

ملحق خاص بالمجلة
الامتياز التجاري Franchise

يناير 2018

**الفرنشايز..
واستراتيجية مجلة
رواد الأعمال**

قالوا عن ملحق الفرنشايز:
خطوة رائعة تتماشى ورؤية

2030

**وائل الدقل:
الفرنشايز طريق علامتنا
الوطنية للعالمية من
خلال 69 فرعاً**

**إطلاق أول مسرعة أعمال
للفرنشايز في المملكة**

فاصل النصار المدير التنفيذي لـ "Middle East Franchising" :

السعودية بيئة قوية لنمو

قطاع الفرنشايز

5 فبراير.. المعرض السعودي الدولي للامتياز التجاري

SAUDI FRANCHISE EXPO

المعرض السعودي
الدولي للامتياز التجاري

والمشاريع الصغيرة والمتوسطة، وإطلاق 13 مبادرة نوعية لتعزيز قدرات المجتمع الاقتصادي؛ وهو ما يسهم في رفع سقف طموحات المعرض الذي يجمع عددًا كبيرًا من الشركات المحلية والعالمية.

وقالت إن المعرض يمثل منصة انطلاق لأصحاب العلامات التجارية وحقوق الامتياز التجاري الراغبين في النمو، ويهيئ بيئة تعزز روح الريادة لدى السعوديين، ويتيح للمشاركين فرصة التفاعل والتعاون المشترك مع المستثمرين من شتى الدول، مع إتاحة الفرصة لرواد الأعمال وأصحاب المشروعات للتواصل مع الشركات العارضة المانحة لحقوق الامتياز التجاري، والتي تعرض تشكيلة واسعة من المنتجات والخدمات، ومفاهيم الامتياز التجاري.

ومن جهته، قال أحمد الرفاعي؛ مدير المعرض أن المعرض يغطي الامتيازات التجارية الدولية الأسرع نموًا، مع تقديم برامج تعليمية لحديثي العهد بمفهوم الامتياز التجاري، وخدمات متنوعة مثل ورش العمل، والشاشات الدعائية، وبرنامج الرعاية.

التي يتطلبها السوق في المملكة.

يشارك في المؤتمر عدد كبير من ملاك العلامات التجارية المتميزة المحلية والدولية، والمستثمرين المحليين والدوليين، وأصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة، والجهات الحكومية المعنية ممثلة بمنسوبيها، والغرف التجارية، ومنظمي المعارض المماثلة، والبنوك التجارية، وطلاب كليات إدارة الأعمال، والإعلاميين.

وأكدت هيا السندي؛ رئيس اللجنة المنظمة للمعرض، أن المعرض يأتي في إطار تخصيص المملكة 72 مليار ريال لدعم أصحاب الأعمال

ينطلق «المعرض السعودي الدولي للامتياز التجاري» من 5 إلى 7 فبراير المقبل في مركز الرياض الدولي للمؤتمرات والمعارض، أحد مبادرات الهيئة العامة للمنشآت الصغيرة والمتوسطة، بالتعاون مع جهات محلية عالمية في مجال الامتياز التجاري.

يهدف المعرض إلى دعم وتمكين العلامات التجارية الوطنية من التوسع والنمو من خلال نموذج عمل الامتياز التجاري عالي الكفاءة، واستقطاب أفضل العلامات التجارية الأجنبية

وسياستها الداعمة للعلامات الوطنية والمنشآت الصغيرة والمتوسطة، والقطاع الخاص.

وأضاف أن الفرانشايز بات أحد الطرق المهمة للنهوض بالمنشآت الصغيرة والمتوسطة وزيادة نسب النجاح فيها؛ ما يسهم في تقليص نسب البطالة وتوفير فرص العمل المتزايدة، وتنمية جميع مناطق المملكة والنهوض بها؛ ما ينعكس على الاقتصاد الوطني.

وصرح القحطاني بأن الانطلاقة الأولى ستضم 10 شركات ناشئة، سيتم اختيارهم بناء على ما ستقدمه من أفكار مبتكرة قادرة على اختراق الحدود، وتحقيق نجاحات عالمية في مجتمعات دولية، وهو جوهر نظام الفرانشايز، مضيفاً أن العمل جارٍ للتفاوض مع عدد من الجهات الداعمة المحلية والدولية، وجهات التمويل والمستثمرين للنهوض بالعلامات التجارية الوطنية.

إطلاق أول مسرعة أعمال للفرانشايز في المملكة



وقال القحطاني لـ «مجلة رواد الأعمال»: إن الهدف من الحاضنة هو دعم العلامات الوطنية الناشئة، وتوفير جميع سبل النجاح لها للانطلاق بقوة في المجتمع المحلي والدولي؛ ما يتماشى ورؤية 2030، ومبادرات خادم الحرمين الشريفين وولي عهده الأمين الأمير محمد بن سلمان،

أعلن د. محمد دليم القحطاني؛ الخبير الدولي في الامتياز التجاري عن بدء تأسيس أول مسرعة أعمال لمشاريع الفرانشايز «فاب FAP» في المملكة والمنطقة العربية والشرق الأوسط، تنطلق من الخبر بالمنطقة الشرقية.

خدماتنا

- تأهيل و تطوير العلامات التجارية للعمل بنظام الإمتياز التجاري (الفرنشايز)
- إدارة نظام الإمتياز التجاري (الفرنشايز)
- إعداد و إدارة برامج الإمتياز التجاري (الفرنشايز)
- تأسيس و إعداد الإمتياز التجاري (الفرنشايز)
- تأهيل و تطوير عمليات الإمتياز التجاري (الفرنشايز)
- خدمة مستشار الإمتياز التجاري (الفرنشايز) القانونية و الإدارية
- تسويق علامات الإمتياز التجاري (الفرنشايز)
- إعداد الدورات التدريبية في الإمتياز التجاري (الفرنشايز)

فاضل النصار المدير التنفيذي لـ "Middle east franchising" :
السعودية بيئة قوية لنمو قطاع الفرانشايز



تأسست شركة "MIDDLE EAST FRANCHISING" منذ عشر سنوات في بريطانيا، مستفيدةً من الحراك الذي شهده قطاع الفرنشايز في أوروبا، قبل أن تسهم المملكة العربية السعودية في تنمية قطاع الفرنشايز (الامتياز التجاري)، في ضوء مانصت عليه رؤية 2030 لهذا القطاع الحيوي.. من خلال هذا الحوار، نستضيف فاضل النصار؛ المدير التنفيذي لشركة "ميدل إيست فرنشايزنج"، ومستشار الامتياز التجاري..

