

KUTO

Kuşadası Ticaret Odası
Chamber of Commerce



GİRİŞİMCİLER ve YATIRIMCILAR İÇİN FRANCHISING REHBERİ

(2011)

Bu çalışma, 28-03 Eylül 2011 tarihli, 2011/35 sayılı "Ekonomist" dergisinde yayımlanan ve Burcu Tuvay tarafından kaleme alınan "Franchise 100" konulu makale ile "Türk Franchise Derneği" (UFRAD) (<http://www.franchisedunyasi.com>) ve "Avrupa Franchising Federasyonu (EFF, European Franchising Federation, <http://www.eff-franchise.com/>) verilerine dayanılarak hazırlanmıştır.

İÇİNDEKİLER

	<u>SAYFA</u>
Sunuş.....	3
1. Franchising Nedir?.....	4
2. Franchising Türleri.....	5
3. Franchising Sisteminin Franchisee Açısından Yararları.....	7
4. Franchising Sisteminin Franchisee Açısından Sakıncaları.....	8
5. Franchising Sisteminin Franchisor Açısından Yararları.....	8
6. Franchising Sisteminin Franchisor Açısından Sakıncaları.....	8
7. Franchise Almayı Düşünenlerin Franchisor Seçerken Dikkat Etmesi Gereken Hususlar.....	8
8. Franchisee ve Franchisor'ın Yükümlülükleri.....	10
9. Franchise Bedeli "Franchisee Fee"nin Ödeme Şekilleri.....	11
10. Franchising Sisteminin Uygulama Aşamaları.....	11
11. Yeni Franchising Fırsatları.....	12



Sunuş

Literatürde franchising, “bir ürün veya hizmetin imtiyaz hakkına sahip tarafın, belirli bir süre şart ve sınırlamalar dahilinde işin yönetim ve organizasyonuna ilişkin bilgi ve destek (know-how) sağlamak sureti ile, imtiyaz hakkını ticari işler yürütmek üzere ikinci tarafa verdiği imtiyazdan doğan, uzun dönemli ve sürekli bir iş ilişkilerinin bütünü” olarak tanımlanmaktadır. İlk olarak ABD’de uygulanmaya başlayan bu sistem zaman ile tüm dünyaya yayılmıştır. Otomobil kiralamadan, gıdaya, eğitim ve sağlık hizmetlerinden tekstile, perakende satış mağazalarından fast-food’a kadar pek çok sektörü kapsamaktadır.

Avrupa Franchise Federasyonu (European Franchise Federation, EFF) istatistiklerine göre, Türkiye Franchise zinciri sayısında Avrupa’da birinci sıradadır. 1876 franchise işletmesine sahip Türkiye’yi 1375 marka ile Fransa, 960 marka ile Almanya izlemektedir.

Türkiye Franchisee Derneği verilerine göre, Türkiye’de franchising sisteminin yarattığı iş hacminin, 50 milyar dolara yaklaştığı tahmin edilmektedir. Her ay yaklaşık 1000 girişimci ve yatırımcı, franchisee almak için şirketlere başvurmaktadır. Bu başvuruların yaklaşık % 75’i başarı ile sonuçlanmaktadır. 5 yıl içinde sektörün hacminin 70 milyar dolara ulaşacağı öngörülmektedir.

İlçemiz ticari hayatının zenginleşmesi, rekabet ortamının iyileşmesi ve hizmet kalitemizin yükselmesi için ilçemize yatırımların artması, ulusal ve uluslararası markaların ilçemize gelmesinin teşvik edilmesi gerekmektedir. Bunu sağlamanın yollarından birisi ise “franchising sistemi”dir.

Çalışmanın, Kuşadası’nda franchisee almayı düşünen yeni girişimcilere ve yatırımcılara yol göstermesi bakımından faydalı olması dileğiyle bol kazançlı günler dilerim.

Serdar AKDOĞAN

Yönetim Kurulu Başkanı

1-Franchising Nedir?

Franchising bir ürün veya hizmetin imtiyaz hakkına sahip tarafın, belirli bir süre şart ve sınırlamalar dâhilinde işin yönetim ve organizasyonuna ilişkin bilgi ve destek (know-how) sağlamak sureti ile imtiyaz hakkını ticari işler yürütmek üzere ikinci tarafa verdiği imtiyazdan doğan, uzun dönemli ve sürekli bir iş ilişkilerinin bütünüdür.

Franchising, birbirinden bağımsız iki taraf arasında meydana getirilen sözleşmesel bir ilişkidir. Franchising, sistemin yaratılma ve ilk uygulama yeri olan A.B.D' de başlamıştır. Bu sistem ile çalışan yaklaşık 60 iş kolu mevcuttur. Bunlar arasında; Otomobil Kiralama, Otomobil Servis Ürünleri, İş Yardım Servisleri, İş Araçları, Giyim ve Ayakkabı, Yapı Dekorasyon, Bilgisayar, Kozmetik, Perakende Satış Mağazaları, Eğitim, Yiyecek, Sağlık Ürünleri, Ev Aletleri, Kuru Temizleme, Fast-Food, Otelcilik ve Lokanta vb. sektörler bulunmaktadır. Özellikle hizmet sektöründe çeşitlendirme hızla artmaktadır. Lügat manası "imtiyaz" olan Franchise, İngilizce bir kelimedir. Fransızca "Affanchir" olan franchise sözcüğünden "Franchising İmtiyaz Verme" kelimesi türetilmiştir. Franchisor; ürüne, hizmete veya bilgi birikimine ve bunlara ait denenmiş, kalitesi kanıtlanmış ve başarılı bir markaya, isme sahip ve bunların satış dağıtım veya işletme hakkını belirli bir bedel karşılığı veren taraftır.

