

ПРОГРАММЫ ОБУЧЕНИЯ АО «КОРПОРАЦИЯ «МСП»



Модуль
**«БИЗНЕС
ПО ФРАНШИЗЕ»**

УЧЕБНО-НАГЛЯДНОЕ ПОСОБИЕ
ДЛЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ

АО «КОРПОРАЦИЯ «МСП»

Цели и задачи модуля.....	3
1. Основные понятия во франчайзинге (термины и определения)	
1.1. Термины и определения (основные понятия франчайзинга)	4
1.2. Франчайзинг как особый вид ведения бизнеса. Модель франшизы.....	8
1.3. Юридическое сопровождение франчайзинговой деятельности (особенности договора коммерческой концессии).....	12
2. Общая информация об открытии бизнеса по франшизе	
2.1. Основные причины создания и приобретения бизнеса по франчайзингу.....	13
2.2. Основные этапы создания франшизы.....	15
2.3. Состав документов по франшизе.....	16
2.4. Выбираем франшизу.....	19
• Проводим самооценку.....	21
• Оцениваем конкурентные преимущества франшизы.....	22
• Проверяем франшизу.....	23
• Оцениваем инвестиции. Составляем бизнес-план.....	25
• Заключаем договор.....	27
2.5. Продвижение франшизы.....	28
Заключение.....	29
Список литературы.....	30

Цели и задачи модуля

Цель: расширение знаний в области франчайзинга, практическое руководство по созданию франшизы.

Задачи:

- предоставление базовой информации об основных терминах во франчайзинге;
- информирование об основных преимуществах создания и продажи франшиз;
- юридическое сопровождение и информирование о рисках и особенностях договора по франчайзингу;
- детальный разбор того, что должно входить во франчайзинговый пакет;
- построение финансовой модели;
- пошаговая инструкция по созданию собственной франшизы;
- информирование о способах продвижения франшизы на рынок.

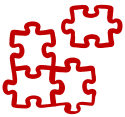


Для успешного освоения обучающего модуля необходимо пройти бесплатную регистрацию на Портале Бизнес-навигатора МСП (<https://smbn.ru>)

1.1. Термины и определения (основные понятия франчайзинга)



Франчайзинг – технология ведения предпринимательской деятельности, при которой франчайзер вправе распоряжаться принадлежащим ему комплексом исключительных прав, франчайзинговым пакетом, деловой репутацией, коммерческим опытом в совокупности (франшизой), при этом оставаясь их правообладателем, а другая сторона - франчайзи, приобретая франшизу, ведет собственную предпринимательскую деятельность, используя торговый знак (знак обслуживания) франчайзера, его коммерческий опыт и деловую репутацию и соблюдая все требования и условия, установленные франчайзером.



Франшиза – совокупность комплекса исключительных прав, деловой репутации, коммерческого опыта, сформированного франчайзингового пакета, продаваемая франчайзером другим коммерческим юридическим лицам или индивидуальным предпринимателям.

1.1. Термины и определения (основные понятия франчайзинга)



Франчайзер (Правообладатель) – юридическое лицо или индивидуальный предприниматель - владелец прав на франчайзинговый пакет (франшизу), которое распоряжается принадлежащим ему комплексом исключительных прав, коммерческим опытом и деловой репутацией.



Франчайзи (Пользователь) – юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, которое приобретает права на франшизу у франчайзера согласно договору франчайзинга.

1.1. Термины и определения (основные понятия франчайзинга)



Паушальный взнос – это единовременный франчайзинговый платеж франчайзеру. Может включать плату за помещение, оборудование, товары и материалы и другие обусловленные договором элементы, предоставляемые франчайзи. Оплата обычно происходит при заключении договора.



Роялти – это периодические платежи, производимые франчайзи за использование объектов права интеллектуальной собственности и операционных систем ведения бизнеса. Обычно рассчитывается как процент от валовых продаж или других финансовых показателей, может иметь и форму фиксированной платы. Может устанавливаться по прогрессивной или регрессивной шкале.

1.1. Термины и определения (основные понятия франчайзинга)



Субфранчайзинг – технология ведения предпринимательской деятельности, при которой франчайзи становится вторичным франчайзером (правообладателем) при продаже франшизы. **Субфранчайзи** – вторичный пользователь франшизы, получивший право на основе договора субфранчайзинга от первоначального франчайзи.



