجب أن تحدد الاتفاقية بوضوح الرسوم التي يتعين عليك كصاحب امتياز دفعها مقابل هذه الخدمات، وكذلك أي التزامات عليك في تنفيذ حملات تسويق وترويج خاصة بك، يشترطها مانح الامتياز، بما فيها توفير أو مراجعة المحتوى قبل نشره.

09

سياسات حقوق التجديد أو الإنهاء أو الإلغاء

سوف تصف اتفاقية الامتياز كيف يمكن تجديد أو إنهاء الامتياز، يضمن بعض مانحي الامتياز شرط التحكيم عند نشوب خلاف، يتطلب هذا في حالة وجود الحاجة لاتخاذ إجراء قانوني أن يراجع المحكم القضية قبل أن تذهب إلى المحكمة، كذلك يجب الانتباه إلى المحكمة المحددة في الاتفاقية (ممكن أن تكون محكمة خارج دولتك)، يجب أن تراجع هذا البند بدقة.

استراتيجيات الخروج

كل امتياز له سياسة إعادة البيع الخاصة به، يسمح بعض المانحين لأصحاب الامتياز ببيع امتيازاتهم وفقاً لتقديرهم، مع اشتراط موافقة مانح الامتياز على المشتري الجديد، تشمل الاتفاقية بنود إعادة الشراء أو حق الرفض الأول. بعض الاتفاقيات تعطي الحق لمانح الامتياز بإعادة شراء الامتياز بسعر يحدده أو بسعر مقدم من مشتري محتمل.

خلاصة

«يمكن أن يكون الاستثمار في امتياز أو أن تصبح صاحب امتياز فرصة عظيمة، ولكن قبل تحديد العلامة التي ستستثمر فيها وتوقيع أي اتفاقية امتياز، قم بالبحث جيداً، وتعرف على ما يقدمه نظام الامتياز واحصل على دعم محامي امتياز مؤهل»

الاستعداد لتأسيس وتشغيل وحدتك

07

بعد توقيع اتفاقية المنح أصبحت جاهزاً للبدء في تأسيس وتشغيل وحدتك. اختيارك لنموذج الامتياز التجاري سيجعل هذه الخطوة أسهل، حيث سيقدم لك مانح الامتياز كافة أشكال الدعم التي تحتاجها خلال هذه المرحلة والتي يمكن أن تكون من خلال مجموعة أعمال رئيسية كالتالي:

قم بتوفير الاستثمار المطلوب

الآن لديك كافة التفاصيل المالية والتشغيلية التي تحتاجها لبناء خطة عملك. إذا كان الاستثمار المطلوب متوفراً بالكامل لديك، ابدأ فوراً في تأسيس وحدتك. وإن كان ينقصك جزء من المال، يمكنك التفكير في الحصول على شركاء أو تمويل.

هناك العديد من خيارات التمويل التي يمكنك وضعها في الاعتبار. يمكنك التقدم بطلب لنيل قرض مصرفي تجاري، أو التفاوض حول تسهيلات السداد لتمويل المستلزمات الرأس مالية، أو اتخاذ إجراءات القروض الحكومية الميسرة. يمكنك أيضاً التفكير في الاقتراض من العائلة أو الأصدقاء، أو البحث عن شريك للتمويل.

تذكر أنك ستحتاج إلى احتياطات نقدية كافية لتغطية النفقات حتى يبدأ العمل التجاري في جني الأرباح، والتي قد تكون في بعض الحالات بعد أشهر من الافتتاح.

ابحث عن موقع مناسب

سيزودك مانح الامتياز ببيانات تفصيلية عن اختيار الموقع، وكذلك عن المخطط التفصيلي لمساحة الموقع المطلوبة لوحدتك. غالباً يتطلب الأمر الحصول على موافقة المانح قبل توقيع عقد الايجار.

ولكن تذكر أن الامتياز التجاري مثل أي عمل تجاري آخر يعتبر النجاح في اختيار الموقع المناسب، واحداً من أهم مقومات النجاح، إحرص على بذل الجهد خلال عملية البحث، لضمان الوصول إلى أفضل البدائل المتاحة في منطقتك.

الحصول على التصاريح والتراخيص اللازمة

لكل صناعة متطلباتها الخاصة للتصاريح والتراخيص. وقد تختلف اللوائح حسب المنطقة والمدينة وأحياناً الحي. من المحتمل أن يكون لدى مانح الامتياز معرفة أساسية بالتراخيص والتصاريح اللازمة لتشغيل نظام أعماله، ومع ذلك يجب عليك مراجعة كافة الجهات ذات العلاقة والتأكد من متطلباتها، لتجنب المفاجآت المكلفة أثناء التنفيذ.

ابدأ في تجهيز وحدتك

قم باتباع أدلة التأسيس الخاصة بالمانح، ونصائحه حول الموردين المعتمدين للتجهيزات والمعدات والآلات، واحرص على استشارة أصحاب الامتياز الآخرين في منطقتك، حول أفضل الموردين والمقاولين، الذين يمكن التعامل معهم، لضمان جودة التنفيذ والالتزام بجدول التنفيذ والميزانية المقدرة. إحرص دائماً على التعامل مع جميع مورديك ومقاوليك من خلال عقود رسمية موثقة، لضمان حقوقك.

تعيين الموظفين وحضور التدريب

يعتمد عدد الموظفين اللازمين لإدارة العملية على نوع الامتياز وما قام المانح بتحديدده. لكن المانح يوفر لك معايير وإجراءات تعيينك على إتمام عمليات الإعلان والاختيار والتوظيف بسلاسة. كما أن شهرة العلامة تمثل عامل جذب للمواهب وأصحاب المهارات للتقدم للعمل معك. من ناحية أخرى فإن أحد أكثر جوانب الامتياز جاذبية لأولئك الذين يرغبون في فتح عمل تجاري هو عنصر التدريب، حيث عادة ما يوفر مانحو الامتياز تدريباً لأصحاب الامتياز ومديريهم على الأقل. ويكون التدريب مزيجاً من الفصول الدراسية والممارسة العملية. كما يزودك مانح الامتياز بنسخة من دليل عمليات الامتياز الذي يساعد فريقك على معرفة المهام الوظيفية المطلوبة من كل عضو فيه ويشرح كيفية أدائها بكفاءة وفاعلية.

جهز لافتتاح وحدتك

قبل الافتتاح، ستحتاج إلى تنبيه العملاء المحتملين إلى قرب افتتاح وحدة جديدة للعلامة التجارية في منطقتهم. غالباً ما يكون لدى مانحي الامتياز عمليات محددة للترويج والإعلانات والمبادرات الأخرى التي يتعين تنفيذها. يقوم أغلب مانحو الامتياز "بافتتاح بسيط" تشغيل تجريبي - "Soft Opening" قبل "الافتتاح الكبير".