Franchisor, kendisi ve bireysel Franchisee'lerinden oluşan franchising sisteminin kurucusu ve uzun vadeli koruyucusudur.

Franchisee; doğrudan veya dolaylı bir malı bedel karşılığında Franchisor'un ticari adını ve/veya hizmet markasını, know-how'ını iş görme ve teknik yöntemlerini, sistemini ve diğer sınai ve/veya fikri mülkiye haklarını kullanma hak ve zorunluluğunu, taraflar arasında bu amaçla yapılan yazılı Franchise Anlaşması süresi ve kapsamı içinde devamlı olarak alacağı ticari ve teknik destek ile üstlenir. Franchisee'nin Franchisor'a ödediği bedel; isim, marka veya sistemi kullanma hakkı karşılığında ödenen bir başlangıç ücreti "Franchisee Fee"den ve yıllık ciro ve kardan, anlaşmada belirlenen oranlarda, yüzde olarak ödenen ücretlerden "Royalty"den oluşur.

2. Franchising türleri

Franchising sistemini uygulamaları açısından iki grupta incelemek mümkündür. Sistemin uygulandığı ülkeye göre: Ulusal ve Uluslararası Franchising'den söz edilebilir. Sunulan fırsatlar açısından; Ürün ve Marka Franchising'i, İşletme Sistemi Franchising'i şeklinde sınıflandırma yapmak mümkündür.

A. Ulusal ve Uluslararası Franchising

Franchising Sözleşmesi bir ülke sınırları içerisinde, şehirler ya da bölgeler arasında yapılıyorsa Ulusal Franchising, iki ülke arasında yapılıyorsa Uluslararası Franchising'den söz edilebilir.

B. Ürün ve Marka Franchising

Ürün ve Marka Franchising'i ABD'de üretici ve satıcı arasında bağımsız bir satış ilişkisi şeklinde başlamıştır. Bu ilişki çerçevesinde satıcı firma, kendini üretici firma ile özdeşleştirmeye çalışmaktadır. Belirli ürünlerin benzer görünümdeki bağımsız işletmelerde pazarlanması sonucu, üretici ile imaj birleşmesi sağlanmaktadır. Bu tür franchising'de esas olan belirli bir marka ya da ticari ünvanının kullanılmasıdır. Ayrıca imtiyazı veren firma karşı taraf üzerinde sevk ve idare dâhil geniş ve sürekli bir denetim hakkına sahiptir. Bazı basit konularda, franchisee alan kuruluş üretim safhasına da girebilir. Otomobil ve kamyon satıcıları, benzin istasyonları, alkolsüz içki üreticileri bu tür franchising'in en tipik örneklerini oluşturmaktadır.

C. İşletme Sistemi Franchising

Franchisingin bir başka türü işletme franchisingidir. Burada Franchisee ve Franchisor arasında sadece ürün, servis ve marka alanında değil, bir bütün olarak işletme sistemi içerisinde pazarlama ve üretimle ilgili tüm faaliyetler yer alır. Çok basit bir anlatımla, bu tür franchising "Akıl Satmak" şeklinde tanımlanabilir. Oteller, restoranlar, perakende satış mağazaları, kiralama ve danışmanlık hizmetleri bu sınıflandırma içerisinde yer alır. Son yıllarda işletme sistemi franchising'inin büyüme hızı diğer franchising'lere göre daha fazladır. İşletme sistemi franchising'i diyebileceğimiz "Business Format Franchising" sözleşmesinde yer alan 4 temel unsur şunlardır:

- ✓ Franchisor sahip olduğu belirli bir ismin veya markanın kullanılması için Franchisee'ye izin verir.
- ✓ Franchisee üzerinde, sözleşme süresince devam eden bir denetimi mevcuttur.
- ✓ Yine sözleşme boyunca Franchisor, Franchisee'ye belirli yardım ve hizmetlerde bulunur.
- ✓ Bu imtiyaza karşılık bedelin ödeme şekli olan "Royalty" nin miktarı periyodik ödemeler şeklinde tespit edilir.

3. Franchising sisteminin Franchisee açısından yararları

Franchising sisteminin franchisee açısından yararları: o Daha önce denemiş, başarısı kanıtlanmış ve tanınmış bir marka ile birlikte, işletme sistemine ait teknikleri ve prosedürleri kullanmak mümkün olmaktadır.

- ✓ Marka ile birlikte Ulusal veya Uluslararası standarda ve kaliteye sahip olunmaktadır.
- ✓ Tanınmış markaların sağladığı sürekli müşteri ve iş yapma imkanı doğmaktadır.
- ✓ Franchise veren işletme Franchisee'ye eğitim hizmetleri ve uzman personel desteği sağlanmaktadır.
- ✓ Kaliteli personel bulma, işe alma ve yetiştirme konularında franchise veren işletmenin tekniklerinden yararlanılmaktadır.
- ✓ Mali, ticari ve personel konularında sağlanan destekle, teknik işlemlere ağırlık verilip başarı şansı arttırılmaktadır.
- ✓ Franchisor ile ortak hareket edilerek küçük işletmelerin karşılaşacakları risk ve işletmecilik sorunları minimize edilmektedir.
- ✓ Franchise veren işletmenin mali ve hukuk danışmanlarından yararlanılmaktadır.
- ✓ Franchisor'ın sürekli olarak yaptığı araştırma ve geliştirme çabalarından yararlanılmaktadır.