داخل الشركة، ومساعدة الشركة في اختيار وتوظيف من يديرون هذه العملية، والقيام بالتدريب اللازم فيما يتعلق بعمليات الإدارة والتسويق وتقديم الخدمات وغيرها.

كذلك نساعد الراغبين في استقطاب علامات تجارية أجنبية (ممنوحي الفرنشايز)، ونقدم لهم الخدمات الاستشارية التي تساعدهم على الانتشار، مع عمل دراسة للسوق وعمل نموذج عمل يتماشى مع طبيعة العمل داخل المملكة؛ إذ كثيرًا ما نجد أن نموذج العمل الذي تعمل به الشركة في السويد مثلًا لا يصلح للعمل به في الرياض.

ما المزايا التي تقدمها الشركة؟

أهم مزايانا، العمل بطريقة استشارية، فلا نقدم أدلة تشغيلية فقط، ولكن نصاحب الشركة في جميع خطواتها، فنركز على بناء وخلق استراتيجية للشركة، وتطوير هذه الاستراتيجية وتحقيقها وقياس مدى نجاح الشركة في تحقيق أهدافها.

دعم العلامات الوطنية

ما دور الشركة في دعم العلامات التجارية الوطنية؟

ندعم الشركات الوطنية بتطوير العلامة التجارية والعمل بنظام الفرنشايز، فأدعو الشباب الراغبين في العمل بنظام الفرنشايز إلى الحصول على علامة وطنية ناجحة؛ ذلك أفضل كثيرًا من الحصول على علامة تجارية أجنبية؛ وذلك لكون العلامة التجارية الناجحة قد أثبتت نجاحها في السوق المحلي، بينما الأجنبية ليس بالضرورة أن تنجح في السوق المحلي، إضافة إلى أن الدعم اللوجستي الذي ستحصل عليه من الشريك المحلي سيكون سريعًا لوجود المانع بجوارك وسهولة تواصلك معه، ناهيك عن وجود قواسم مشتركة: اللغة، والعمل، والظروف والسوق.

غياب القانون

ماهي التحديات التي واجهتكم في تنفيذ المشروع؟ وكيف أمكنكم التغلب عليها؟

تتمثل أبرز التحديات في غياب القانون واللوائح الخاصة بالفرنشايز

كيف كانت بدايتك مع ريادة الأعمال؟

ريادة الأعمال ورثناها من الأهل، فوالدي رجل أعمال يعمل بالتجارة، وفر لي ولأخي فرصة كبيرة للعمل معه، وتعلم الكثير من المهارات وفنون التجارة، فتولدت لدي رغبة في العمل الحر، وفور تخرجي في كلية علوم الحاسب، عملت بإحدى أكبر الشركات العالمية، ثم استقلت منها بعد عامين لعدم تحملي أن أظل موظفًا، وقررت أن أعمل حرًا لأحقق أحلامي وطموحاتي.

وماذا عن شركة "ميدل إيست فرنشايزنج"؟

بدأنا ريادة الأعمال مبكرًا، بالعمل في أكثر من مشروع، بخبرة اكتسبناها من شراكتنا لشركة بريطانية مانحة للفرنشايز في مجال الأغذية، فكنا في البداية ممنوحي فرنشايز، ثم أصبحنا شركاء، ثم تحولنا لمانحين للعلامة التجارية، وبعنا منها في رومانيا وأسبانيا وقطر والكويت وعمان وغيرها، ولعل العمل في تطوير وتسويق العلامة التجارية أكسبنا خبرات قوية في مجال الفرنشايز، قبل أن نعمل مستشارين.

ومع الأزمة المالية في عام 2008، تأثرنا كثيرًا من الشركات، فانتقلنا للعمل في مجال الاستشارات، وأسسنا شركة في بريطانيا، ثم انتقلنا منها للعمل في الكويت، ثم المغرب والسعودية.

ما الخدمات التي تقدمها الشركة؟

نقدم خدمات شاملة ومتكاملة، فنساعد الشركات في تطوير أعمالها وتحقيق أهدافها على المدى القصير والمتوسط والبعيد، في التحول للعمل بنظام الفرنشايز، وخلق استراتيجيات لها، وتطوير أعمال وأدلة تشغيلية وعقود وخلق النموذج الخاص للتوسع في مجال الفرنشايز.

ونتدخل في نموذج العمل نفسه لسد الثغرات، وإعطاء فرصة أكثر لتقليص الفاقد والخسارة وتعزيز المزايا التي تساعد على التوسع أكثر، كما نبنى شركات من الصفر، لمن لا يحدد تطوير العلامة التجارية، فنوفر لهم ما يحتاجونه لبناء علامة تجارية تتوسع لاحقًا عبر الفرنشايز. ونقوم أيضًا، بإعادة هيكلة الشركات وتطوير نظام الفرنشايز بها، وتشخيص المشكلات والعمل على حلها.

كذلك، نتولى بناء الموارد البشرية والكوادر المؤهلة للقيام بالفرنشايز

العميل لم تكن مناسبة؟ أم كان التوقيت غير مناسب؟ أم كان هناك تسرع في القرارات؟ وفي النهاية نكتسب خبرات ونتعلم حتى لانكرر تلك الأخطاء.

قطاع واعد جدًا

ماذا عن واقع قطاع الفرنشايز في المملكة؟

أراه قطاعاً واعداً جداً، في ظل إدراك الحكومة أهمية تنميته؛ إذ يخدم بشكل كبير قطاع المشروعات الصغيرة والمتوسطة، ويساعد على نجاحها، فالشباب الذي يفتح مشروعاً تجارياً مستقلاً دون وجود سابقة خبرة، وغياب من يقف بجواره، تكون نسبة الفشل عنده عالية، بعكس من يستثمر في علامة تجارية ناجحة بنظام الفرنشايز، فنسب نجاحه أعلى بكثير. وهذا ما يخدم قطاع المشروعات الصغيرة والمتوسطة، وينعكس على الاقتصاد ككل، وعلى مستوى دخل الفرد والدخل القومي، وكذلك مستوى ارتفاع جودة الخدمات؛ لأن الكل في ظل الفرنشايز يعمل بمعايير ويحرص على التطوير؛ وهو ما ينطبق حتى على الفرنشايز المحلي؛ لأنه إذا لم يلتزم بالمعايير والتطوير، فلن يستطيع المنافسة.