Мастер-франчайзи – юридическое лицо (коммерческая организация) или индивидуальный предприниматель, которое приобретает эксклюзивные права на франшизу (мастер-франшизу) у франчайзера согласно договору франчайзинга на определенную территорию и имеет право заключать договоры субфранчайзинга с другими коммерческими юридическими лицами или индивидуальными предпринимателями на закрепленной за ним территории.

1.2. Франчайзинг как особый вид ведения бизнеса. Модель франшизы



ВАЖНЫМ ФАКТОРОМ ПО ВЫВЕДЕНИЮ НА РЫНОК НОВОЙ ФРАНШИЗЫ, ЯВЛЯЕТСЯ ПОНИМАНИЕ СЕГМЕНТИРОВАНИЯ ФРАНШИЗ И НАЛИЧИЕ СПРОСА НА ТОТ ИЛИ ИНОЙ ВИД ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.

ДАННАЯ ТАБЛИЦА ПОМОЖЕТ НАЧИНАЮЩЕМУ ФРАНЧАЙЗЕРУ ПОНЯТЬ, НАСКОЛЬКО ЕГО СЕГМЕНТ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПОЛЬЗУЕТСЯ СПРОСОМ СО СТОРОНЫ ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ ФРАНЧАЙЗИ.

СЕГМЕНТАЦИЯ ФРАНШИЗ ПО ДОЛЕ РЫНКА, %



ДОЛЯ РЫНКА, %



Товарный франчайзинг Производственный

представляет собой передачу франчайзи исключительного права на реализацию продукции, выпускаемой франчайзером под его товарным знаком. В эту категорию входят только товары и услуги, зарегистрированные под торговыми марками. В некоторых случаях франчайзер частично или полностью оплачивает гарантийные услуги и возмещает расходы франчайзи на рекламу.

Производственный франчайзинг подразумевает передачу франчайзи запатентованной технологии производства исходного компонента продукции, часто в комплекте с упаковочным материалом и сырьем. Пример: сфера производства безалкогольных напитков. Многие региональные или местные разливные и упаковочные заводы - это франчайзи основного предприятия. Все крупнейшие компании безалкогольной отрасли («Кока-Кола», «Пепси Кола», «Доктор Пеппер», и др.) работают именно по этому принципу.

Деловой (сервисный/франчайзинг бизнес-формата)

Деловой франчайзинг - способ ведения бизнеса, при котором франчайзи приобретает право, ограниченное конкретной территорией, открыть собственное предприятие, оказывающее услуги аналогичного профиля под торговым знаком (знаком обслуживания) франчайзера и берет на себя обязательства полностью скопировать франшизный бизнес по определенной модели, отработанной компанией-франчайзером. Примеры: рынок общественного питания: «Баскин Роббинс», «Бургер Кинг», «Макдоналдс».

Социальный франчайзинг происходит из сферы социального предпринимательства – сферы бизнеса, направленного на решение или смягчение проблем общества. Примеры: частные детские сады, пансионаты для пожилых людей, заводы по переработке пластмассы и т.д.

1.2. Франчайзинг как особый вид ведения бизнеса. Модель франшизы

Примеры франшиз



Обратите внимание на следующие условия договора:

ПРЕДМЕТ ДОГОВОРА

В договоре надо определить перечень передаваемых объектов интеллектуальной собственности

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ

Возможность франчайзера в императивном порядке диктовать франчайзи ценовой диапазон на продукцию (услуги) может лишить вас конкурентных преимуществ

ВОЗНАГРАЖДЕНИЕ

На практике в договор коммерческой концессии помимо основного вознаграждения может быть включена обязанность франчайзи по покупке дополнительных товаров (услуг), что стоит учитывать при заключении договора

СОГЛАСОВАНИЕ

Договор может предусматривать обязанность франчайзи согласовывать свои действия с франчайзером

ПРОЛОНГАЦИЯ

Предусмотрите условие о продлении договора после истечения срока действия, иначе франчайзер может отказать в его пролонгации, а вы потеряете вложенные средства

ТОВАРНЫЙ ЗНАК

Франчайзи должен получать права на определенные средства индивидуализации – товарный знак или знак обслуживания, иначе договор нельзя квалифицировать как договор коммерческой концессии

ГОСУДАРСТВЕННАЯ РЕГИСТРАЦИЯ

Договор коммерческой концессии заключается в письменной форме, предоставление права использования комплекса исключительных прав регистрируется в роспатенте

СУБКОНЦЕССИЯ

В договоре концессии может предусматривать или не предусматривать право франчайзи заключать субконцессионные соглашения

ОГРАНИЧЕНИЯ

Стороны могут предусмотреть в договоре условия по ограничению конкуренции на рынке соответствующих товаров



ФРАНЧАЙЗИНГ – выгодная сделка для двух сторон, в результате которой выигрывают все.