- ✓ İşletmenin kuruluş aşamasında ve kuruluş yerinin seçiminde bilimsel tekniklerin kullanılması mümkün olmaktadır.
- ✓ Kuruluş aşamasında leasing vb. kaynaklardan finansal destek sağlanması mümkün olmaktadır.
- ✓ Reklam ve tanıtma giderlerinden tasarruf sağlanmaktadır.
- ✓ Franchising sistemi, girişimcinin yalnızlığını ortadan kaldırarak, kendi işini kurmanın getirdiği riskleri azaltmaktadır.
- ✓ Franchisor'a yapılan ödemeler, başlangıçta, yeni bir işin ön yatırımından daha fazla olmasına rağmen, denenmemiş bir iş için yapılacak hata bedellerinin toplamından azdır.
- ✓ İşletmeler için standart yönetim, muhasebe, satış ve stoklama fonksiyonları mümkün olmaktadır.

4. Franchising sisteminin Franchisee açısından sakıncaları

- ✓ Yaratıcılık yok olmaktadır.
- ✓ Franchisor'ın koyduğu bir takım kurallara ve kısıtlamalara uyma zorunluluğu ortaya çıkmaktadır.
- ✓ Sözleşme aşamasında yeterli araştırma yapılmadığında, karın önemli bir kısmı franchisor'a gitmektedir.
- ✓ Sözleşme konusu ürünün yaygın kullanımı, giriş aidatlarını yükseltmektedir.
- ✓ Anlaşma gereğince franchisor'dan alınması zorunlu bazı ürünlerin piyasadan daha ucuza alınması mümkün olabilmektedir.
- ✓ Sözleşmelerde boşlukların olması durumunda sistemin franchisor lehine çalışması mümkün olabilmektedir.
- ✓ Franchisor'un Franchisee'ye güvensizliği, sözleşme ile sağlanan hak ve imkanların sınırlı tutulmasına neden olmaktadır. Bu durumda taraflar arasında sürtüşmeler doğmaktadır.

5. Franchising sisteminin Franchisor açısından yararları nelerdir?

- ✓ Franchise alan işletmelerin yapacağı giriş ödentisi vb. ödemeler yeni yatırım yapmaksızın franchisor'un karını arttırmaktadır.
- ✓ En az maliyetle büyüme ve gelişme sağlamaktadır.
- ✓ Büyüme ve iş hacminin artması sonucu verimlilik ve iktisadilik artmaktadır.
- ✓ Mal ve hizmetlerin daha fazla satılması Franchisor'ın Finansal kuruluşlardan kredi bulma imkânını arttırmaktadır.
- ✓ Daha hızlı ve selektif bir dağıtım söz konusu olmaktadır.
- ✓ Dağıtım sisteminin rahat ve denetimi mümkün olmaktadır.
- ✓ Pazar ile ilgili hızlı ve sürekli bilgi akışı sağlanmaktadır.

6. Franchising sisteminin Franchisor açısından sakıncaları nelerdir?

- ✓ Sisteme giriş aidatlarının bazen tahsil edilememesi söz konusu olmaktadır.
- ✓ Franchisee işletmelere sağlanan mal, hizmet vb. bedellerini tahsilinde güçlükler söz konusu olmaktadır.
- ✓ Franchisee işletmelerin sistemin sağlayacağı yararları tek taraflı olarak, franchise veren işletmelerden beklemeleri, iş birliği anlayışını zedelemektedir.
- ✓ Başarılı ve kalitesi kanıtlanmış bir marka veya isim franchisee'nin hatalı faaliyetleri sonucu zarar görebilir. Bunun önlenmesi için sıkı bir denetim şarttır.

7. Franchisee almayı düşünenlerin Franchisor seçerken dikkat etmesi gereken hususlar

Franchisor firmanın verdiği bilgilerin neler olması gerektiği ABD'de kesin olarak tanımlanmıştır. Ülkemizde ise kesin bir tanımı yoktur. ABD'de franchisee'lerin ve bayilerin ortak bir derneği vardır" American Associated of Franchisees & Dealers". Dernek franchise

almayı düşünenlere, franchisor seçerken dikkat edilmesi gereken hususları 7 başlık altında belirtmiştir.

A-Franchisor firma öncelikle mal ve hizmetini satmaya çalışmalıdır.

Bazı firmalar öncelikle franchise satmayı tercih ederler. Kısa vadede hızla satılan dükkanlardan gelen para, uzun vadede dükkanların gelirinden alınacak yüzdelerden daha cazip olabilir. Bu durumda franchisee kendini kısa süre sonra yalnız bulabilir. Ülkemize başlangıçta dünyanın en tanınmış ve güvenilir zincirleri geldi. Bunların oluşturduğu pembe tablo yatırımcıyı yanıltmamalıdır. Her ülkelerde olduğu gibi hızla Franchisee'ler oluşturup sonra ortadan kaybolan zincirler bizde de türeyebilir. Franchisee adayı bu noktayı iyi değerlendirmelidir.

B-Franchisor firma pazarlama kanalı olarak öncelikle Franchisee'lerini kullanmalıdır.

Satışının çoğunu kendi dükkanlarında yapan ve malını, kitler, katalog, tv gibi değişik kanallardan pazarlayan franchisorlar tercih edilmelidir. Franchisor pazarlamada Franchisee'ye muhtaç durumda ise daha iyi ilişkilerin kurulması doğaldır.