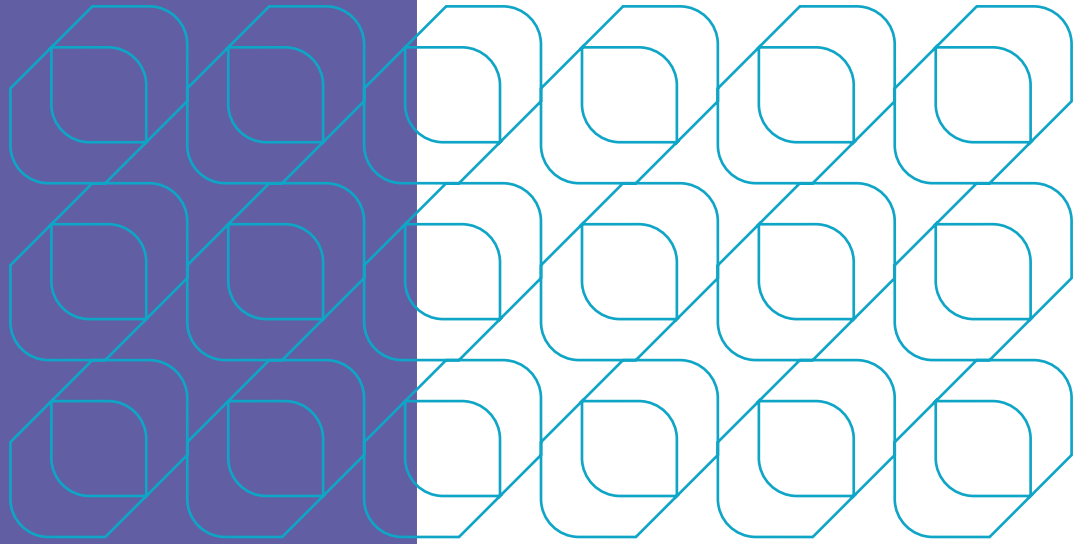
تم تصميم الافتتاح البسيط للتخفيف من المشكلات المتعلقة بتشغيل الأعمال قبل بدء الحملة التسويقية الكبيرة، يقوم مانحو الامتياز أيضاً بتوفير مشرف من قبل الشركة الأم للتواجد خلال التشغيل التجريبي وحتى يوم الافتتاح الرسمي، لتقديم الدعم ومعالجة أي مشكلات تشغيلية تظهر خلال هذه الفترة.



الفصل الرابع

المحتوى:

مهام ومسؤوليات صاحب الامتياز التجاري	69
دفع رسوم الامتياز الأولية والرسوم المستمرة	69
حماية العلامة التجارية والحفاظ على الجودة المعتمدة	69
الالتزام بنموذج العمل التجاري والنموذج التشغيلي للمانح	70
استقطاب وتوظيف وإدارة الكوادر البشرية المميزة	70
إدارة الجوانب المالية والحسابات	71
الترويج للعلامة والوصول إلى العملاء	71



مهام ومسؤوليات صاحب الامتياز التجاري



عندما يدير صاحب الامتياز مشروعًا تجاريًا ناجحًا، فإنه يساعد العلامة التجارية بأكملها، وهذا بدوره يساعد جميع أصحاب الامتياز الآخرين المرتبطين بهذه العلامة التجارية. سيتذكر الشخص الذي يتمتع بخبرة جيدة في موقع الامتياز أنه عندما يكون في مدينة أخرى ويرى شعار العلامة التجارية على موقع صاحب الامتياز الآخر، على نحو فعال، قد تكسب الخدمة الرائعة التي يقدمها أحد أصحاب الامتياز عملاء لأصحاب الامتياز الآخرين بهذه الطريقة والعكس صحيح.

بصفته صاحب امتياز، يكون صاحب العمل مسؤولاً عما يلي:

في حين أن مانح الامتياز مسؤول عن إدارة سمعة علامته التجارية، فإن أصحاب الامتياز مسؤولون عن تسويق أعمالهم في مناطق امتيازهم. وكذلك عليهم حماية صورة العلامة التجارية وتعزيزها. يعني هذا في المقام الأول الالتزام بسياسات ومعايير الجودة التي حددها مانح الامتياز. هذا يبني قوة العلامة التجارية.

يكون هذا عادة نتيجة جهد جماعي. يوفر مانح الامتياز الدعم التسويقي المناسب، ويوفر فريق التسويق المتخصص، الذي يقدم الدعم والنصائح لأصحاب الامتياز حول كيفية الحفاظ على سمعة العلامة.

تمثل هوية العلامة التجارية التي حصلت على ترخيص باستخدامها المحور الأكثر أهمية في منظومة الامتياز التجاري، حيث يتوقع العملاء، أن يجدوا كافة التفاصيل الصغيرة والكبيرة على حد سواء، داخل أي وحدة امتياز تحمل نفس العلامة التجارية، في كافة أنحاء العالم. أنها مسؤولية صاحب الامتياز الرئيسية أن يحافظ على هذا الشعور لدى العملاء.

حماية العلامة التجارية والحفاظ على الجودة المعتمدة



«تذكر أن علاقة مانح الامتياز وصاحب الامتياز الناجحة هي علاقة متوازنة من خلال التواصل الفعال. بشكل عام لديك مساحة لوضع مهاراتك وقدراتك الشخصية، فيما يتعلق بيئة منطقتك الخاصة، ولكن لا تتبعد كثيراً عن نموذج عمل مانح الامتياز»

خلاصة

إدارة الأعمال وفقاً للمعيار المتوقع من مانح الامتياز، يمثل أحد أهم ركائز منظومة الامتياز التجاري وأحد عوامل نجاحها. حيث يختلف كل امتياز عن الآخر في أنظمتها التشغيلية. وسيحدد اتفاق الامتياز بالضبط ما هو متوقع منك كصاحب امتياز.

أحياناً يتم النظر إلى قواعد الامتثال المتشددة فيما يتعلق بأنظمة وأدلة التشغيل والعمليات، على أنها قيود تحد من حرية صاحب الامتياز في التصرف في وحدته. ولكن يمكنك النظر إلى تلك القواعد على أنها حماية لك من التأثيرات الضارة التي يمكن أن تلحق بأعمالك نتيجة إساءة التصرف من أحد أصحاب الامتياز الآخرين أو موظفيه.

فنموذج الامتياز التجاري يعتمد على أن يعمل كل من مانح امتياز بالتعاون مع كافة أصحاب الامتياز معاً لبناء علامة تجارية أقوى وتمتية الأعمال التجارية للشركة المانحة ولكل صاحب امتياز على حده.