دعم المؤسسات الحكومية

في ضوء رؤية 2030، ما رؤيتك المستقبلية للفرنشايز في المملكة؟

تُعد المملكة من الدول العربية القليلة المؤهلة لازدهار نظام الفرنشايز؛ لعدة عوامل: كالمساحة الكبيرة، والاقتصاد القوي، وعدد السكان المتزايد ولاسيما الشباب، مع النمو الكبير الذي تشهده البلاد، فضلاً عن انطلاق جمعية الامتياز التجاري، وأتوقع أن يصب قانون الفرنشايز- في حالة صدوره - في مصلحة العلامات التجارية الوطنية؛ لأن المؤسسات الحكومية ستدعم هذه المشروعات بما يتوافق مع نظم الفرنشايز.

4 خطوات لامتلاك علامة تجارية جديدة

ماذا عن خطوات امتلاك علامة تجارية جديدة؟

أولاً: عمل دراسة تحدد احتياجات السوق لمعرفة ما إذا كانت العلامة الجديدة ستسد فراغاً في السوق، أم مجرد نسخة مكررة؟

ثانياً: مخاطبة الشركات وإبداء الرغبة في التعامل معها.

ثالثاً: تسجيل العلامة التجارية، وحفظ حقوق الملكية الفكرية، وجمع المعلومات المناسبة لدراسة السوق وعمل دراسة مالية، ووضع خطة عمل، وخطة تسويقية، وتحديد الأرقام التي تتناسب معك وتغطي تكاليف التشغيل، وتتوافق ومشغل العلامة التجارية «ممنوح الفرنشايز».

رابعاً: توقيع عقود الفرنشايز، وتصديقها من الغرف التجارية والجهات المعتمدة، ثم البدء في منح الفرنشايز.

وضعف ثقافة العملاء، فعندما نتعامل مع عميل يتمتع بثقافة الفرنشايز، يسهل التعامل معه من حيث الإقناع والوصول لصيغ وحلول ناجحة، وهو ما ينطبق أيضاً على الموظفين العاملين بالشركة، لأن الفرنشايز ثقافة منشأة وليس أدلة تشغيلية وعقد شراكة بين طرفين، فالشركة إذا أحببت العمل بالفرنشايز، فعليها تبني فكر وثقافة منح الفرنشايز.

وهناك تغييرات جوهرية يجب حدوثها في الشركة؛ حتى تتبنى ثقافة الفرنشايز؛ كعقد ورش عمل متخصصة، ومنهم الوقت الكافي لمناقشة جميع الأمور، وإيجاد حلول بديلة ومتكاملة تساعد في العمل بالأدلة التشغيلية، والتعامل مع الشركاء والممنوحين، ومواجهة المشكلات؛ حتى تحقيق النجاح.

نساعد ممنوحي الفرنشايز الأجنبي بخدماتنا الاستشارية

نشر الوعي بالفرنشايز

ما النجاح الذي حققتموه حتى الآن؟

استطعنا - بفضل الله - أن نكسب كثيراً من الشركات، فقد ساعدنا الكثير منها في بناء علامات تجارية ناجحة في السوق وطورنا الكثير أيضاً. وكلما نجحت علامة تجارية وتوسعت، فُتحت أبواب رزق للناس، وتحركت عجلات الاقتصاد في المجتمع، وتم توفير الكثير من فرص العمل.

كذلك، ساهمنا في نشر الوعي والتوعية بالفرنشايز من خلال عقد كثير من المؤتمرات وورش العمل والدورات التدريبية، وصممنا حقيبة تدريبية متكاملة في نظام الفرنشايز، نفذناها في جدة وأبها والرياض، وفي خارج المملكة نفذناها في البحرين.

وهل راضون عما تحقق من نجاحات؟

الحمد لله، كل العملاء راضون عما نقدمه من خدمات، ونسعد عندما يأتي عميل ويقول: أُرشدني أو أُرسلني لكم فلان، ويكون عميلاً سابقاً أو حصل على استشارة أو معلومة؛ ما يعني رضاه عن خدماتنا، وهذا هو النجاح الحقيقي.

كسب ثقة العملاء

وكيف نجحتم في كسب ثقة العملاء؟

بالصبر والإخلاص والجهد، فنحن نتمتع بالشئ الأساسي للنجاح وهو السمعة الطيبة. ولست ممن يدعون المثالية، بل مررنا بإخفاقات، ففشلنا في مشاريع، ونجحنا في أخرى، لكن ندرس أسباب الفشل، فهل ناتج عن تقصير منا؟، أم لم تتوفر الموارد المناسبة؟ وهل موارد



مهمتنا خلق استراتيجية للشركة ومساعدتها لتحقيق أهدافها

ينبغي توفير بناء قاعدة بيانات للعملاء، وحضور المؤتمرات والندوات المتعلقة بمجال الشركة، والاستفادة من البيانات الشخصية للعملاء المتوقعين والاحتفاظ بها؛ فذلك يساعد على بناء قاعدة بيانات ضخمة، تساعدك جداً في التسويق، وكذلك يجب استشارة ذوي الخبرة في مجال التسويق.

ما أهم الجوائز التي حصلت عليها؟

لقد نظمنا كثيراً من الفعاليات والمعارض التي نلنا منها التكريم، فعملنا مع عدة غرف تجارية خارج العاصمة الرياض، منها تنظيم دورتين ناجحتين بغرفة أبها، وكرمنا من أمير منطقة عسير، ورئيس الغرفة التجارية، وخارج المملكة تعاوننا مع غرفة عجمان؛ فأسسنا لهم قسماً للفرنشايز ونظمنا معرضين على التوالي، وتم تكريمنا أكثر من مرة.

طموحات مستقبلية

ما طموحاتكم المستقبلية؟

نتمنى أن نرى العلامات التجارية التي عملنا عليها، تتوسع وتحقق صدئ كبيراً؛ ما ينعكس علينا، كما نطمح إلى تأسيس جمعيات امتياز تجاري، وأن يصدر قريباً قانون الفرنشايز، وأن يوفقنا الله لتنفيذ الأنشطة التي نعتزم عملها، من معارض ومؤتمرات وورش عمل ودورات تدريبية تسهم في تطوير الفرنشايز.

ما السبيل إلى تأسيس علامة تجارية وطنية منافسة؟

إنه مشوار طويل، وليس قفزات عشوائية في عالم الأعمال، فالشركات القادرة على تطوير وتسويق نفسها واستقطاب أفضل الكوادر، هي التي تستطيع تطوير نفسها عبر الفرنشايز، ونرى اليوم علامات وطنية كثيرة تنافس نظيرتها الأجنبية، فالبيزنس علم، وليس مجرد حظوظ؛ فالشركات التي لن تتطور، ستموت بعد فترة؛ لأن هناك تغييراً في كل من: السوق، والمستهلكين، والثقافة المحلية، والقوانين، وقد شهدنا اختفاء كثير من العلامات التجارية التي كانت مزدهرة قبل عشرين أو ثلاثين عاماً.