C-Üretilen mal veya hizmetin hazır bir pazarı olmalıdır.

Pazarı doymuş bir ürün veya bağımsız işletmelerden alınmaya alışılmış bir hizmet söz konusu ise zincirin halkası olmak, beklenen verimi getirmeyebilir. Örneğin, sıcak bir lokanta veya otel atmosferi ancak tanıdığınız bir kişinin işlettiği küçük bir yerde bulunur. Zincir işletmeye girdiğinizde ister istemez birbirinin aynı "Kişiliksizleştirilmiş" bir ortam bulursunuz.

D-Marka iyi bilinmeli ve tanınmalıdır.

Yatırımcıyı franchise almaya yönlendiren en önemli etken markadır. Markanın hangi kesimlerce, nasıl bilindiği üzerinde durulmalıdır. Değişik tüketici gruplarının görüşleri alınmadan franchise almaya karar verilmemelidir.

E-Franchisor firma yeterli eğitim, sürekli destek ve etkili bir pazarlama sunabilmelidir.

F-Franchisor firmanın Franchisee'leri ile ilişkiler iyi olmalıdır.

Sistemin işleyişi, eğitimin yeterliliği açısından Franchisor'ın bilgisi sorgulanmalıdır. Franchisor aleyhine açılmış dava olup olmadığı, gerekçeleri ve sonuçları öğrenilmelidir.

G- Franchisee veya Franchisor tarafından işletilen dükkânların satış ve maliyetlerinin detayları açıklıkla verilmelidir.

8.Franchisee ve Franchisor'ın Yükümlülükleri

A- Franchisor'ın yükümlülükleri

Franchisor aşağıdaki şartları yerine getirmelidir:

- ✓ Bir iş sistemini franchisee zinciri haline getirmeden önce, makul bir süre boyunca ve en azından bir örnek işletmede başarıyla yürütmelidir.
- ✓ Zincirin isim, marka ve diğer ayırt edici özelliklerin sahibi olmalı veya yasal olarak kullanım hakkına sahip olmalıdır.
- ✓ Anlaşma süresince bireysel Franchisee'ye başlangıçtaki eğitimi ve sürekli ticari veya teknik desteği verebilmelidir.

B- Franchisee'nin yükümlülükleri nelerdir?

Bireysel franchisee aşağıdaki şartları yerine getirmelidir:

- ✓ Franchisee işletmesinin gelişmesi ve franchisee sisteminin ortak kimliği ve saygınlığının korunması için azami gayreti göstermelidir.
- ✓ Franchisor'ın verimli yönetimi için, Franchisee performansının ve mali durumunun belirlenmesini kolaylaştıracak işletme bilgilerini vermelidir. Franchisor'ın talebi üzerine Franchisor'ın ve/veya temsilcinin bireysel franchisee'nin işletme kayıtlarında makul zamanlarda çalışmasına izin verilmelidir.

C- Her iki tarafın sürekli yükümlülükleri nelerdir?

Taraflar birbirleriyle ilişkilerinde dürüst davranmalıdırlar. Franchisor anlaşmanın her ihlalinde, bireysel franchisee'ını yazılı olarak ikaz etmeli ve kusurun giderilmesi için makul süre tanımalıdır. Taraflar şikâyet, tasa ve anlaşmazlıklarını samimi ve iyi niyetle, dürüst ve makul doğrudan temas ve müzakere ile çözmelidir.

9- Franchisee Bedeli "Franchisee Fee"nin Ödeme Şekilleri

Franchisee'nin kullanma hakkını aldığı marka ve sistem için, Franchisor'a yapacağı ödemeler çeşitli şekillerde olabilir. Sözleşmenin akdi ile yapılan toplu ödeme (ön ödeme/ Lump Surn Fees), devamlı ve belli dönemler halinde yapılan ödemeler (Royalty). Royalty ödemeleri genellikle brüt ciro üzerinden hesaplanır ve cironun bir oranı şeklinde saptanır. Nadiren aylık maktu ücretler halinde de belirlenebilir. Franchisor verdiği destek hizmetleri için ek ödemeler isteyebilir. Bu ödeme franchisor'un verdiği hizmetler dolayısıyla yaptığı masrafların karşılanmasına yöneliktir. Ödemelerin ne şekilde yapılacağı (nakit, açık hesap, akreditifli ödemeler vs.) da sözleşmenin bu başlığı altında düzenlenir.