ФРАНЧАЙЗИ



Основная выгода франчайзи – это покупка готового успешного бизнеса под известным брендом с лояльными потребителями.

Как правило, стоимость франшизы можно поделить на две основные выплаты. Это паушальный платёж и роялти. Кроме основных взносов, существует также рекламный сбор*.

ФРАНЧАЙЗЕР



Франчайзер распространяет бренд не только по территории своего города, но и страны. Кроме того, он получает экономическую выгоду и увеличивает объём продаж.

***Рекламный сбор** - это сумма отчислений франчайзеру для продвижения бренда. В этом случае реклама работает на всю сеть.

Размер каждого из взносов точно определить невозможно. Всё зависит от нескольких факторов, например:



Известности бренда



Монополии на определённой территории



Оборота продаж

ПРИЧИНЫ ПОКУПКИ ФРАНШИЗЫ СО СТОРОНЫ ФРАНЧАЙЗИ



СТАБИЛЬНОСТЬ

По статистике через 5 лет деятельности «выживают» 86% предприятий, созданных по франчайзингу.



НАДЕЖНОСТЬ

- Протестированный узнаваемый бренд и фирменный стиль;
- Успешно действующая бизнес модель;
- Успешные и эффективные технологии производства;
- Оптимально выстроенный маркетинг;
- Запланированный экономический результат.



КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ

- Заработанная и утвержденная лояльность клиентов;
- За счет эффекта синергии мощная рекламная компания на федеральном уровне;
- Оптимизированные бизнес процессы;
- Экономия времени на старте.



ДОСТУПНОСТЬ

- Для того, чтобы начать бизнес «с нуля» не нужен свой предпринимательский опыт;
- Все бизнес процессы и технологии прописаны и проверены;
- В случае возникновения проблемных ситуаций их разрешением занимается консультанты франчайзера;
- Практическое обучение в доступной форме и постоянный консалтинг в сопровождении.



ПОДДЕРЖКА

- Система обучения, конференций и тренингов;
- Единый маркетинг;
- Опыт франчайзера по решению спорных ситуаций и вопросов.

ОСНОВНЫЕ ПЛЮСЫ СОЗДАНИЯ ФРАНШИЗЫ ДЛЯ ФРАНЧАЙЗЕРА



БЫСТРЫЙ РОСТ

Франшиза предоставляет бизнесу неограниченные возможности роста путем открытия франчайзинговых предприятий на всей территории Российской Федерации



РАЗВИТИЕ НА ПРИВЛЕЧЕННЫЕ СРЕДСТВА

Франшиза предполагает открытие предприятий в регионах за счет средств франчайзи. Франчайзер оказывает поддержку путем передачи интеллектуальной собственности, знаний, опыта, документов и периодических консультаций