ما الذي ينقص قطاع الفرنشايز في المملكة؟ وما التحديات التي تواجهه؟

يجب الإسراع بإصدار قانون ينظم القطاع، والاهتمام بنشر ثقافة الفرنشايز، والتعريف بكيفية امتلاك علامة تجارية ناجحة، وكيفية تطوير القائم منها بنظام الفرنشايز، والاستعانة بخبراء متمرسين قبل توقيع عقود الفرنشايز، منعاً للوقوع في مشكلات مستقبلية بين المانع والممنوح.

الخطة التسويقية الناجحة هامة جداً للشركات الناشئة، فكيف يتم وضعها؟

الامتياز التجاري Franchise

خبراء عن ملحق الفرنشايز: خطوة رائعة تتماشى وتوجه رؤية 2030

أكد عدد من خبراء ومستشاري الفرنشايز وأصحاب العلامات التجارية أن ملحق الفرنشايز الذي تصدره مجلة رواد الأعمال خطوة رائعة تتماشى ورؤية 2030، وتوجه المملكة نحو تشجيع نظام الامتياز التجاري باعتباره خطوة مهمة لدعم الاقتصاد وتوفير فرص العمل.. من خلال هذه الاستطلاع كانت هذه أهم الآراء..

متعب البدران : مصدر هام جدًا للمعلومات



متعب البدران؛ الرئيس المؤسس للمركز الخليجي لحقوق الامتياز (وكيل): كانت المجلة ولا تزال داعماً كبيراً لنا، وقد أضافت الكثير بإصدارها ملحق الفرنشايز الذي يعد مصدرًا للمعلومات والأخبار الحصرية، وأدى إلى زيادة المعرفة بالامتياز التجاري وكل ما يشمله من قوانين وأنظمة، علاوة على نشر حوارات قوية مع الخبراء والمؤثرين والمسؤولين، ونشر قصص نجاح أصحاب العلامات الوطنية. ونشركم على جهودكم البناءة وما قدمتموه من إنجازات واضحة لمجتمع ريادة الأعمال في المملكة.

ياسر محمد : جسور مباشرة بين رواد الأعمال



ياسر محمد؛ المدير الإبداعي لمجموعة فانتسي لتطوير الأعمال: يتجنب كثير من المحترفين والمهنيين الكتابة والظهور في وسائل الإعلام المكتوبة نظرًا للتشويش والدخلاء على العلم والمعرفة في قطاع الأعمال تحديدًا، فمجلة رواد الأعمال ليست تخصصية فقط، وإنما تبني جسورًا مباشرة بين رواد الأعمال للاستفادة وتبادل الخبرات فيما بينهم. ويضيف: المجلة لا يكتب فيها إلا من لديهم سجل تاريخي مثبت من النجاحات؛ وهو ما كنا نطمح به من حيث الاستفادة من تجارب بعضنا البعض، والحمد لله حققت هذا الحلم وأكثر، فجهود المجلة لا تقدر بثمن.

محمد الطبشي: رواد الأعمال .. داعمة لرؤية المملكة 2030



محمد الطبشي؛ الرئيس التنفيذي لفران بيونيرز: إن إصدار المجلة لملحق متخصص في الفرانشايز خطوة رائعة، تتماشى وتوجه المملكة، فالحكومة تشجع الفرانشايز باعتبار أن مشاريعه ناجحة، وباعتبار أن الفرانشايز هو أفضل طريق للبدء بمشروع، ويتجلى دور الملحق في أنه يساهم في توجيه الراغبين في بدء مشروعات تجارية نحو الطريق الصحيح، وأيضًا نشر الوعي الفكري والقانوني والتسويقي بماهية الفرانشايز، ونشر قصة النجاح.

وأتوقع أن يكون للملحق دور أكبر في المستقبل، في ضوء رؤية 2030، المرتكزة على تنوع الاقتصاد وتنمية قطاع المشاريع الصغيرة والمتوسطة؛ وبالتالي سيكون لرواد الأعمال دور كبير في تنشيط ومواكبة وتعزيز توجه المملكة نحو ريادة الأعمال.

عبدالله الكبريش : حديث المجالس



عبدالله الكبريش؛ الشريك المؤسس والعضو المنتدب لشركة طريق الامتياز التجاري للاستثمار: عقد من الزمان ومائة عدد نشرتها مجلة رواد الأعمال، تسيير كمركب في عمق المحيطات، وتتكيف مع التغيرات، تغوص لتبحث عن الرواد الحقيقيين، تناقش همومهم وتبحث لهم عن حلول، وتبرز إنجازاتهم؛ لتضيف نكهة من التحفيز

والإلهام، ننتظرها شهريًا كالقمر تضيء لنا أبرز الأحداث الساخنة والنجاحات وتوصلنا برواد الاقتصاد والاستثمار

ويضيف: مجلة رواد الأعمال ريادية الطرح والتجديد، أصدرت في عام 2017 ملحق الفرانشايز والذي أصبح حديث المجالس والاقتصاد خاصة وأنه يتسق مع رؤية 2030، وبرامج التحول لتحفيز المنشآت الصغيرة والمتوسطة التي تمثل قرابة 98% من الاقتصاد السعودي ومساعدتها في النمو وفق أفضل المعايير والمنهجيات العالمية ورفع مساهمتها في الناتج القومي إلى 45%. كان هذا الملحق المميز عن قطاع الفرانشايز مهمًا، ليس للمانحين والممنوحين فقط، وإنما أيضًا لصناع القطاع من المشرعين والقانونيين والمستشارين لمناقشة الممارسات الصحيحة، وأيضًا مناقشة مسودة نظام الامتياز التجاري والمساهمة في تطويره وتنقيحه.

وأكد الكبريش أن مجلة رواد الأعمال من أهم المصادر التي أنارت عالم ريادة الأعمال خلال عشر سنوات من العطاء والإثراء بما هو مفيد وجديد، إذ عملت على تسليط الضوء على الرياديين ومشاريعهم وإنجازاتهم بشتى المجالات، وأتاحت متابعة كل جديد ومؤثر في عالم ريادة الأعمال.

محمد المعجل: إضافة قوية أثرت المكتبة العربية



محمد المعجل؛ رئيس لجنة الامتياز التجاري بغرفة تجارة وصناعة الرياض: كنت من أوائل المهتمين بريادة الأعمال، وسعدت كثيرًا عندما أهدت لي الأستاذة الجوهرة العطيشان أول أعداد المجلة، فأعجبت أيما إعجاب بهذا الإصدار الذي كان إضافة قوية أثرت المكتبة العربية، كمصدر معرفي للمتحدثين بالعربية.