الالتزام بنموذج العمل التجاري والنموذج التشغيلي للمانح



«كصاحب امتياز فإنك توافق على اتباع نظام تشغيل مانح الامتياز. يتضمن ذلك الالتزام بالمعايير والإجراءات والممارسات التي تحددها اتفاقية الامتياز. يوفر ذلك الالتزام الحفاظ على الصورة الذهنية للعلامة لدى العملاء»

استقطاب وتوظيف وتدريب أفضل الموظفين، وإدارتهم بشكل يومي، على الرغم من المساندة التي يقدمها مانح الامتياز لصاحب الامتياز في هذا الجانب، إلا أنها تظل مسؤولية صاحب الامتياز المباشرة.

سيقدم لك مانح الامتياز تدريبًا للموظفين على مستوى الإدارة، بالإضافة إلى مواد تدريبية للموظفين المبتدئين. ولكن صاحب الامتياز سيكون مسؤولاً عن التأكد من تدريب الموظفين المبتدئين بشكل صحيح، وكذلك عن متابعة تطبيقهم لما تعلموه أثناء التدريب، التزامهم بالبرامج والأدلة التشغيلية.

استقطاب وتوظيف وإدارة الكوادر البشرية المميزة



رغم نجاحك في توفير رأس المال اللازم لتأسيس وتشغيل وحدتك، فإن مسؤولية المال، لا تنتهي عند هذه النقطة. فعملية إدارة الجوانب المالية والمحاسبية على أساس يومي ومستمر هي واحدة من أهم عناصر النجاح في تحقيق الأرباح المتوقعة عند بداية استثمارك في هذه الوحدة.

سيقدم لك مانح الامتياز الدعم اللازم حول كيفية الإدارة المالية لوحدة (يتضمن ذلك أنظمة البيع، وأنظمة المحاسبة وإدارة المخزون، ...) ولكن يتعين عليك، بشكل أساسي، تخصيص موظف أو أكثر للحسابات، وكذلك التعاقد مع مراجع حسابات معتمد، لإعداد قوائمك المالية السنوية، وضبط العلاقة المالية، خاصة مع التزاماتك المالية تجاه مانح الامتياز والتي تتضمن في الأغلب جزءاً من إيراداتك الشهرية كرسوم مستمرة.

إدارة الجوانب المالية والحسابات



يكون مانح الامتياز مسؤولاً عن تسويق العلامة التجارية على النطاق الدولي والوطني، ولكن عادةً ما يكون الأمر متروكاً لصاحب الامتياز للترويج لامتيازته داخل نطاقه المحلي. لذلك يجب أن تكون شبكة من العلاقات الجيدة في منطقتك. مع الشركات المحلية الأخرى، ويتعين عليك أن تشارك وترعى الفعاليات المحلية، وتركز على التأكد من أن العملاء في منطقتك يعرفون مدى جودة عملك الجديد.

سيقدم لك مانح الامتياز الدعم في توفير المواد الترويجية، والمحتوى التسويقي المناسب. ولكن يمكنك التفكير في مجموعة أفكار خاصة بك لتنمية أعمالك، إليك مجموعة من الأفكار الرئيسية التي تستخدم عادة لزيادة فاعلية التسويق والوصول للعملاء والحفاظ عليهم

الترويج للعلامة والوصول إلى العملاء



متابعة المنافسين وتقديم العروض التنافسية 01

استخدام محتوى ترويجي من إعداد العملاء 02

تحفيز العملاء للترويج لوجدهتك 03

برامج الولاء ومكافآت العملاء المخلصين 04

التركيز على وسائل التواصل الاجتماعي الأكثر انتشارا في منطقتك 05

استخدام المؤثرين 06

الحصول على تقييمات العملاء والاهتمام بها 07

الفصل الخامس

المحتوى:

74 ما الذي يجعل صاحب الامتياز التجاري ناجحاً؟

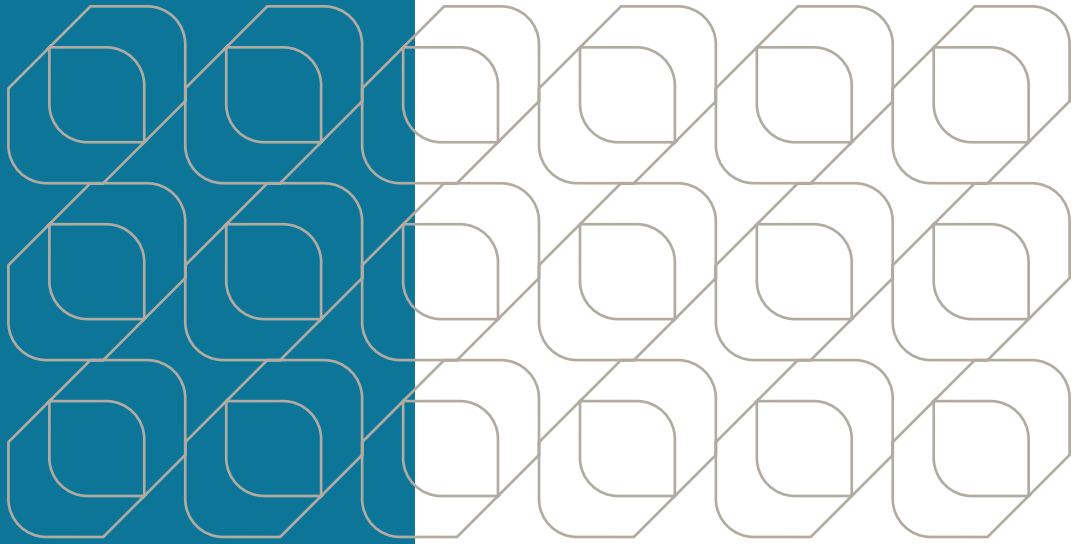
75 التواصل الفعال والعلاقات الجيدة

79 التعلم والتطوير الذاتي المستمر

81 الالتزام بتوفير الوقت والجهد المناسب لعملك

82 الطموح وصياغة خطط للتوسع المستقبلي

84 خاتمة



ما الذي يجعل صاحب الامتياز التجاري ناجحاً



إن إدارة وحدة امتياز تجاري لا تختلف كثيراً عن إدارة نشاط تجاري مستقل، في ضرورة توافر الطموح والرغبة الملحة في تحقيق النجاح، ورغم وجود منظومة عمل موحدة، يتبعها كافة أصحاب الامتياز، لنفس العلامة، إلا أنه يوجد تفاوت في مقدار النجاح الذي يحققه كل منهم، هذا الاختلاف يعتمد بشكل أساسي، على مقدار اهتمام كل منهم بإدارة وحدته وحرصه على توفير عوامل النجاح لها، فيما يلي مجموعة مهمة من النصائح حول أهم الفروق الفردية التي تصنع النجاح لأصحاب الامتياز التجاري



01 التواصل الفعال والعلاقات الجيدة

- إدارة العلامة التجارية (مانح الامتياز)
 - شبكة أصحاب الامتياز لنفس العلامة في منطقتك
 - شبكة الموردين
 - موظفوك
 - العملاء
- ضمن عملك كصاحب امتياز تجاري تمثل القدرة على بناء العلاقات وكذلك ارتفاع مستوى التواصل، أحد أهم عناصر النجاح. بشكل عام يوجد مجموعة متنوعة من نوي العلاقة بنموذج عملك ضمن منظومة الامتياز التجاري، يجب أن تحافظ على مستوى جيد من التواصل الفعال معهم.