10- Franchising Sisteminin Uygulama Aşamaları

Franchisor firma öncelikle franchisee'ye bir tanıtım dosyası hazırlamalıdır. Bu tanıtım dosyası ana firma ile ilgili bilgi paketinden ve formdan oluşur. Bu bilgi paketi ile ilgili kişisel ve mali bilgileri içerir. Ayrıca Franchisor'ın Franchisee'ye vermekle yükümlü olduğu 3 adet el kitabı vardır. Bunlardan birincisi, ana şirket içi operasyonu anlatan kitap; ikincisi, franchisee'nin uyması zorunlu olduğu kuralları içeren franchisee şirket içi operasyon kitabı ve son olarak da franchisee'ye nasıl işleteceğine dair tüm bilgileri içeren işletme bilgileridir. Bu işletme kitabı ile birlikte know-how'da verilmektedir. Franchisee, franchisor'ı seçerken çok dikkatli olmalıdır. Kişisel ve mali açıdan iyi analiz etmelidir. Aynı zamanda Franchisor'da Franchisee için aynı araştırmayı yapar. Karşılıklı olarak tanıma aşaması tamamlandıktan sonra franchisor ile franchisee görüşmelere başlarlar. Faaliyet Bölgesi belirlenir. Belirlenen faaliyet bölgesi göz önünde bulundurularak fizibilite çalışması yapılır. Bu fizibilite çalışmasında gerekli sermaye, ödeme koşulları, yatırımın ne kadar sürede geri amorti edeceği belirtilir ve bu fizibilite çalışması franchisee'nin önüne konur. Bu fizibilite çalışmasının sonucu franchisee için karar aşamasıdır. Franchisee karar verdikten sonra sözleşme imzalanır. Bu sözleşme çok detaylı ve her hususu kapsayacak şekilde olmalıdır. Sözleşmenin imzalanması ile birlikte franchisee'nin ödemeleri de başlamalıdır. Ödeme planı sözleşme ekibine verilmekte ve ödeme planı her firma bazında değişmektedir. Bu anlaşmalardan sonra franchisee'nin birim hazırlığı başlar. Bu birim hazırlığı mağazanın dekorasyonunu, franchisee'nin ve elemanlarının eğitimini

içermektedir. Bazı franchisorlar birim hazırlığını üstlenerek anahtar teslimi her şeyi hazırlamaktadırlar. Anahtar teslim hazırlığın avantajı maliyetleri minimize edecek şekilde ana firmanın hazırlıkları yapması ve franchisee'ye yol göstermelidir. Hazırlıklar bittikten sonra franchisee işe başlar. Bu başlangıç süresince franchisee'ye yardımcı olmak amacıyla franchisor firmadan bir destek elemanı franchisee'nin yanında olur.

11. Yeni Franchising Fırsatları

Aşağıdaki tablo Ekonomist dergisinde yayımlanan ve Türkiye genelinde Franchising verecek olan firmaları, sektörleri, illeri, ödenmesi gereken miktarları ve franchising veren şirketlerin telefonlarını göstermektedir. Söz konusu tablo franchising veren şirketlerin büyüklüklerine göre sıralanmıştır.

	Şirket	Toplam Franchisee Sayısı	Yeni Franchisee Sayısı	Başlangıç Bedeli	Royalty (Cirodan Alınan Pay)	Hedef İller	Telefon
1	İstikbal	825	20	Mağazanın büyüklüğüne göre değişiyor	Alınmıyor	İstanbul, Ankara, İzmir, Bursa, Diyarbakır, Bolu; Ardahan, Ağrı ve Uşak'a öncelik tanınıyor.	0 352 207 18 00
2	Bellona	715	25	Mağazanın büyüklüğüne göre değişiyor	Alınmıyor	İstanbul, Ankara, İzmir, Bursa, Adana, Gaziantep, Antalya, Eskişehir, Afyon, Kahramanmaraş ve Ağrı'ya öncelik tanınıyor.	0 352 207 18 00
3	Kredix	500	1500	15.000 TL-60.000 TL	Alınmıyor	Türkiye geneli	0 212 290 68 68
4	Mavi Jeans	440	23	Alınmıyor	Alınmıyor	Adapazarı, Adıyaman, Amasya, Ankara, Antalya, Bartın, Bolu, Bursa, Erzincan, İstanbul, Kırşehir, Samsun, Şırnak ve Yozgat	0 212 371 20 00
5	Turyap	381	119	9.000 \$	Alınmıyor	Türkiye geneli	0 212 373 13 00
6	Diasa	364	353	2.500 €	Alınmıyor	Ankara ve Güneydoğu Bölgesi	0 212 329 39 51
7	Faturavizyon	322	178	5.000 TL + KDV	% 1	Büyük şehirler	0 216 444 10 35
8	Mado	276	20	250 m ² bir Mado Cafe için 450.000-600.000 TL	Şehirlere göre belirleniyor	Ege ve Karadeniz Bölgesi	0 216 472 53 04
9	Aktif İleti	250	50	2.000 \$'dan başlıyor	500 \$	Türkiye geneli	0 532 111 22 22
10	Komagene	230	150	15.000 TL– 30.000 TL	Alınmıyor	Türkiye geneli	0 541 357 30 04
11	Remax	210	65	13.000 \$ -24.000 \$	İllere göre değişiyor	Eskişehir, Balıkesir, Adana, Bursa, Mersin ve Doğu Anadolu Bölgesi	0 212 232 48 20
12	Simit Sarayı	203	117	Yurt içi franchise giriş bedeli 20.000 €	% 3 - % 6	İstanbul, Ankara, Antalya	0 216 564 44 57