УЗНАВАЕМОСТЬ БРЕНДА

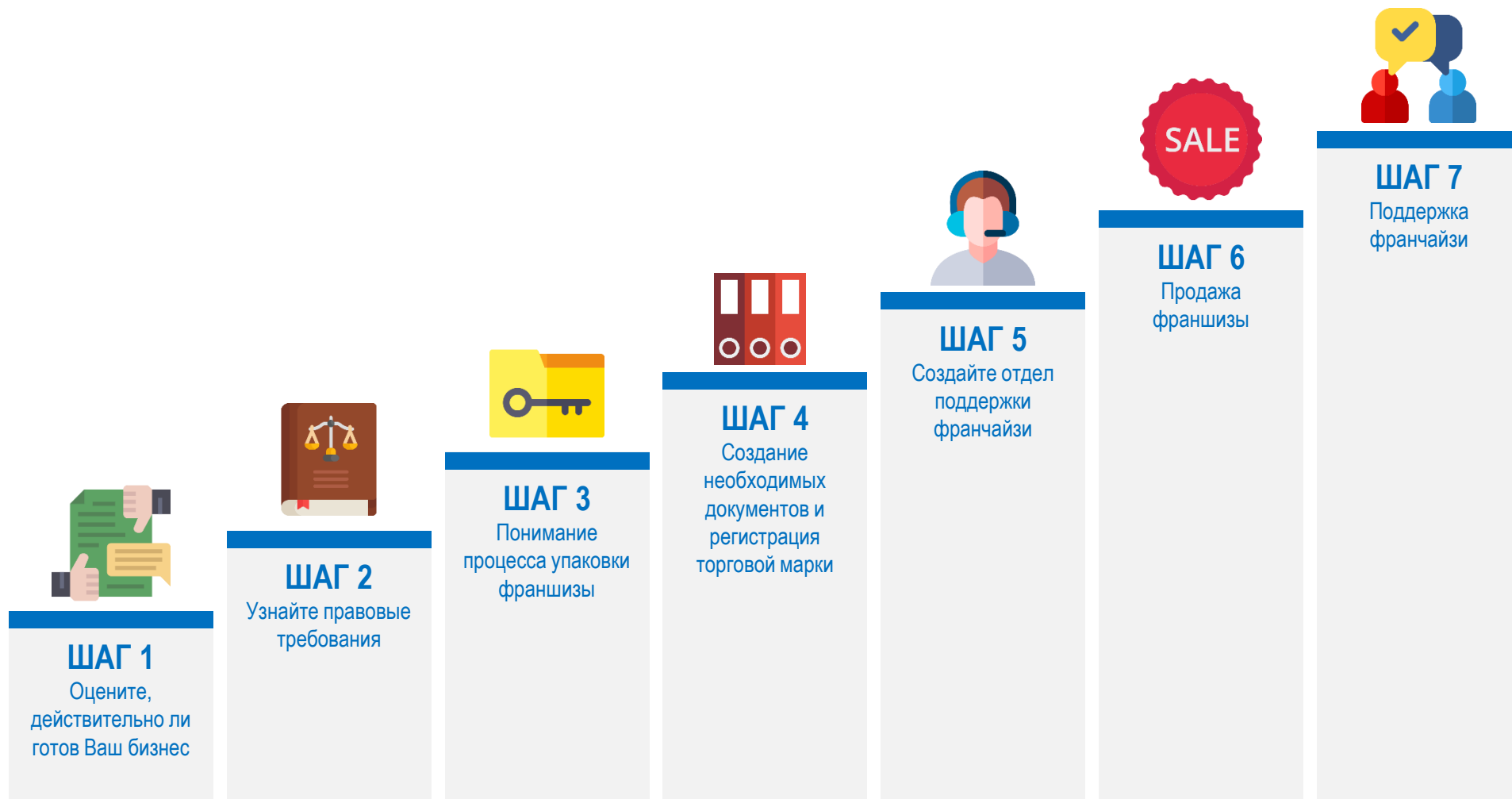
Открытие региональных точек за счет средств франчайзи позволяет проводить локальные рекламные маркетинговые кампании и усиливать узнаваемость бренда



ТОЧКИ СБЫТА

Франчайзи, работая под товарным знаком Франчайзера, обязуется использовать и реализовывать фирменные товары Франчайзера

ЧТО НЕОБХОДИМО ДЛЯ ВЫВЕДЕНИЯ НА РЫНОК СОБСТВЕННОЙ ФРАНШИЗЫ?



2.3. Состав документов по франшизе

Документы для передачи франчайзи:

- Business Book;
- Бизнес-план (финансовый план, экономические расчеты);
- Описание всех бизнес-процессов;
- Технологии и стандарты;
- Brandbook и инструкция по его применению;
- Руководство по внешнему и внутреннему устройству точки (может являться частью Business Book);
- Юридическая часть, документы. Договор концессии, информация о франчайзинговой программе. Основные условия и санкции. Схемы платежей. Договорные документы.

Данные документы Вы можете готовить как самостоятельно, так и путем привлечения соответствующих специалистов

Пример содержания Business Book*

1	Приветственное слово	16	Баннер «Скоро открытие»
2	Оглавление	17	Рекомендации по отделке и оснащению помещения
3	Инструкция по использованию	18	ИТ оборудование
4	Помещение	19	Музыкальный и видео контент
5	Требования к помещению	20	Безопасность помещения
6	Технические требования к помещению	21	Правила пожарной безопасности
7	Поиск помещения	22	Вывеска
8	Согласование помещения	23	Входная группа
9	Рекомендации по фото и видеоотчету	24	Логистика
10	Заключение договора аренды	25	Рекомендованные товары и поставщики
11	Регистрация юридического лица	26	Меню/ассортиментная матрица
12	Получение лицензии на алкоголь	27	Согласование цен
13	Обмерный план	28	Введение новых блюд в меню/новых товаров в ассортиментную матрицу
14	Дизайн-проект	29	Маркетинг
15	Общие рекомендации по выбору ремонтной бригады	30	Пример маркетинговой активности