التواصل الجيد مع إدارة العلامة التجارية «مانح الامتياز»

يعتبر التواصل بين صاحب الامتياز ومانح الامتياز ذو أهمية قصوى لإدارة وحدتك بكفاءة وفعالية، والحصول على أكبر قدر ممكن من الدعم من الشركة الأم.

بالتأكيد يتضمن نموذج الامتياز التجاري هيكل الاتصالات الذي يضمن سلاسة واستقرار التواصل بين المانح وصاحب الامتياز (مثال البريد الإلكتروني، الهاتف المباشر، والاجتماعات والزيارات، ...)، وأحياناً يتضمن اجتماعات عامة لأصحاب الامتياز في المنطقة.

عادة يستخدم مانح الامتياز قنوات التواصل لتبليغ التطورات والتحسينات وكذلك استقبال طلبات ومعرفة احتياجات الدعم التي يحتاجها صاحب الامتياز، ومن وجهة نظر صاحب الامتياز، يعد توصيل احتياجاتك واهتماماتك إلى مانح الامتياز جزءاً لا يتجزأ من أداء دورك بنجاح. على سبيل المثال، تقارير الأرباح والنفقات المنتظمة، وهو أمر ضروري لمعرفة كيف ومتى يتم تنفيذ القواعد الجديدة مثل التغييرات في التسعير. إن مهمتك هي اختبار السياسات الجديدة لمعرفة مدى نجاحها ثم تقديم تقرير إلى مانح الامتياز. الشركة الأم «مانح الامتياز»، ومجموعة موظفيه، لهم دور أساسي هو التواصل مع أصحاب الامتياز التجاري، وتقديم الدعم لهم، فهم يؤدون هذه المهمة كوظيفة محورية، مع جميع أصحاب الامتياز. ولكن تذكر أنهم في النهاية مجموعة من البشر، مستوى الاستجابة والاهتمام، سيختلف بين صاحب امتياز وآخر، بناء على الكثير من العوامل، منها الشعور الشخصي والارتياح تجاه هذا الشخص، لذلك كلما بذلت جهداً أكبر في تحسين العلاقة مع مانح الامتياز، سيدعم ذلك رحلتك نحو النجاح.



خلاصة

«مستوى التواصل الجيد بينك وبين مانح الامتياز، يوفر عليك الكثير من الوقت والجهد والمال، الذي يمكن أن تخسره نتيجة أخطاء يمكن تجنبها بالتواصل الفعال»

التواصل الجيد مع شبكة أصحاب الامتياز الآخرين لنفس العلامة «أصحاب الامتياز»

يمثل التواصل بين أصحاب الامتياز وسيلة مهمة لتعميق المعرفة في أعمال الامتياز، وفهم المشكلات التي يعانيتها أقرانك، وكذلك الاطلاع على تجاربهم الناجحة والتعلم منها. عادة لا تولي الشركات المانحة أهمية كبرى للتواصل بين أصحاب الامتياز، لذلك هي مسؤوليتك الشخصية كصاحب امتياز أن تبني شبكة علاقاتك مع أصحاب الامتياز الآخرين. لا يقتصر التواصل داخل أعمال الامتياز على مانح الامتياز. إن توفير منصة جيدة لتسهيل الاتصال بين أصحاب الامتياز الزملاء سيوسع القاعدة المعرفية لكل مالك امتياز واحد ويجعلهم يشعرون بأنهم جزء من فريق.

بعض الشركات المانحة، تؤسس منتدى داخليا لأصحاب الامتياز، يسمح بالتواصل السهل والفعال بينهم. لقد أثبت منتدى الامتياز أنه أداة ناجحة لمشاركة المعرفة لأصحاب الامتياز لأن لديهم الفرصة لمناقشة أي شيء على أساس يومي من النصائح حول كيفية أداء المهام التشغيلية بشكل أكثر كفاءة. كذلك يسمح بتقديم مقترحات حول المنتجات الجديدة والأفكار المحسنة في البيع (مثلاً إذا كان أحد أصحاب الامتياز يواجه صعوبة في أحد الإجراءات الحكومية، فيمكنه طرح أسئلة على زملائه أصحاب الامتياز من خلال المنتدى والحصول على الحل المطلوب).

كذلك يرتب أغلب مانحي الامتياز ملتقى دوري (سنوي أو نصف سنوي) لأصحاب الامتياز، ليتجمعوا وليتشاركوا الأفكار والتجارب الشخصية.

تواصلك الفعال، مع باقي أصحاب الامتياز، يوفر لك تجربة ثرية من المعرفة المتعلقة بالمشكلات التشغيلية، والعقبات المحلية التي تواجهك، وتساعدك في الاطلاع على الأفكار الإبداعية في خدمة العملاء ومواجهة المنافسين.



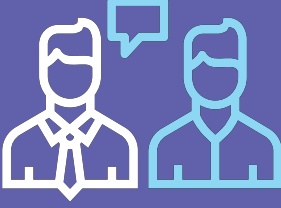
خلاصة

« كلما قمت ببناء شبكة تواصل فعالة وقوية مع باقي أصحاب الامتياز التجاري، ستتمكن من تحسين أداء وحدتك وتحقيق نتائج أفضل، وأرباح أكثر»

التواصل الجيد مع شبكة الموردين وسلسلة الإمداد والخدمات المساندة

شبكة الموردين ومقدمي الخدمات المساندة لعملك هي شريان الحياة الذي يضمن استمرار تدفق المواد الخام وكافة احتياجات ومستلزمات التشغيل بشكل مستقر. يقدم لك مانح الامتياز التوصيات الأساسية حول الموردين المعتمدين وكذلك يقوم بجزء من التفاوض للحصول على أفضل الأسعار وشروط السداد. ولكنك كصاحب امتياز «مالك ومدير الوحدة»، تحتاج إلى تعزيز علاقتك المباشرة معهم، والتي على أساسها ستحصل على الاهتمام والأولوية الدائمة. كذلك من خلال هذه العلاقة ستتمكن من الحصول على أسعار أفضل وشروط سداد أكثر مرونة.

يمكنك التفكير دائماً في التعاون مع أصحاب الامتياز الآخرين، وأي شركاء محليين، في عمليات الشراء المشترك للحصول على وفورات الحجم (الشراء بكمية أكبر للحصول على شروط شراء أفضل).