	Şirket	Toplam Franchisee Sayısı	Yeni Franchisee Sayısı	Başlangıç Bedeli	Royalty (Cirodan Alınan Pay)	Hedef İller	Telefon
13	PizzaPizza	200	30	30.000 TL	Aylık 250 \$ reklam katkı bedeli alıyor.	İstanbul, İzmir, Kütahya, Tekirdağ, Edirne, Niğde, Artvin, Diyarbakır, İskenderun, Hatay, Zonguldak, Siirt, Ağrı, Van, Ankara, Mersin, Antalya, Adana, Konya ve Kayseri	0 232 853 70 70
14	B-Fit	176	74	35.000 TL+KDV	350 TL+KDV	Türkiye geneli	0 216 700 22 17
15	Özsüt	161	39	Kafe konsepti için isim hakkı bedeli 25.000 \$+KDV, fırın konsepti için 30.000 \$+KDV	Alınmıyor	Türkiye geneli	www.ozsut.com.tr
16	Çiğ Köftem	148	152	20.000 TL – 30.000 TL	Alınmıyor	Türkiye, Avrupa ve ABD başta olmak üzere dünya geneli	0 212 444 21 26
17	Doğtaş	130	25	Alınmıyor	Alınmıyor	Türkiye geneli	www.dogtas.com.tr
18	İşbir Yatak	129	60	150.000 TL – 400.000 TL	Alınmıyor	Diyarbakır, Urfa, Erzurum, Aydın, Kütahya, Sivas, Yozgat, Düzce, Bolu, Ordu, Çankırı ve Zonguldak	0 312 398 07 88
19	Century 21	125	15	10.000 \$ - 20.000 \$	% 8	Türkiye geneli	0 212 324 37 07
20	Realty World	120	150	10.000 \$ - 20.000 \$	% 8	Ege ve Akdeniz kıyılarındaki turistik bölgeler, Bursa, Trabzon, Gaziantep, Konya ve Eskişehir	0 212 467 22 77
21	Burger King	118	-	700.000 \$ + KDV	% 13	Türkiye geneli	0 212 346 26 26
22	Sultanahmet Köftecisi	108	392	100.000 \$	Alınmıyor	Türkiye geneli	0 216 527 53 10
23	Koçak Gayrimenkul	103	47	12.500 TL+KDV	Alınmıyor	Türkiye geneli	0 312 444 05 50

	Şirket	Toplam Franchisee Sayısı	Yeni Franchisee Sayısı	Başlangıç Bedeli	Royalty (Cirodan Alınan Pay)	Hedef İller	Telefon
24	Köfteci Ramiz	102	28	Ortalama bir restoran açmanın maliyeti 300.000 TL	% 2	Bursa, Mersin, Kütahya, Burdur, Zonguldak, Ordu ve Edirne	info@kofteciramiz.com
25	Aslı Börek	93	307	30.000 \$	Cirodan aylık % 3, yıllık cirodan % 2 reklam katkı payı	İstanbul, Ankara, Bursa, Eskişehir, Kayseri, Konya, Adana, Mersin, Kocaeli, İzmir, Antalya, Balıkesir ve Gaziantep	Kenan@asliborek.com
26	Atasay Kuyumculuk	90	60	Alınmıyor	Alınmıyor	Türkiye geneli	0 212 652 33 66
27	Pronet	79	21	15.000 \$	Alınmıyor	Anadolu illeri	0 212 467 49 71
28	Hacıoğlu Kebap	70	8	Alınmıyor	% 5	İstanbul, Ankara, İzmir ve Kayseri	0 216 387 30 30
29	Domino's Pizza	61	8	200.000 \$ - 250.000 \$	Aylık ciro üzerinden % 12	Ankara, Kırklareli, Şanlıurfa, Burdur, Muğla, Afyonkarahisar, Uşak, Gemlik, Zonguldak ve Ereğli	www.dominos.com.tr
30	So Chic	60	20	100.000 TL – 150.000 TL	Alınmıyor	Türkiye geneli	franchise@sochic.com.tr
31	Shapes For Woman	57	43	37.500 TL	Aylık 275 TL+KDV	Türkiye geneli	0 232 463 64 69
32	Yoga Academy	51	949	1.800 TL	1.800 TL	Samsun, Trabzon, Diyarbakır, Manavgat, İskenderun	0 212 265 23 54
33	Wenice	50	50	Alınmıyor	Alınmıyor	Türkiye geneli	Kudret.basar@wenice.com
34	Etiler Marmaris	50	50	40.000 TL+KDV	% 5	İstanbul, İzmir, Antalya ve Çanakkale	0 212 583 10 00
35	Tatlıcı Tombak	45	15	30.000 TL+KDV	200 \$	Marmara Bölgesi	0 216 526 27 47
36	Kyo My Friend	44	36	Alınmıyor	Alınmıyor	Akdeniz ve Ege Bölgesi ile büyükşehirler	info@kyomyfriend.com.tr
37	Reha Medin	43	107	5.000 \$ - 20.000 \$	Alınmıyor	Türkiye geneli	0 216 463 18 19

	Şirket	Toplam Franchisee Sayısı	Yeni Franchisee Sayısı	Başlangıç Bedeli	Royalty (Cirodan Alınan Pay)	Hedef İller	Telefon
38	Altın Emlak	42	58	8.000 TL-14.00 TL	Alınmıyor	Ankara, İzmir, Denizli, Bursa, Adana ve Balıkesir	0 212 654 17 60
39	Mr. Kumpir	42	8	10.000 €	% 5	Türkiye geneli	0 212 347 27 80
40	Fix Silver	40	20	50.000 TL – 100.000 TL	Alınmıyor	Türkiye geneli	franchise@fixsilver.com
41	Gönül Kahvesi	37	63	40.000 €-50.000 €	% 5	Türkiye geneli	0 555 702 82 94
42	Otantik Kumpir	35	15	50.000 \$	% 5 + % 2 reklam katılım bedeli	İstanbul, Ankara ve İzmir	0 312 472 64 46
43	Portakal Spor	33	67	23.000 TL	Alınmıyor	Türkiye geneli	0 212 669 80 71
44	PSC International	31	19	60.000 TL	% 6	Adana, Denizli, Mersin ve Nevşehir'e öncelik tanınıyor.	0 216 444 87 00
45	City House	30	120	Alınmıyor	Alınmıyor	Türkiye geneli	0 212 539 15 45
46	Panço	30	35	Alınmıyor	Alınmıyor	Samsun, Bolu, Kastamonu, Tokat, Amasya, Çankırı, Tarsus ve Mardin	0 212 283 57 15
47	İkbal Gıda	29	19	50.000 \$ + KDV	Alınmıyor	Türkiye geneli	0 216 456 90 05
48	Coldwell Banker	25	15	50.000 TL-60.000 TL başlangıç yatırımı	% 8,5	İstanbul, Ankara, İzmir, Antalya, Bursa, Eskişehir, Gaziantep, Adana, Trabzon ve İzmit	0 216 411 80 30
49	YKM	25	35	100.000 \$	% 5 - % 10	Adıyaman, Ağrı, Aksaray, Çanakkale, Diyarbakır, Edirne, Erzurum, Kahramanmaraş, Kastamonu, Manisa, Ordu, Samsun, Sinop, Sivas, Tekirdağ, Tokat, Yozgat, Zonguldak ve Muş	emrah.inal@ykm.com.tr
50	McDonald's	25	30	400.000 \$-500.000 \$	Alınmıyor	Türkiye geneli	0 212 336 34 20