وقد خطت مسارًا متميزًا بإصدار ملحق خاص بالفرانشايز، كنا نفتقده كثيرًا.

فالشكر كل الشكر للقائمين عليها بداية من الأخت الجوهرة وكل المحررين والعاملين بها، وكم أسعد بالكتابة فيها، ومستعد للتعاون في تحرير باب شهري للرد على استفسارات القراء بخصوص الامتياز التجاري.



وائل الدقل مسؤول ومطور قسم الفرنشايز بشركة «Florina» :

الفرنشايز طريق علامتنا الوطنية للعالمية من خلال 69 فرعاً

تعد "فلورينا"، من أوائل الشركات الوطنية وأكبرها في صناعة المنتجات الجلدية؛ إذ استطاعت خلال سنواتها الثلاثين أن تصبح علامة تجارية رائدة، وأن تحجز مكانها في قائمة أكثر مائة شركة سعودية رواجًا في السنوات الأخيرة، لاسيما وأنها تمتلك 69 فرعًا في أنحاء المملكة؛ ما يتسق ورؤية 2030. وتستعد الشركة - والتي كانت باسم "الدقل" - لانطلاقه كبرى على يد رائد الأعمال الشاب وائل خالد الدقل؛ مسؤول ومطور قسم الفرنشايز بالشركة، وعضو لجنة شباب الأعمال بغرفة المدينة المنورة، وعضو للجنة الوطنية بمجلس الغرف السعودية، والذي جرى معه هذا الحوار..

نبدأ قريبًا انطلاقة كبرى في السوق السعودي يليها الخليجي

وتطوير نموذج العمل بالشركة، وإكسابي مهارات كثيرة، كما أن سعبي للحصول على شهادة تدريب المدربين (TOT)، كان بهدف توصيل ما تعلمته من مهارات وخبرات لموظفي الشركة، فنظمت دورات تدريبية لهم، شملت: مهارات التواصل، وآلية التخاطب والتحاور، والتعامل مع العميل، باعتبارها عوامل هامة في التسويق، وكسب ولاء العملاء.

كذلك، ساعدتني الدراسة في بريطانيا ووجودي في أوروبا على صقل الخبرات والاطلاع على تجارب عالمية مميزة في قطاع الفرنشايز؛ ما دفعني لإعادة صياغة استراتيجية العمل بفلورينا، والعمل على تأسيس علامة تجارية وطنية مميزة تُطرح وفق نظام الفرنشايز.

وكيف تأسست «فلوريناFlorinal»؟

«الدقل» اسم عريق، وبات علامة تجارية وطنية قوية، سباجها السمعة الطيبة والجودة والمصداقية، فكان جدي عبدالقادر الدقل من أوائل من بدأوا في تجارة الجلديات، بداية من المسالخ إلى الاستيراد والتصدير. وقبل ٣٥ عامًا من اليوم؛ بدأ والدي د. خالد الدقل نقلة كبرى بتأسيس علامة «الدقل» للمصنوعات الجلدية؛ فبدأ بالأحذية، وفتح أول محل باسم «الدقل» بالمدينة المنورة لبيع الجلديات، ثم تطورت من «الدقل» إلى «فلورينا»، وتنوعت منتجاتها لتشمل كل أنواع الجلديات من أحذية وحقائب وأحزمة ومُحافظ للرجال وبعض المنتجات النسائية، ثم توالت الفروع بفضل الله تعالى.

ما النجاح الذي تحقق حتى الآن؟

توسعت الشركة بصورة طيبة، وبلغت فروعها 69 فرعًا في المملكة، وبدأنا العمل بنظام الفرنشايز، وهذا من فضل ربي.

كيف كانت بدايتك مع ريادة الأعمال؟

ريادة الأعمال تجري في دمي وهي كموهبة وسلوك موروث، فقد كنت محظوظًا لانتمائي لأسرة ريادية أبا عن جد كما يقولون، فجدي عبدالقادر الدقل كان من رواد تجارة وصناعة الجلود في المدينة المنورة، والدي د. خالد الدقل من أكبر وأشهر رجال الأعمال في هذا المجال.

من هذا المنطلق، نشأت في أسرة تحب العمل الخاص؛ إذ كان والدي حريصًا على أن يصحبني معه في العمل، فتعلمت فنونًا كثيرة في إدارة العمل.

وقد دفعني حبي للعمل الحر إلى دراسة الاقتصاد بكبرى الجامعات البريطانية، ثم منحتني والدي الفرصة للإبداع والتطوير في «البيزنس العائلي».

قرار التحول للفرنشايز

كيف بدأت فكرة وقرار التحول للفرنشايز في فلورينا؟

كانت بدايتي مع ريادة الأعمال، بداية لحب الفرنشايز، لكنّها نضجت أثناء دراستي في السنة الثانية بالجامعة في بريطانيا، عندما استوقفتني فصل أو باب كامل عن الفرنشايز ونشاته وآلية التعامل معه، وتعريف المانح والممنوح، فبدأت في نهاية عام 2014 مخاطبة مجموعة مطاعم وزيارتها شخصيًا لأخذ الفرنشايز في السعودية، وبعد الانتهاء من الدراسة، تم الاتفاق وشبه التعاقد مع إحدى العلامات التجارية، لكنه لم يتم لليوم. وبعد التخرج من الجامعة وعودتي إلى السعودية، قمت بدراسة مسحية لسوق الفرنشايز بالمملكة، ثم قررت عدم دفع أي مبلغ مادي خارج بلادي، وبدء تجربة وطنية خالصة في الفرنشايز بتطوير شركتنا «فلورينا» التي أسسها الوالد.

وبحمد الله، تم الانتهاء من النظام خلال فترة استعداد دامت نحو عامين، والمنح التجريبي لفترة ثمانية شهور؛ لنبدأ قريبًا انطلاقة كبرى في السوق السعودي، يليها الخليجي، ثم بعض الدول العربية.

ما أثر دراستك لإدارة الأعمال؟ وما الذي أضافته للعمل؟

ساعدتني دراسة إدارة الأعمال كثيرًا على التمكن في الإدارة وفهم السوق،



الصناعات الجلدية في أزمة .. وأدعو لإقامة مناطق صناعية لها

واقع الصناعات الجلدية

كيف ترى واقع الصناعات الجلدية بالمملكة؟ وما الفرص المتاحة للاستثمار فيه؟

صناعة الجلود من الصناعات الرئيسة لدينا، فالسعودية من الدول الرائدة عربياً في هذا المجال؛ لتوافر المادة الخام الطبيعية؛ إذ تقدر استثمارات سوق الدباغة وحدها بأكثر من ملياري ريال، كما تمثل مشتقاتها قيمة مضافة للصناعة المحلية؛ لذا أؤكد أن فرص الاستثمار في هذا القطاع كبيرة ومتجددة.