«إهتمامك وتقديرك للموردين، والتزامك بمواعيد السداد، وتنفيذ الاتفاقيات، وتحسين مستوى تواصلك معهم، سيوفر لك أولوية في الحصول على خطوط توريد مستقرة، بأفضل الأسعار وأكثر شروط السداد مرونة»

خلاصة

التواصل الداخلي الجيد (مع موظفيك)

نظرًا لالتزامات أخرى (شخصية أو متعلقة بالعمل)، قد لا تتمكن من التواجد في وحدتك كل يوم. هذا يجعل من المهم للغاية بناء علاقات قوية مع فريقك والتواصل مع كل فرد منهم بشكل فعال. يعد إنشاء علاقات قوية أمرًا ضروريًا لتحسين الأداء ورفع مستوى جودة الخدمات المقدمة للعملاء.

تشير الدراسات والبحوث المتعلقة بأداء العاملين إلى أن أكثر من 75٪ ممن يتركون العمل في شركة ما لا يكون دافعهم الأول البحث عن راتب أو أجر أعلى، بل البحث عن بيئة عمل أكثر مناسبة لهم. بالتأكيد تمثل بيئة العمل المستقرة والمحفزة للعاملين أحد أهم العوامل المؤثرة في تحسين إنتاجية العاملين ورفع كفاءتهم التشغيلية.

أحد أهم الأدوار الأساسية للمدير الناجح هو إدارة الكوادر البشرية في المنشأة وكسب ولاءهم وتحفيزهم. ولا توجد وسيلة أفضل لتحسين إنتاجية الموظفين من التواصل الفعال معهم والاستماع إلى آرائهم وجعلهم يشعرون بمدى تأثيرهم في أداء الشركة وأنهم جزء لا يتجزأ من مستقبلها.



خلاصة

«التواصل الفعال مع كل فرد من موظفي منشأتك على المستويين الشخصي والمهني، هو الوسيلة الأكثر موثوقية، لكسب ولاءهم، ورفع إنتاجيتهم، والحفاظ على جودة خدمات المنشأة وضمان رضا العملاء، وفي النهاية تحقيق الأرباح»

التواصل الفعال مع العملاء

لن يجد أي صاحب منشأة في العالم صديق أو مستشار أكثر صدقاً في نقل المشكلات والعيوب أو الإشادة بالإيجابيات، أو التعبير بصدق عن حقيقة جودة المنتجات أو الخدمات المقدمة من العملاء أنفسهم.

يرتكز محور نموذج العمل حول القيم المقدمة للعملاء. يبذل المانح، وكذلك صاحب الامتياز، الوقت والجهد لتحليل شريحة العملاء المستهدفة، ومحاولة فهم تطلعاتها، ورغباتها، وملاحظاتها على المنافسين، ليتمكن من تصميم وبناء القيم المقترحة «Value Proposition» لمنتجاته أو خدماته. والآن وقد بدأت التشغيل الفعلي، ولديك يوماً عملاء يتواجدون في وحدتك، من برأيك سيعبر عن أهمية أو جودة او مناسبة هذه القيم المقترحة أفضل منهم؟

يشير خبراء التسويق، عند محاولة تبسيط معادلة المنافسة، إلى سؤال بسيط يجب أن تطرحه على عملاءك (ما الذي يجعله يتخذ قرار الشراء من أحد المتاجر مقارنة بالمتاجر الأخرى)؟ عادة تختلف إجابات العملاء لتعطيك مجموعة من المميزات التنافسية «competitive Advantages» التي يهتم بها العملاء. هذه المميزات التنافسية. هي التي تصنع الفارق.

باستماعك الجيد وتواصلك الفعال مع عملاءك، يمكنك فهم دوافعهم للشراء، ويمكنك دائماً تحسين جودة خدمة عملاءك، والحفاظ على مستوى رضاهم، وبالتالي كسب ولاءهم الدائم.



خلاصة

«أهم مستشاريك وأكثرهم صدقاً في مصارحتك بالعيوب أو المميزات في عملك هم العملاء إحرص على الاستماع لهم، والتواصل معهم، والاستجابة المتوازنة لمتطلباتهم - هدفك النهائي هو كسب رضا العملاء وضمان ولائهم لوحدتك»



02 التعلم والتطوير الذاتي المستمر

كما أشرنا سابقاً، فإن منظومة الامتياز التجاري هي الحل المناسب لأولئك الذين يرغبون في بدء عمل تجاري، بدون وجود فكرة واضحة، أو بدون خبرة سابقة في مجال الأعمال. ولقد اخترت أن تبدأ العمل كصاحب امتياز تجاري. تدير الآن وحدتك الخاصة، وتسعى لأن تحقق النجاح في عملك، يجب عليك استكمال جوانب المعرفة المتعلقة بإدارة الأعمال، لتسهيل الوصول إلى النجاح.

يمثل التعلم والتطوير الذاتي، خاصة مع ثورة التكنولوجيا والاتصالات، وتوافر البرامج التدريبية والمحتويات التعليمية والثقافية عبر الإنترنت ووسائل التواصل الحديثة، فرصة كبيرة لك لمواصلة بناء قدراتك واستكمال مهاراتك.

إليك مجموعة من أهم مميزات وجوانب التركيز التي تحتاج إلى معرفتها حول التعلم الذاتي:

عملية تخلو من الضغط والتوتر

الفارق الأساسي بين التعلم الذاتي والتعليم التقليدي، أنه يركّز على اكتساب المهارات أكثر من تركيزه على التحصيل المعرفي. فضلاً عن أنّ المتعلّم لا يواجه أي ضغوطات أثناء التعلّم، حيث يمكنه تعلّم ما يشاء في الوقت الذي يشاء وأن يستغرق الفترة الزمنية التي تناسبه في ذلك. فالهدف النهائي هو تحقيق نتائج مرضية بغض النظر عن الفترة أو الأسلوب المستخدم في التعلم. كما أنه مدفوع ذاتياً للتعلم لرغبته واحتياجه الشخصي وليس لديه التزام تجاه مؤسسة تعليمية.

لذلك عادة نجد أنّ المتعلمين ذاتياً أكثر قدرة على التحصيل واكتساب المهارات من الأشخاص الذين يتعلّمون بطريقة تقليدية. لأنهم أصحاب القرار في نوعية التعلم والمحتوى الذي يتعلمونه وكذلك تحديد المدى الزمني للتعلم وفقاً لجدولهم الخاص. وفي الأغلب يحرصون على الموازنة بين التعلم وبين التزاماتهم المهنية والحياتية.

تحفيز الفضول

لا يوجد تعلم بدون فضول. فالدافع الأساسي لتعلم شيء هو وجود قدر من الفضول تجاه هذا الشيء المجهول لك، فالفضول هو المحرك الأساسي للعملية. الأمر الذي يجعل منها تجربة مسلية وممتعة، بل مغامرة تمكّنك من توسيع آفاقك وقدراتك وتعلّم الكثير من الأشياء الجديدة بنجاح.