*пример для ресторанного бизнеса

2.3. Состав документов по франшизе

Пример содержания Business Book*

- | | | | |
|----|--------------------------------------|----|---|
| 31 | Согласование маркетинговой акции | 38 | Журналы контроля деятельности |
| 32 | Работа с персоналом | 39 | Информационная доска |
| 33 | Персонал. Штатное расписание | 40 | Техническое открытие |
| 34 | Оформление персонала | 41 | Выезд команды start-up (команды открытия) |
| 35 | Стартовое обучение | 42 | Торжественное открытие |
| 36 | Требования к внешнему виду персонала | 43 | Контролирующие мероприятия |
| 37 | Личные медицинские книжки | | |

Пример содержания Brandbook*

- | | |
|--|-------------------------------|
| 1 Базовые элементы | 4 Форменная одежда |
| 1.1. Логотип | 4.1. Фартук |
| 1.2. Охранное поле логотипа | 4.2. Поварской колпак |
| 1.3. Цвет логотипа | 4.3. Поло |
| 1.4. Недопустимое использование логотипа | 5 Расходные материалы |
| 1.5. Фирменные цвета | 5.1. Пластиковый пакет |
| 1.6. Типографика | 5.2. Пакет "Майка" |
| 2 Деловая документация | 5.3. Стикеры для боксов |
| 2.1. Визитка | 5.4. Ценник |
| 2.2. Фирменный бланк | 5.5. Бумажные стаканы |
| 3 Оформление точек продаж | 6 Рекламные материалы |
| 3.1. Вывеска | 6.1. Флаер доставка |
| 3.2. Информационная доска | 6.2. Рекламная листовка |
| 3.3. Табличка Режим работы | 6.3. Билборд |
| | 6.4. Брендирование автомобиля |

*пример для ресторанного бизнеса

2.3. Состав документов по франшизе

Во внутреннем ведении франчайзера также находятся:

Документы для продавца

- 1 Презентация
- 2 Финансовая модель
- 3 Требования к локации
- 4 Правила поиска помещения
- 5 Анкета по оценке локации

Договорной раздел

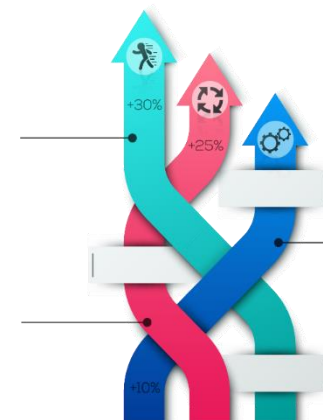
- 1 Договор Коммерческой Концессии
- 2 Договор на выезд специалиста в регион
- 3 Акт приемки помещения
- 4 Договор поставки (при необходимости)
- 5 Соглашение о намерениях

План продвижения Вашей франшизы
(составляется самостоятельно)

*пример для ресторанного бизнеса

2.4. Выбираем франшизу

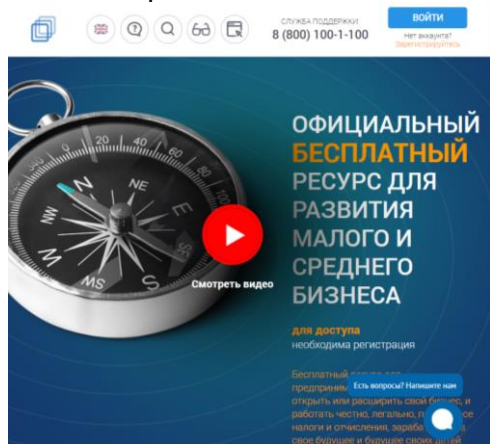
1. Выбирать лучше то дело, в котором Вы разбираетесь и которым интересуетесь.
2. Кроме личных пристрастий, необходимо учитывать финансовые возможности.
3. Проявить осмотрительность, чтобы избежать лжефраншиз.
4. Франшиза должна иметь перспективы в Вашем городе / регионе.
5. Ключевым в успешности бизнеса является выбор локации. С помощью Портала Бизнес-навигатора МСП (<https://smbn.ru>) определите приоритетные места в вашем городе.