	Şirket	Toplam Franchisee Sayısı	Yeni Franchisee Sayısı	Başlangıç Bedeli	Royalty (Cirodan Alınan Pay)	Hedef İller	Telefon
51	Juice Planet	24	76	Minimum 45.000 TL	400-1000 \$	Türkiye geneli	0 232 336 34 20
52	Koç Eğitim Kurumları	24	26	50.000 TL – 500.00 TL	% 7	Türkiye geneli	www.kocegitim.k12.tr
53	Pizza Tomato	24	16	30.000 TL	Alınmıyor	Türkiye geneli	0 232 381 86 67
54	Office 1	23	2	20.000 \$	Aylık 1500 \$	Adana, Antalya, Bursa, Eskişehir, İzmir ve Samsun	mbalkanlı@office1.com
55	Çıtır Usta	22	18	30.000 TL+KDV	Kademeli olarak alınıyor	Antalya, İzmir, Ankara, Kayseri, Samsun ve Trabzon	0 212 494 31 00
56	Cızbız Köfte	22	13	30.000 TL	% 3	İstanbul ve Batı Anadolu Bölgesi	0 212 665 99 99
57	Bun Design	22	6	15.000 TL – 35.000 TL	Alınmıyor	İstanbul, Ankara, İzmir ve Adana	0 212 294 69 77
58	Seyidoğlu Baklavaları	22	4	30.000 \$	Alınmıyor	İstanbul	0 212 876 69 69
59	Beni Yıka	20	30	17.500 TL	Alınmıyor	Türkiye geneli	0 530 460 44 06
60	Bonny Food	19	21	30.000 \$'dan başlıyor	Alınmıyor	Türkiye geneli	franchise@bonnyfood.com
61	Lavazza	19	17	40.000 €	% 5	Türkiye geneli	serhat.baser@lavazzaturkiye.com
62	Bimeks	18	12	90.000 TL + KDV	Alınmıyor	Türkiye geneli	0 216 542 62 67
63	Pizza House	18	10	35.000 \$ + KDV	% 5	Türkiye geneli	0 212 275 77 66
64	Avva	15	65	Dekorasyon bedeli metrekare başına ortalama 1000 \$	Alınmıyor	İstanbul, Ankara, İzmir ve Bursa dışındaki tüm iller	info@avva.com.tr
65	Hacı Hasanoğulları	15	25	Metrekareye göre değişiyor	Alınmıyor	İstanbul, Ege, İç Anadolu	0 224 362 62 34

	Şirket	Toplam Franchisee Sayısı	Yeni Franchisee Sayısı	Başlangıç Bedeli	Royalty (Cirodan Alınan Pay)	Hedef İller	Telefon
66	Bay Döner	14	26	50.000 \$ + KDV	% 5	Türkiye geneli	0 212 433 12 92
67	Elazıglı Çiğ Köfteci	13	37	25.000 €	Alınmıyor	İstanbul ve yurt dışında franchising verecek	0 212 428 51 10
68	Med Max Gayrimenkul	10	1050	1000 TL- 20.000 TL	Alınmıyor	Türkiye geneli	0 212 433 12 92
69	Arthur&Miller	10	15	3.000 \$ + KDV	750 TL + KDV	İzmir, Bursa, Ankara başta olmak üzere kıyı şeritleri	0 212 351 17 17
70	Schlotzsky's	10	2	80 m ² için 100.000-165.000 \$, 200 m ² için 230.000-270.000 \$,	% 6	İstanbul, İzmir, Ankara, Bursa ve Antalya	0 216 489 73 77
71	Bind Chocolate	9	16	200 m ² için 230.000-270.000 \$,	% 5	İstanbul, Adana, Gaziantep, İzmir, Mersin, Trabzon, Antalya, Eskişehir ve Konya öncelikli hedef iller	0 282 693 11 00
72	Aktüel Emlak	9	12	15.000 \$	% 5	Türkiye geneli	0 216 363 25 30
73	Bidonss	8	12	30.000 TL-40.000 TL	Alınmıyor	Ankara, Samsun, Trabzon ve Adan	0 212 442 23 53
74	Türk Barter	8	17	50.000 TL	500 TL	Gaziantep, Eskişehir, Erzurum ve Denizli	0 212 468 60 00
75	Park Kumpir	7	50	10.000 \$	Aylık 250 \$	Türkiye geneli	0 222 221 41 16
76	Sportive	7	40	200 m ² mağaza için dekorasyon maliyeti ortalama 100.000 TL, ürün alımı 200.000 \$	% 3	Nüfusu 500.000'den fazla olan tüm il ve ilçeler	0 850 221 23 23
77	Little Caesars	7	23	210.000 \$	% 6	İstanbul, Ankara, İzmir, Bursa ve Kocaeli	0 216 666 67 52