إحرص دائماً على تنمية الفضول للمعرفة. وحدد بدقة ما هي الجوانب التي تحتاجها في إدارة عملك، لبناء الفضول نحوها. ومن الجوانب المهمة في ذلك الأمر، الاطلاع على تجارب رجال الأعمال الناجحين، لتحديد أهم المهارات التي صنعت نجاحاتهم، ومحاولة اكتساب هذه المعارف والمهارات.

المرونة في اختيار وسيلة التعلّم

أهم ما يميز عملية التعلم الذاتي هو مرونة وتعدد وسائل التعلم والتي تتنوع بين (دروس ومحاضرات فيديو على يوتيوب، مؤتمرات عبر الإنترنت، كتب أو محاضرات مباشرة...)، احرص على اختيار ما يناسبك منها.

فالأهم ان تكون وسيلة التعلم محفزة لك ومناسبة لظروفك واهتماماتك، لتجنب الملل أثناء التعلم. كذلك احرص على تنويع المصادر والأشخاص للحصول على أكبر قدر من الفائدة.

إضفاء معنى خاص لعملية التعلّم

لا يمكن أن تنجح عملية التعلم الذاتي بدون إضفاء طابع شخصي عليها. إنها درجتك العلمية التي قمت بتصميمها لنفسك في مجال التعلم الذي حددته لنفسك. فالتعلم الذاتي معبر عن الرغبة الشخصية لاكتساب معرفة جديدة في جوانب محددة، يهتم بها أو يحتاج لها المتعلم. إنها عملية شخصية 100%، إحرص على تحديد أهداف واضحة حول ما تحتاج إلى تعلمه، ويحقق لك استفادة محددة في تحقيق أهدافك.

تطوير مهارات حلّ المشكلات

تعتبر مهارة التعامل مع المشكلات وحلها أحد أهم المهارات المتعلقة بإدارة الأعمال. يساعدك التعلّم الذاتي على تحديد المشكلات والمبادرة في الحال بالبحث عن حلّ مناسب لها بمفردك. قد يكون ذلك من خلال سؤال الزملاء من أصحاب الامتياز أو استشارة مانح الامتياز أو عن طريق البحث على شبكة الإنترنت أو أيّ سبيل آخر.

في كلّ الأحوال فهذه العقبات والتحديات التي تواجهك خلال عملية إدارة أعمالك، هي ما تحفزك نحو التعلم والبحث عن حلول لها، وتمنحك فرصاً جديدة لتتعلّم شيئاً جديداً بما يتناسب مع سرعتك ووقتك. كذلك عادة مع تنمية عادة الفضول لديك، يدفعك التعلّم الذاتي إلى اكتساب مهارات البحث النشط عن الحلول بدلاً من انتظار حدوث المشكلات. ومع الوقت ستصبح أكثر قدرة على التكيف مع المتغيرات من حولك.

إكتساب مهارات أخرى أثناء التعلّم

يوجد مجموعة كبيرة من المهارات التي تحتاجها لإدارة أعمالك. كما أشرنا سابقاً تحتاج إلى تحديد هذه المهارات بناء على مجال أعمالك. ولكن عادة أثناء عملية التعلّم الذاتي، تستطيع اكتساب مهارات أخرى ذات أهمية عظمى، مثل إدارة الوقت، أو تقييم الذات، أو مهارات وضع الأهداف. وهي مهارات يمكن تطبيقها في مختلف المجالات الحياتية الأخرى. وهي مهارات مرتبطة بعملية التعلّم الذاتي حيث ستكتسبها تلقائياً أثناء عملية التعلّم الذاتي لاحتياجك لتحديد أهداف عملية التعلّم وتحديد مجالات التعلّم والمحتوى الذي تتعلمه والوقت الذي تبذله في عملية التعلّم.



03 الإلتزام بتوفير الوقت والجهد المناسب لعملك

الحصول على دعم الأسرة والأصدقاء

خلال رحلتك في تأسيس وإدارة وحدتك، والتزامك بتوفير الجهد والوقت اللازمين لها، من الضروري ألا تسمح للعمل بالتأثير على حياتك الخاصة. لذلك من المهم الموازنة بين عملك وحياتك الشخصية، فلا تسمح بأيّ حال من الأحوال للعمل أن يبعدك عن العائلة والأصدقاء. قم بتنظيم وقتك بما يكفل حسن سير العمل في مشروعك. بالتأكيد ستحتاج على مساندة اسرتك وأصدقائك وتفهمهم لدورك الجديد. يجب عليك أن تشركهم معك من البداية في كافة المراحل ليكون لديهم تصور واضح حول التزاماتك وتعهداتك، ولتتمكنوا من تقديم الدعم المناسب لك.

رغم التزامك بعملك، قم بتخصيص بعض الوقت للعائلة والأصدقاء، فالابتعاد عن ضغط العمل والروتين اليومي لفترات قصيرة والترفيه عن النفس يحافظ على الصحة ويجدّد النشاط ويجعلك أكثر توازناً في عملك وحياتك.

يوجد اعتقاد خاطئ لدى بعض الناس أن الحصول على حق امتياز مع علامة تجارية ناجحة ومستقرة، يشبه الحصول على شركة مطورة بالكامل، لا تحتاج إلى بذل المزيد من الجهد. صحيح أن الامتياز هو طريق يوفر الدعم لأولئك الذين لا يمتلكون خبرات سابقة، لكنه مع ذلك يتطلب الكثير من التفاني والتصميم والعمل الجاد مثل أي عمل آخر.

كونك صاحب امتياز يتطلب الكثير من الجهد والوقت، لتتمكن من إدارة وحدتك وتحقيق النجاح. إمتلاك حق الامتياز وتشغيله يتطلب العمل لساعات طويلة، وربما التضحية بعطلات نهاية الأسبوع والعطلات ووقت العائلة لفترة من الوقت.

إدارة وحدتك سيتطلب على الأقل خلال فترة التأسيس والتجهيز (من ٣ : ٦ شهور) بالإضافة إلى أول عام من التشغيل، قدر عالي من الإلتزام. حتى لو قمت بتوفير مدير متفرغ للوحدة، لكن دورك كمالك للوحدة وصاحب الامتياز، لن يمكن تعويضه، خاصة في الجوانب الأساسية لإدارة والتواصل الداخلي والخارجي.

يجب أن تكون مستعداً لهذا الإلتزام، فهو ما يصنع الفارق ويساعد على تحقيق النجاح



04 الطموح وصياغة خطط للتوسع المستقبلي

يعرف العمل أنه (الطاقة أو الجهد الحركي أو الفكري الذي يبذله الإنسان من أجل تحصيل أو إنتاج ما يؤدي إلى إشباع حاجة معينة من حاجاته الطبيعية من السلع والخدمات التي يساهم الجهد البشري أيضا في إيجادها. وهذا الإنتاج قد يكون سلعة، كما قد يكون خدمة).

سواء كنت صاحب عمل خاص مستقل أو صاحب امتياز ستحتاج إلى بذل الجهد والوقت لإدارة عملك كما ذكرنا سابقاً.