2.4. Выбираем франшизу

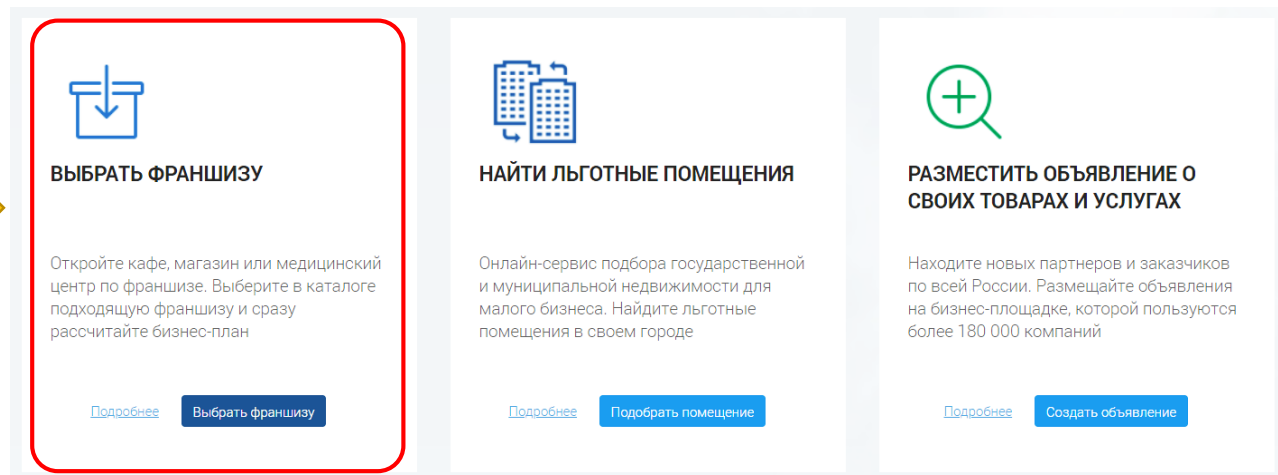
при помощи Портала Бизнес-навигатора МСП

1. Зайдите на Портал Бизнес-навигатора МСП*



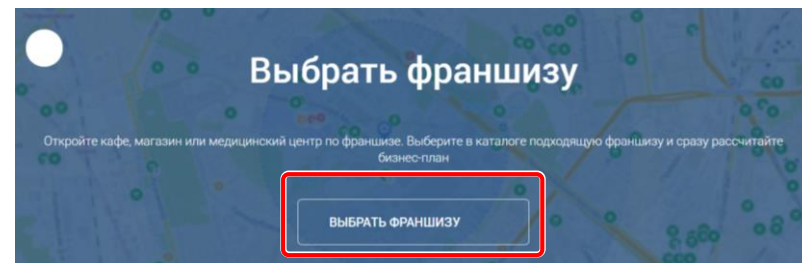
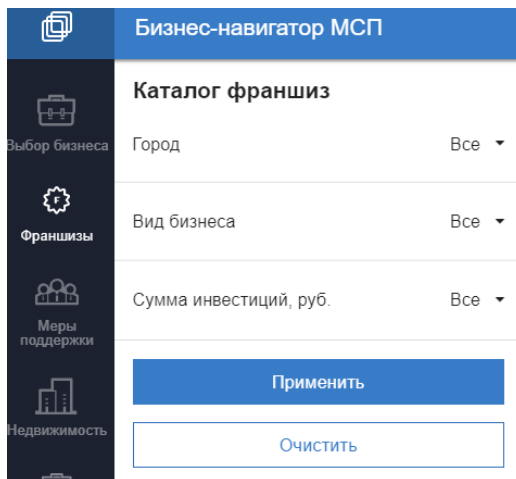
<https://smbn.ru>

2. Выберите сервис «Выбрать франшизу»



4. Для просмотра доступных франшиз выберите:

- город;
- вид бизнеса;
- сумму инвестиций



3. Нажмите на кнопку «Выбрать франшизу» для перехода в профильный раздел Портала Бизнес-навигатора МСП

* Бесплатный ресурс для предпринимателей. Использование Портала доступно для зарегистрированных пользователей.

Проводим самооценку

Выбрать подходящий Вам вид бизнеса можно с помощью базовых вопросов:

1. Какое у Вас образование / специальность?
2. В какой сфере у Вас есть опыт работы?
3. Какой у Вас стартовый капитал?
4. Есть ли у Вас друзья / команда?
5. Какие основные средства у Вас есть?
6. Знаете ли Вы рынок, на котором планируете открывать бизнес?