المملكة لديها ثروة هائلة من الجلود الطبيعية الخام من الأضاحي في موسم الحج، فهل ترى أنها استفادت منها كما يجب؟

بكل أسف لا، فرغم الثروة الكبيرة التي تقدر بنحو 4 ملايين قطعة من

إطلاق فرنشايز «فلورينا»

متى يتم إطلاق «فلورينا فرنشايز»؟ وما خططكم المستقبلية؟

أوشكنا على الانتهاء من التفاوض مع مؤسسة تمويل وطنية كبرى لتمويل مشروعات فرنشايز فلورينا، في خطوة تعكس دعم حكومتنا للعلامات التجارية الوطنية؛ حيث تستفيد علامتنا التجارية من التمويل من ناحية، وشباب الأعمال الراغبين في بدء مشروع فرنشايز من ناحية أخرى.

كسب رضا العملاء يتطلب جهوداً كبيرة، فكيف نجحتم في هذا؟

تحظى منتجاتنا بإقبال كبير داخل السوق وخارجه؛ لجودتها، ومصداقيتنا في التعامل، وأسعارنا التنافسية، فضلاً عن التصاميم التي تناسب الذوق السعودي، وتلقى رضا كافة الفئات ومختلف الأعمار.

كلية محمد بن سلمان للإدارة وريادة الأعمال بداية لنهضة تعليمية كبرى

700 مليون ريال لتمويل رواد الأعمال

من خلال عملك بلجنة شباب الأعمال بغرفة المدينة المنورة، ما الدور الذي تقوم به دعماً لرواد الأعمال؟

تتسق غرفة المدينة في استراتيجيتها وعملها مع رؤية 2030؛ لذا تلعب دوراً كبيراً لتمكين رواد الأعمال، فكانت سبابة إلى تخصيص 20 % من مشترياتها لصالح المنشآت الصغيرة والمتوسطة في المنطقة.

وإلى جانب لجنة شباب الأعمال، لدينا مركز المنشآت الصغيرة والمتوسطة، ومجلس شباب الأعمال، ومركز موحد متعدد لدعم المنشآت الصغيرة والمتوسطة، والعمل على تأسيس حاضنات أعمال لدعم الشركات الناشئة بالتعاون مع نما المنورة وجامعة طيبة وعدد من الجهات الداعمة من صناديق تمويل وبنوك وجهات حكومية واستشارية وأكاديمية، بهدف تنسيق وتكامل الجهود للاستفادة من المزايا والخبرات المتوفرة لديها، كما ننظم دورات تدريبية في عدة مجالات لصقل مهارات رواد الأعمال.

وخلال لمشكلات التمويل، وفي إطار الشركة مع «نما المنورة» والبنك السعودي للتسليف والادخار؛ تم تخصيص 700 مليون ريال لتمويل مشاريع رواد ورائدات الأعمال في منطقة المدينة المنورة، بناءً على توجيهات أمير منطقة المدينة المنورة بضرورة دعم المنشآت، كما حصلت شركة نما المنورة على امتياز بتخصيص 100 مصنع لرواد الأعمال.

من مقعدك باللجنة الوطنية لشباب الأعمال، كيف ترى حركة ريادة الأعمال في المملكة؟

يشهد كل يوم من أيامنا حراكاً فاعلاً في مجال ريادة الأعمال؛ إذ تشهد المملكة خطوات إصلاحية كبيرة لدعم ريادة الأعمال، لعل أهمها إنشاء هيئة تنمية المشروعات الصغيرة والمتوسطة، وتأسيس كلية محمد بن سلمان للإدارة وريادة الأعمال.

وكيف ترى دور اللجنة في دعم ريادة الأعمال؟

تهدف اللجنة الوطنية لشباب الأعمال إلى بناء جيل من القادة الشباب في مجال الأعمال، والمساهمة في صنع القرار، وترسيخ ثقافة الريادة والعمل الحر، وتمثيل شباب الأعمال في المحافل الإقليمية والدولية وأمام دوائر صنع القرار، وصنع قيادات شابة قادرة على تولي القيادة المستقبلية للنشاط الاقتصادي.

وقد نجحت اللجنة منذ تأسيسها في المساهمة في رسم استراتيجيات المملكة الرامية لدعم ريادة الأعمال، وأن تكون حلقة وصل بين شباب الأعمال وأصحاب القرار والجهات الحكومية من ناحية وبينهم وبين الجهات الداعمة من ناحية أخرى.

الجلود سنوياً، لكن لم نستفد منها كما يجب، بالرغم من إمكانية تعظيم الاستفادة أضعاف الوضع الحالي.

تقلص عدد المصانع

لماذا؟ وما التحديات التي تواجه هذه الصناعة؟

تشهد هذه الصناعة في المملكة تراجعاً كبيراً، وتمر بمرحلة هي الأصعب؛ إذ تقلص عدد المصانع من 12 مصنعاً قبل نحو عامين إلى 7 مصانع، كما تحول أغلب مصنعي الجلود إلى تجميعها؛ وذلك لعدة أسباب: التسرع في عملية الذبح، وعدم المهنية في سلخ أو استخلاص الجلد، وعدم ذبح الأضاحي في الأماكن المخصصة.

وتواجه الصناعة تحديات، أهمها صعوبة الحصول على تراخيص، وعدم توافر أماكن لإقامة المصانع؛ لأن الجلود تندرج تحت صناعات الفئة الثالثة، التي تمنع هيئة المدن الصناعية منحها تراخيص وأراض داخل المدن والمناطق والتجمعات الصناعية التابعة لها، كما لا تسمح المحافظات والمدن بوجودها في نطاقها، وهناك قرار صادر بإغلاق كافة المصانع الموجودة خارج نطاقات المدن الصناعية في مختلف المحافظات والمناطق؛ ما يزيد من صعوبة الوضع؛ فباتت هذه الصناعة محاصرة بين نارين: إغلاق مواقعها، وعدم الموافقة على نقلها إلى داخل المدن الصناعية.

مناطق صناعية موحدة

وكيف ترى الحل؟

الحل في عمل مناطق صناعية موحدة؛ ما يحل أزمة التكلفة الكبيرة لمحطات تكرير المياه باشتراك جميع المصانع في محطة كبيرة وتقسيم الكلفة فيما بينها؛ وبالتالي خفض سعر المنتج؛ إذ زادت تكلفة التشغيل بنسبة تتراوح بين 10% و20%؛ لارتفاع أسعار الكهرباء، وارتفاع كلفة العمالة الوافدة.