ويستهدف هذا الجهد، التركيز على الحفاظ على المنشأة وتنميتها وصناعة مستقبلها، واستمرار نجاحها وتقدمها. ويرتكز كل ذلك على طموحك الشخصي، أو بمعنى آخر سؤال الوجهة (إلى أين تريد أن تصل؟) إنه سؤال بسيط ومباشر ويبدو في غاية البساطة، ولكن تشير أغلب الدراسات المتعلقة بمجال المنشآت الصغيرة والمتوسطة في المملكة العربية السعودية إلى أن سؤال الوجهة هو المشكلة الأكبر التي تواجه رواد الأعمال في المملكة. تخيل أن لديك سيارة جاهزة ومملوءة بالوقود، وأنت تتولى قيادتها، يمكنك الانطلاق بالسيارة مثلاً من مدينة الرياض، في رحلة طولها 375 كم. هذه المسافة تقريباً يمكن أن تصل بك إلى مدينة الخبر على الساحل الشرقي للمملكة، أو تصل بك إلى مدينة بريدة في منطقة القصيم. إنها الوجهة التي تريد أن تقصدها هي ما يحدد اتجاهك وخطوات قيادتك للسيارة.

الآن أن تقود منشأتك، الجاهزة للانطلاق، يجب أن تسأل نفسك إلى أين تريد أن تصل بها، حتى لا تفاجأ أنك وصلت إلى وجهة لم تكن تقصد الوصول إليها، أن صاحب الامتياز أشبه ما يكون بقائد السيارة أو ربان السفينة، هو من يتحكم بعجلة القيادة، ويقود فريق العمل.

يجب أن تكون قادراً على تحديد أهدافك المستقبلية لوحدتك أو منشأتك. فهذه الأهداف هي التي تتعلق بطريقة توجيه المؤسسة أو المنظمة وتكشف وضعها الحالي والطموحات المستقبلية المتوقعة بناء على هذه الخطط المدروسة الموضوعية لها. وتفترض هذه التساؤلات أن الإنسان هو الذي يصنع المنظمة التي يديرها. فلا يمكن الفصل بين طموحك الشخصي وبين أهداف منشأتك.

يوجد مجموعة من الأسئلة الرئيسية التي تحتاج إلى طرحها والتفكير فيها عند صياغة خططك المستقبلية لك ولمنشأتك:

تسمى هذه الأسئلة بـ (5ws) - (what, where, why, who, when)

- 01 ماذا
ما الذي ترجوه لمنشأتك في المستقبل؟
سؤال الأهداف.
- 02 أين
أين ترى منشأتك في المستقبل؟
سؤال الوجهة.
- 03 لماذا
لماذا اخترت هذه الأهداف أو هذه الرؤية؟
سؤال التوافق بين الأهداف وطموحك ورغباتك.
- 04 من
من الذي سيقوم بكل دور من المهام والمسؤوليات اللازمة لتحقيق هذه الأهداف؟
سؤال المسؤولية.
- 05 متى
متي يمكن تحقيق هذه الأهداف؟
سؤال المدى الزمني.

بتحديد هذه الأسئلة الخمسة والإجابة عليها، فأنت جاهز لصياغة خطتك المستقبلية. إحرص على صياغة خطة موضوعية ومتوازنة وذكية لمستقبلك ومستقبل منشأتك. واحرص على مشاركتها مع فريق عملك، ليكونوا جزءاً منها، ويدرك كل عضو في الفريق مسؤولياته والتزاماته المستقبلية، ويعمل على تحقيقها. إحرص أيضاً على تحديد آلية متابعة واضحة لتحقيق هذه الخطة ومتابعة الأداء لتتأكد أنك على الطريق الصحيح.

خلاصة

«حصولك على حق امتياز تجاري هو بداية الرحلة وليس نهايتها. لقد نجحت فعلياً أن تنضم إلى صناعة الامتياز التجاري الرائدة عالمياً. حان الوقت الآن أن تبدأ في بذل الجهد لتكون واحداً من الناجحين والمؤثرين في هذه الصناعة. لديك آفاق لا حدود لها للنمو، من صاحب امتياز لوحدة صغيرة إلى أي وجهة ترى نفسك فيها. قد تصبح صاحب امتياز رئيسي أو حتى أن تصبح صاحب علامة تجارية، تمنح امتيازات على مستوى العالم، الأمر متوقف على مدى ما تبذله من جهد ووقت، ومدى اجتهادك في التعلم والتطور الذاتي، ومدى طموحك الذاتي وقدرتك على صياغة خطتك للمستقبل والالتزام بها ومتابعة تحققها»

مراجع

الدراسات و التقارير

* الغامدي، عبد الهادي محمد- 2015- إشكاليات الامتياز التجاري في المملكة العربية السعودية: دراسة تحليلية نقدية- مجلة جامعة الملك عبد العزيز: الإقتصاد و الإدارة- م19ع-1 ص ص:317-273.

* القحطاني، محمد بن دليم- 2017- مقومات تأهل المنظمات السعودية للفرنشايز: دراسة ميدانية على الشركات الوطنية صاحب الامتياز- المجلة العربية للإدارة- مج-37ع1.

* ساسية، عروسي- 2015- الطبيعة القانونية لعقد الفرانشايز- رسالة ماجستير- كلية الحقوق و العلوم السياسية- جامعة سطيف- الجزائر.

* توفيق، خلفاوي- 2015- عقد الامتياز التجاري- رسالة ماجستير- كلية الحقوق و العلوم السياسية- جامعة العربي بن مهيدي- الجزائر

* شاهين، آلاء أحمد- أبو الشامات، محمد فاروق- 2020- التكييف القانوني لعقد الفرانشايز: دراسة مقارنة- مجلة جامعة الشارقة- المجلد- 17- العدد- 1- 2616-6526

* الجمعية الدولية للامتياز التجاري 2016- International Franchise Association- تقرير
The Economic Impact of Franchised Businesses- Volume IV

* الجمعية الدولية للامتياز التجاري 2018- International Franchise Association- تقرير
Trends: Emerging Franchisors- An Examination of New Franchise Concepts

* الجمعية الدولية للامتياز التجاري 2020- International Franchise Association- تقرير
Franchise Business Economic Outlook 2020: Franchise Growth Continues

* وزارة التجارة الأمريكية- 2016- تقرير 2016 Franchising 2016; Top Markets Report

* وزارة التجارة الأمريكية- 2018- تقرير Franchising Industry: A Reference for U.S. Exporters

* جمعية الامتياز التجاري الألمانية 2013- Deutscher Franchiseverband- دليل
International Franchise: A Guide for Franchisors to Enter the German Market

* جمعية الامتياز التجاري الألمانية 2018- Deutscher Franchiseverband- دليل
International Franchise: A Guide for Franchisors Entering Into the German Market

* جمعية الامتياز التجاري الألمانية 2018- Deutscher Franchiseverband- تقرير
Franchise Statistik 2017\2018