	Şirket	Toplam Franchisee Sayısı	Yeni Franchisee Sayısı	Başlangıç Bedeli	Royalty (Cirodan Alınan Pay)	Hedef İller	Telefon
78	Bursa Kebap Evi	7	15	25.000 TL + KDV	% 4	Ankara, Trabzon, İzmir, Adana, Antalya, Konya, Kayseri, Diyarbakır, İzmit ve Gaziantep	0 532 430 49 39
79	Kara Fırın	7	3	20.000 \$-35.00 \$	% 2 - % 3	İstanbul	0 212 696 69 91
80	Juice Zone Türkiye	6	69	25.000 \$	Aylık 300-400 \$	Türkiye geneli	turkey@juicezone.com
81	Cabani Shoes	6	20	140.000 TL mal bedeli 100.000 TL dekorasyon	2.000 € marka bedeli	İzmir, Antalya, Adana, Bursa, Eskişehir, Konya, Gaziantep, KKTC, Bodrum, Diyarbakır, Mersin, Kocaeli, Kayseri, Erzurum ve Van	0 212 549 29 09
82	Nature Car	6	12	Alınmıyor	Alınmıyor	Türkiye geneli	0 599 321 69 11
83	Deulcom	5	212	12.500 TL	Aylık 750 TL	Türkiye geneli	0 212 292 10 90
84	Burger House	5	12	50.000 TL	Aylık cirodan % 5	Ankara, Antalya, İzmir, Bursa, Eskişehir ve Bodrum	info@burgerhouse.com
85	Tarchy	5	12	40.000 TL + KDV	Alınmıyor	İstanbul, Ankara ve İzmir olmak üzere Türkiye geneli	0 216 575 72 47
86	Sbarro	5	-	400.000 \$ + KDV	% 13	Türkiye geneli	0 212 346 26 26
87	Helen Doron Early English	4	50	70.000 €	% 7 - % 14	İstanbul, Ankara, İzmir, Antalya, Bursa, Eskişehir, Kayseri, ve Gaziantep	0 212 279 90 74
88	Elektral	3	30	Alınmıyor	Alınmıyor	Türkiye geneli	0 232 376 73 00
89	Dr. Matress	3	30	Metrekare büyüklüğüne göre 50.000 TL-100.000 TL	Alınmıyor	Ankara, İzmir, Adana, Hatay, Mersin, Antalya, Bursa, Kocaeli, Gaziantep, Diyarbakır, Trabzon ve Samsun	0 212 875 42 10
90	Popeyes	3	-	450.000 \$ + KDV	% 13	Türkiye geneli	0 212 346 26 26

	Şirket	Toplam Franchisee Sayısı	Yeni Franchisee Sayısı	Başlangıç Bedeli	Royalty (Cirodan Alınan Pay)	Hedef İller	Telefon
91	Frutation Turkey	2	25	30.000 \$	Yüzyüze görüşmelerle belirleniyor	İzmir, Antalya, Adana, Mersin, Antalya, Bursa, Kayseri, İzmit, Samsun ve Trabzon	0 212 270 39 50
92	Smach Makine	2	10	-	-	Ankara, Mersin, Adana, Samsun, Kayseri, Malatya, Adıyaman ve Diyarbakır	0 232 486 64 66
93	İstanbul Lisan Merkezi	2	5	Alınmıyor	Alınmıyor	Büyük iller	0 212 571 82 84
94	Woo istanbul	1	20	200.000 TL	Alınmıyor	Türkiye geneli	0 212 656 76 06
95	Muammer Ketenci	1	20	40.000 TL	2011 Sonuna kadar açılan ilk 3 mağazaya isim hakkı ücreti talep etmiyor	İstanbul, Ankara, İzmir, Bursa, İzmit, Kocaeli, Eskişehir, Adana, Antalya, Mersin, Samsun, Konya, Kayseri ve Gaziantep	0 212 438 78 18
96	JAG Clup	1	10	25.000 \$	Alınmıyor	İstanbul, Ankara ve İzmir	0 212 505 35 71
97	NG Style	1	5	Alınmıyor	Alınmıyor	İstanbul, Ankara, Samsun ve Ordu	
98	Arby's	1	-	400.000 \$ + KDV	% 13	Türkiye geneli	0 212 346 26 26
99	Seyidoğlu Kahvaltı Büfeleri	-	50	20.000 \$	Alınmıyor	İstanbul başta olmak üzere tüm Marmara Bölgesi	0 212 771 19 20
100	Buldumbuldu m.com	-	10	Alınmıyor	Alınmıyor	İstanbul, Ankara ve İzmir dışındaki iller.	0 212 271 46 31

KUTO

Kuşadası Ticaret Odası
Chamber of Commerce

KUTO Araştırma Yayınları
Süleyman Demirel Bulvarı No:31
09400 Kuşadası / AYDIN
Tel: 0 256 612 57 63 Fax: 0 256 614 53 93
e-mail: info@kuto.org.tr
<http://www.kuto.org.tr>
<http://www.isrehberim.org>