2.4. Выбираем франшизу

Оцениваем конкурентные преимущества франшизы

По каким параметрам можно сравнивать между собой франшизы, чтобы выбрать наиболее привлекательную для Вас:

- Известный бренд
- Широкая сеть успешных предприятий
- Срок работы франчайзи
- Поддержка франчайзи
- Наличие финансовой модели
- Предоставление маркетинговой поддержки
- Размер паушального взноса
- Размер роялти



2.4. Выбираем франшизу

Проверяем франшизу

Обязательно **пообщайтесь** с действующими франчайзи



Посмотрите отзывы о франшизе и франчайзере в Интернете



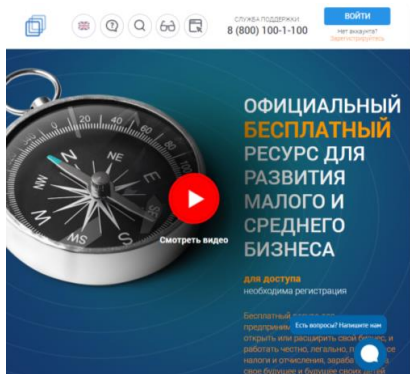
Проверьте права на торговую марку (знак обслуживания) и своего контрагента с помощью сервиса «Проверка контрагентов» Портала Бизнес-навигатора МСП (<https://smbn.ru>)



ПОРТАЛ
БИЗНЕС-
НАВИГАТОРА
МСП

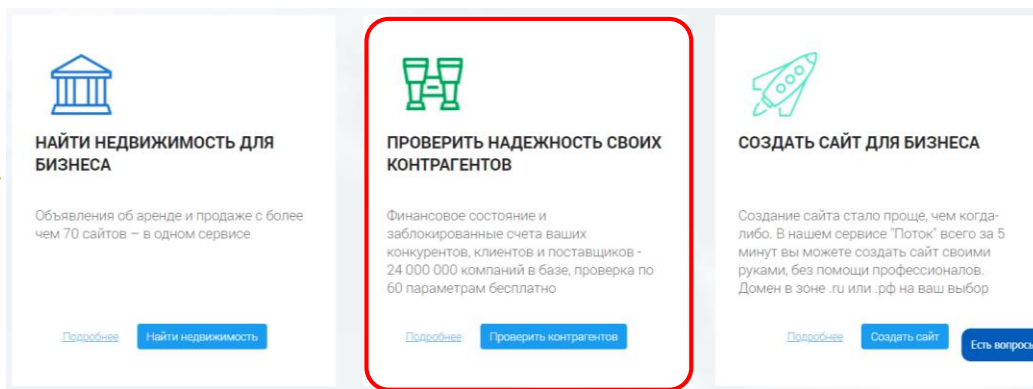
Проверяем франшизу

1. Зайдите на Портал Бизнес-навигатора МСП*

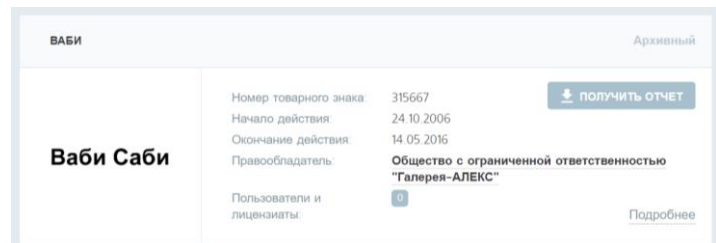
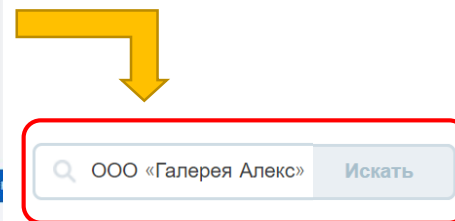


<https://smbn.ru>

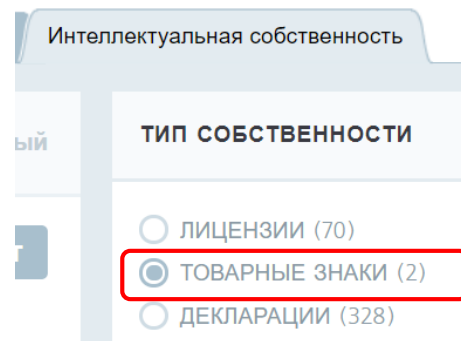
2. Выберите «Проверить надежность своих контрагентов»



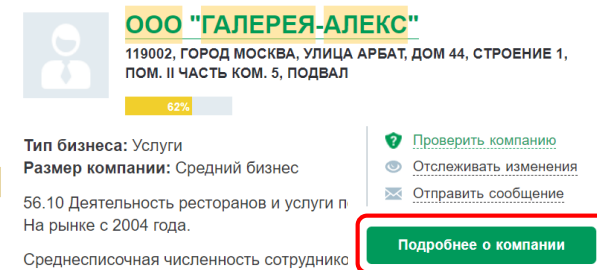
3. Введите название франчайзера и нажмите «Искать»



6. Познакомьтесь с правовой информацией о товарном знаке и правообладателе.