وماذا عن مشكلة العمالة في ظل نظام السعودية الجديد؟ وما

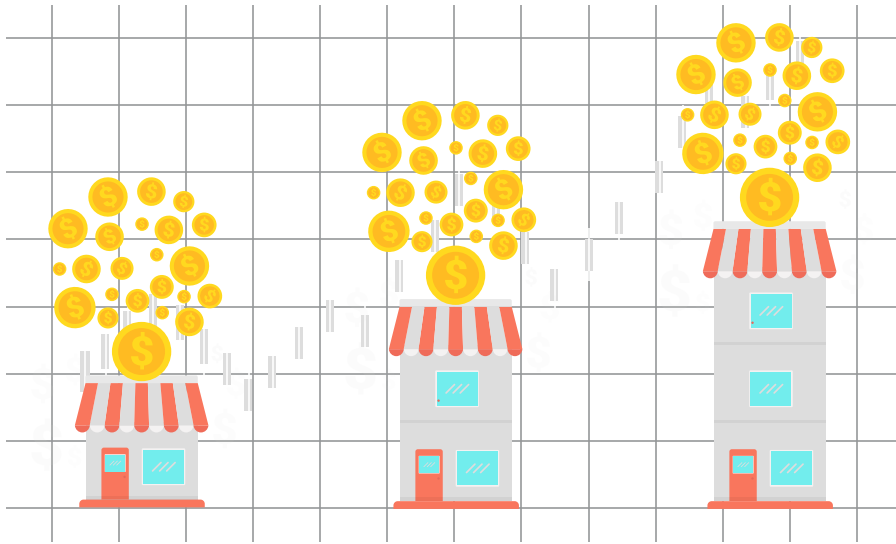
رؤيتكم للتغلب عليها؟

الكل يعاني في ظل غياب أو ندرة الأيدي السعودية العاملة، خاصة في بعض التخصصات والوظائف المهنية التي لا يُقبل الكثير من السعوديين عليها، فنضطر إلى العمالة الوافدة التي باتت مكلفة، لذلك أنضم للمطالبيين بإعفاء المصانع من تطبيق نظام كلفة العامل الوافد لمدة يمكن خلالها توفير العمالة السعودية المؤهلة والمدربة.

كيف ترى واقع قطاع الفرنشايز في المملكة؟ ومارؤيتكم

لمستقبله؟

أرى أن الفترة القادمة هي العصر الذهبي للفرنشايز في المملكة، وسيشهد توسعاً هائلاً للعلامات السعودية خارج المملكة، في ظل رؤية 2030 التي نصت على دعم وتشجيع الفرنشايز، خاصة وأن حكومة خادم الحرمين الشريفين خطت خطوات قوية لدعم الفرنشايز، باعتباره جزءاً لا يتجزأ من ريادة الأعمال، علاوة على قدرته على توفير فرص عمل للشباب.



الفرنشايز.. واستراتيجية مجلة رواد الأعمال

التفتت مجلة رواد الأعمال منذ عددها الأول لأهمية الفرنشايز (الامتياز التجاري) للاقتصاد الوطني، فحمل غلاف عددها الأول - قبل 10 سنوات- عنوان "الامتياز التجاري بوابة المستقبل"؛ ليؤكد على رؤية واستراتيجية ثابتة لسياسة المجلة التحريرية، والتي وافقتها رؤية 2030 بتأكيداتها على أهمية الفرنشايز، كفرع من المشروعات الصغيرة والمتوسطة التي تعول عليها الرؤية دورًا كبيرًا لزيادة مساهمتها في الناتج المحلي الإجمالي من 20% إلى 35%.

الرياض عاصمة الامتياز التجاري

وتحت عنوان "الرياض عاصمة الامتياز التجاري في العالم ماذا ينقصها؟" ناقش العدد الأول ملفًا كاملاً، شارك فيه محمد المعجل؛ رئيس لجنة الامتياز التجاري بالغرفة التجارية والصناعية بالرياض، ود. محمد الكثيري؛ أمين عام منتدى الرياض الاقتصادي، ومحمد الدليل؛ مدير مركز المنشآت الصغيرة والمتوسطة، والذين رأوا أنه سيكون ذراعًا فعالة للاقتصاد الوطني ومستقبلاً واعدًا من خلال تقوية النشاط التجاري وتوسيع عمل الشركات أفقيًا.

وأبرز التحقيق التحديات التي تواجه الامتياز التجاري، مؤكدًا أن أهمها ضعف البيئة التشريعية لعدم وجود مساحة له في وزارة التجارة والصناعة؛ لكونها الجهة المعنية بتنظيم الأعمال وتنويع الشركات؛ إذ كانت تنظر إلى الامتياز التجاري على أنه وكالة أو موزع تجاري.

وأبرز الملف، تقديم لجنة الفرنشايز بغرفة الرياض، مسودة قانون للامتياز التجاري، مطالبة بوجود هيئة مستقلة للامتياز التجاري لتدافع عنه وتدعمه، تابعة لوزارة التجارة والصناعة أو غيرها، كما أبرز بعض التحديات مثل افتقار بعض الوزارات لنظام صريح وواضح يفرق بين المانع والممنوح.

وأكد الخبراء أن الامتياز التجاري هو أسرع وسائل التقنية لتطوير أي بلد؛ لأنها تسمح بنقل التقنية بنظام شرعي وقانوني مقبول

واصفين إياه بالعصا السحرية لأي قطاع والمنقذ لأي اقتصاد، داعين الدولة للتركيز عليه ودعمه بقوة لإنجاح اقتصادها الوطني، خاصة وأن الفرنشايز صمم لقطاع المشروعات الصغيرة والمتوسطة، وما أكثرها في السعودية.

ملحق متخصص للفرنشايز

وبعد تسع سنوات من طرحه كمحف، واصلت مجلة "رواد الأعمال" ريادتها بإصدار ملحق داخلي متخصص في الفرنشايز، بعد أن زادت عدد المشروعات الداخلة تحت هذا القطاع؛ لتطرح القضايا المتعلقة به، فكان من العجيب أن تظل معظم التحديات كما هي، فجاء ملحق الفرنشايز للعدد 97 (أكتوبر 2017)؛ ليناقد ملفًا بعنوان: "مجتمع الأعمال يطالب بسرعة إصدار قانون الفرنشايز"، شارك فيه أيضًا محمد المعجل؛ رئيس لجنة الفرنشايز بغرفة الرياض، وعدد من الخبراء وأصحاب العلامات التجارية الوطنية.