* جمعية الامتياز التجاري الألمانية 2018- Deutscher Franchiseverband- تقرير
Franchise Statistik 2018

* شركة FranConnect لاستشارات الامتياز التجاري- 2020- تقرير
The FranConnect Franchise Sales Index Report

* هيئة الامتياز التجاري الدولية 2017- World Franchise Council- تقرير
Survey on the Economic Impact of Franchise Worldwide

* جمعية الامتياز التجاري البرازيلية 2020 - Associação Brasileira de Franchising
تقرير Performance Evaluation; 3rd Quarter

* جمعية الامتياز التجاري البرازيلية 2020 - Associação Brasileira de Franchising
تقرير Marketing Intelligence

* مؤسسة الامتياز التجاري للتعليم و البحوث Franchise Education and Research Foundation
2018- تقرير Franchise Business Economic Outlook for 2018

* مكتب الإحصاء البريطاني 2019 - National Archives, Business statistics
تقرير Business Populations Estimates for the UK and the Regions 2019

* هيئة الامتياز التجاري البريطانية 2018 - British Franchise Association
تقرير Franchise Landscape 2018

* جمعية الامتياز التجاري في جنوب أفريقيا 2020 - Franchise Association Of South Africa
تقرير The South African Franchise Market

* معهد المنشآت الصغيرة 2016 - Small Business Institute
تقرير The Number of Formal Micro, Small & Medium Businesses in South Africa

* شركة Getting The Deal Through لاستشارات الامتياز التجاري - 2011
تقرير Franchise in 32 jurisdictions worldwide

* وزارة التجارة و الاستثمار الألمانية - 2011 دليل Franchising In Germany

المواقع الإلكترونية

* جمعية الامتياز التجاري في جنوب أفريقيا 2020 - Franchise Association of South Africa - 2020
Franchising's Massive Contribution to Global Economic Output- fasa.co.za

* جمعية الامتياز التجاري الألمانية 2019 - Deutscher Franchiseverband - 2019
Global Opportunities in the German Market- franchiseverband.com

* موقع Franchise Blast - 2020
How COVID-19 Shot Franchising Three Years into the Future- franchiseblast.com

* موقع الاستخبارات المركزية الأمريكية - 2021- cia.gov
The World Factbook-

* موقع Franchise Direct - 2020
A Look at How Franchises Impact the Economy- franchisedirect.com

* مكتب الإحصاء الأمريكي - Franchising in 2018- Economic Census Shows Franchising Key to Many Industries-
America: Not Just Fast-Food Restaurants- census.gov

* موقع The Franchise Company - 2019
BFA/NatWest Franchise Survey 2018- franchisecompany.co.uk

* مكتب الإحصاء البريطاني 2016 - Office for National Statistics - 2016
UK Labour Market- UK Labour Market- ons.gov.uk

* موقع Proactive Marketing - 2016
UK Franchise Industry growth in one simple Infographic- proactive.marketing

* موقع Trading Economics - 2020
South Africa Employed Persons | 1973-2020 Data- tradingeconomics.com

* موقع Trading Economics - 2020
Germany Employed Persons | 1992-2020 Data- tradingeconomics.com

* موقع Trading Economics - 2020
Brazil Labor Force Participation Rate | 2012-2020 Data- tradingeconomics.com

* موقع Business Tech - 2018
The Alarming Truth About the Number of Small Businesses in South Africa- businesstech.co.za

* مشروع الامتياز التجاري البرازيلي 2019 - Franchise Market in Brazil - 2019
Check out the Brazilian franchise brands in operation in exterior- abf.com.br

* موقع وزارة التجارة و الاستثمار السعودية - 2019 نظام الامتياز التجاري - الأنظمة واللوائح
mci.gov.sa

* موقع جدوى نت - 2020 الامتياز التجاري في المملكة العربية السعودية - الامتياز التجاري (الفرنشايز) في المملكة
العربية السعودية - eljadwa.com

* الجمعية الدولية للامتياز التجاري International Franchise Association- 2016
New Economic Impact Study Shows Franchise Businesses Produce Significant Impact on U.S. Economy- fran-
chisefoundation.org

* موقع مجلة 2020 Global Franchise-
Franchising Trends to Watch Out for in 2021- globalfranchisemagazine.com 10

* موقع هيئة التجارة الدولية، وزارة التجارة الأمريكية International Trade Administration
Saudi Arabia Franchising: Discusses opportunities for U.S. franchisors and legal requirements in the 2020-
market- export.gov

شكرًا لكم

خاتمة

نرجو في مركز الامتياز التجاري بالهيئة العامة للمنشآت الصغيرة والمتوسطة «منشآت»، أن يكون هذا الدليل قد قدم لك رحلة شيقة وممتعة ومفيدة، بداية من التفكير في بدء عملك التجاري، بشكل مستقل أو من خلال الحصول على حق امتياز تجاري، وأن تصبح صاحب امتياز، ويكون قدم لك مساعدة مفيدة، حول كيفية اختيار القطاع الأنسب لك للاستثمار فيه، وكذلك كيفية المفاضلة والاختيار بين العلامات المانحة للامتياز التجاري، وساعدك على اتخاذ القرار الصحيح، حول العلامة التي ستربط بها، وتصبح صاحب امتياز معها.

وقدم لك العون، في رحلتك كصاحب امتياز تجاري، خلال مراحل عملك، بدءاً، من توقيع اتفاقية المنح، وصولاً إلى تأسيس وافتتاح وتشغيل وحدتك بنجاح، وقدم لك بعض النصائح المفيدة، حول أهم المسؤوليات التي ستلتزم بها كونك صاحب امتياز تجاري، وكذلك أضاء لك الطريق نحو المستقبل، لقيادة منشأتك نحو النجاح، ومساندة تحقيق طموحك المستقبلي، لتكون عضواً مؤثراً في صناعة الامتياز التجاري، وتساهم بفاعلية في تنمية الاقتصاد الوطني وتصبح جزءاً من رؤية المملكة 2030، التي تستهدف، دعم وزيادة أثر المنشآت الصغيرة والمتوسطة ومساهمتها في الناتج المحلي، ودعم توفير الوظائف وفرص العمل المستدامة، للشباب السعودي.

ونحن في مركز الامتياز التجاري، ومنشآت، نتطلع لتواصلك الدائم معنا، واستفادتك من منظومة الدعم والخدمات التي يقدمها المركز، لمساندة وتنمية صناعة الامتياز التجاري في المملكة.



يمكنك إيجاد المزيد عن

خدمات المركز الخاصة بالامتياز التجاري عبر منصة الامتياز التجاري

<https://emtiyaz.sa/>

أو كافة خدمات «منشآت»، للمنشآت الصغيرة والمتوسطة

<https://www.monshaat.gov.sa/ar>



الهيئة العامة للمنشآت
الصغيرة والمتوسطة