ونجح ملحق الفرنشايز- والوحيد في المجالات العربية- في حفر مكانة متميزة في مجتمع الفرنشايز؛ ليصبح منبرًا حيًا لأصحاب العلامات الوطنية، ويناقش القضايا التي تعكس واقع مجتمع الفرنشايز، ويقدم الحلول، ويستقطب شريحة مميزة من خبراء ومستشاري الفرنشايز، وعلى رأسهم د. محمد دليم القحطاني الذي يطل علينا من زاويته الشهرية.

غلاف العدد الأول منذ عشر سنوات: "الامتياز التجاري بوابة المستقبل"

ومن الملفات التي ناقشها الملحق:

مجتمع الأعمال يطالب بسرعة إصدار قانون الفرنشايز

جاء ملف ملحق الفرنشايز (نوفمبر 2017) استشرافاً لمستقبل الفرنشايز في المملكة من خلال آراء خبراء ومستشاري الفرنشايز والمستثمرين ورواد الأعمال، باعتبار أن الفرنشايز من القطاعات الاقتصادية الواعدة في المملكة، ولكونه الخيار الأمثل للاستثمار، لفوائده العديدة للاقتصاد الوطني وللمستثمرين ورواد الأعمال، بالأخص للبادئين، وتميزه بنسب نجاح عالية مع قلة المخاطر المحيطة بمشاريعه.

وبيّن الخبراء أن مستقبل الفرنشايز في المملكة مستقبلي واعد ومبشر، في ظل الطفرة التي يعيشها الاقتصاد السعودي بعد صدور رؤية 2030، والتي نصت على أهمية قطاع الفرنشايز.

الفرنشايز بوابة عبور العلامات الوطنية للعالمية



ناقش هذا الملف موضوعاً مهماً يعكس استراتيجية المجلة المتسقة مع رؤية 2030، والهادفة إلى تعزيز مكانة العلامات الوطنية، ودعمها للوصول للعالمية، مؤكداً أن الفرنشايز هو بوابة العبور للعلامات الوطنية نحو للعالمية؛ إذ أكد الخبراء وجود علامات تجارية سعودية تتمتع بمزايا تنافسية قوية بانتمائها لاقتصاد عملاق.

وأظهر الملف أهم أوجه الدعم الحكومية والجهود المبذولة لتنمية قطاع الفرنشايز، ودور المؤسسات الحكومية والداعمة والمكاتب الاستشارية في مساعدة العلامات التجارية الوطنية للوصول للعالمية، كما أشار إلى أهم التحديات التي تعوق تقدم علامتنا الوطنية ومن بينها: عدم توفر نظام صارم يحكم هذه العلاقات التجارية، وتأخر صدور قانون الفرنشايز، والسعودة ونقص العمالة المدربة والكوادر الوطنية المؤهلة، وغياب الثقافة بأهمية الفرنشايز وضرورة العمل به لدى أصحاب العلامات التجارية الذين يتقاعسون عن تسجيل العلامات التجارية حفاظاً على حقوقهم.



ناقش الملف مشكلة الافتقار إلى قانون متخصص ينظم قطاع الفرنشايز، ويوفر عوامل الأمان والحماية لطرفي العقد: المانح والممنوح، باعتبار أن غياب مثل هذا القانون يعد من أهم التحديات التي تواجه تقدم هذا القطاع بالشكل الصحيح، وتؤرق العاملين فيه، وباتت الحاجة ملحة لإصدار قانون واحد وشامل يحكم قطاع الفرنشايز وينظمه وينسجم مع قوانين البيئة الدولية.

وقد ألقى الملف الضوء على مشروع قانون الفرنشايز - الذي تعكف على إعداده وزارة التجارة والاستثمار منذ مطلع عام 2017 - يلبي احتياجات مانحي الفرنشايز وممنوحيه، ويشجع أنشطة الفرنشايز؛ عبر وضع إطار قانوني ينظم العلاقة بين صاحب الامتياز والممنوح، ووضع أسس لعلاقة تقوم على مبدأ الشفافية، وتوفير الحماية اللازمة للطرفين في حالة إنهاء الاتفاقية أو عدم تجديدها.

الفرنشايز.. مستقبل واعد وفرص كبيرة



تفاصيل الفرانشايز: اللياقة البدنية

تاريخ التأسيس: 2002

تاريخ الرخصة: 2002

المقرات: ودبيري، ومينوسوتا بالولايات
المتحدة الأمريكية



توصيف العمل:

يتكون نظام الفرانشايز هنا من مراكز للياقة البدنية مع احتمال الحد الأدنى من النفقات العامة والعمل. توجد بطاقة دخول نظام أمني يتيح للأعضاء المنتسبين للمركز بالدخول إلى أي مركز تابع لـ Anytime Fitness في أي وقت من اليوم على مدى 24 ساعة، والحصول على خدمات البيع والفوائد المتبادلة بين المراكز.

امتياز العرض:

تقدم الشركة نوعين من اتفاقيات الفرانشايز:

1. للجهة الممنوحة الحق في تشغيل مركز واحد تابع لـ Anytime Fitness في الموقع المحدد، تحت اسم Anytime Fitness ما لم يسمه صاحب حق الفرانشايز.
2. يخول مانح الفرانشايز للأشخاص المؤهلين، الحق في تطوير العديد من الامتيازات داخل منطقة محددة وفقاً لأحكام اتفاقية تطوير المنطقة.

المساعدة المالية:

لا تُقدّم المؤسسة عادة، بشكل مباشر أو غير مباشر، أي تمويل آخر لمساعدة الممنوح والقائمين عليها على تأسيس أعمالهم، لكن المانح يمتلك ترتيبات مع عدة جهات تلعب دور طرف ثالث، بإعطاء قروض لمن يقدم التمويل المالي للجهة الحاصلة على الفرانشايز.

إذا أراد الممنوح، الحصول على تمويل مالي من Anytime Fitness، فعليه التوقيع على اتفاقية استشارة مالية منفصلة. ويناقش مانح الفرانشايز مختلف المنتجات التمويلية والخدمات المتوفرة، ويساعد في إعداد طلبات من أجل التمويل مع المقرضين الذين عقدوا معهم اتفاقيات عمل.

لا يمتلك صاحب حق الامتياز أي اتفاق مكتوب مع أي بنك أو جهة مقرضة من أجل توفير التمويل لممنوحي الامتياز. يقدم مانح الفرانشايز برنامجي تمويل مباشر يقدمان التمويل لممنوحي الفرانشايز المؤهلين، أحدهما يمنح للجهات الجدد التي حصلت على الفرانشايز مؤخراً، والآخر لأصحاب الامتياز الحاليين الذين تم تجديد حقهم في الفرانشايز.

العدد التقريبي للوحدات: 3,105 وحدة.