5. Выберите «Товарные знаки» на вкладке «Интеллектуальная собственность»



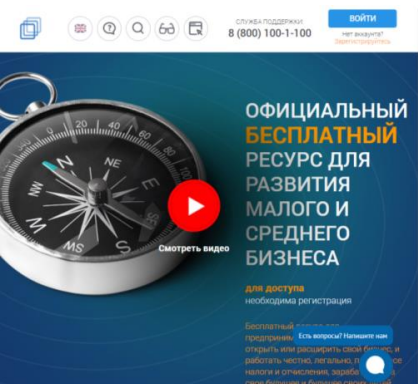
4. Посмотрите подробную информацию о компании

* Бесплатный ресурс для предпринимателей. Использование Портала доступно для зарегистрированных пользователей.

2.4. Выбираем франшизу

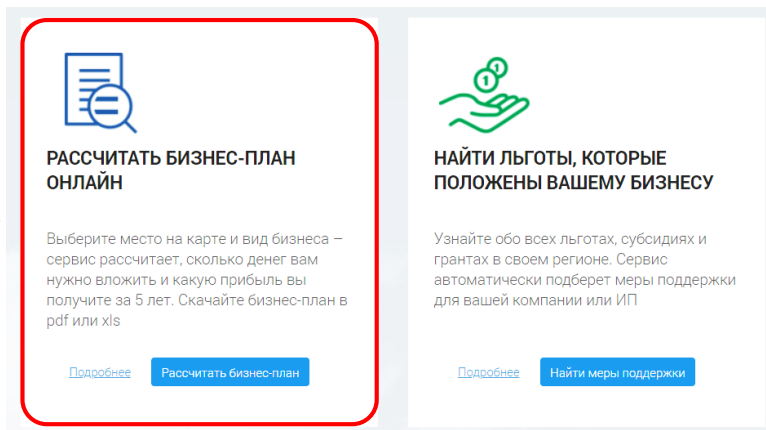
Оцениваем инвестиции. Составляем бизнес-план

1. Зайдите на Портал Бизнес-навигатора МСП*

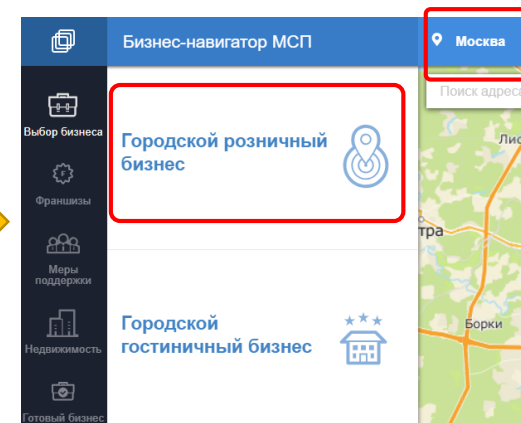


<https://smbn.ru>

2. Выберите сервис «Рассчитать бизнес-план онлайн»



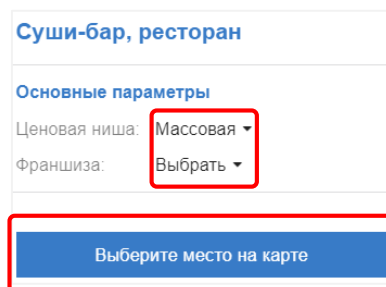
3. Выберите нужный Вам город и тип бизнеса



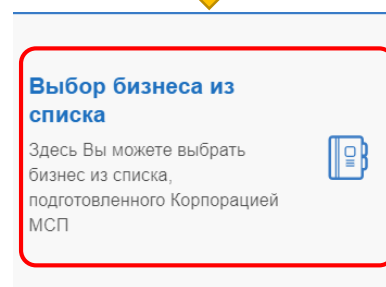
6. Если локация выбрана удачно (инвестиции окупятся не более чем за 5 лет), то Вам станет доступен расчет бизнес-плана

Характеристика предложения	
Реализованный конкурентами спрос, тыс.руб/год	24 404
Нереализованный спрос, тыс.руб/год	58 845
Список конкурентов 4	
<p>Рассчитать бизнес-план</p> <p>Как рассчитывается бизнес-план?</p> <p>Скачать шаблон бизнес-плана в Excel</p> <p>Что такое шаблон бизнес-плана?</p>	

5. Выберите ценовую нишу, доступную франшизу и укажите предполагаемую локацию бизнеса



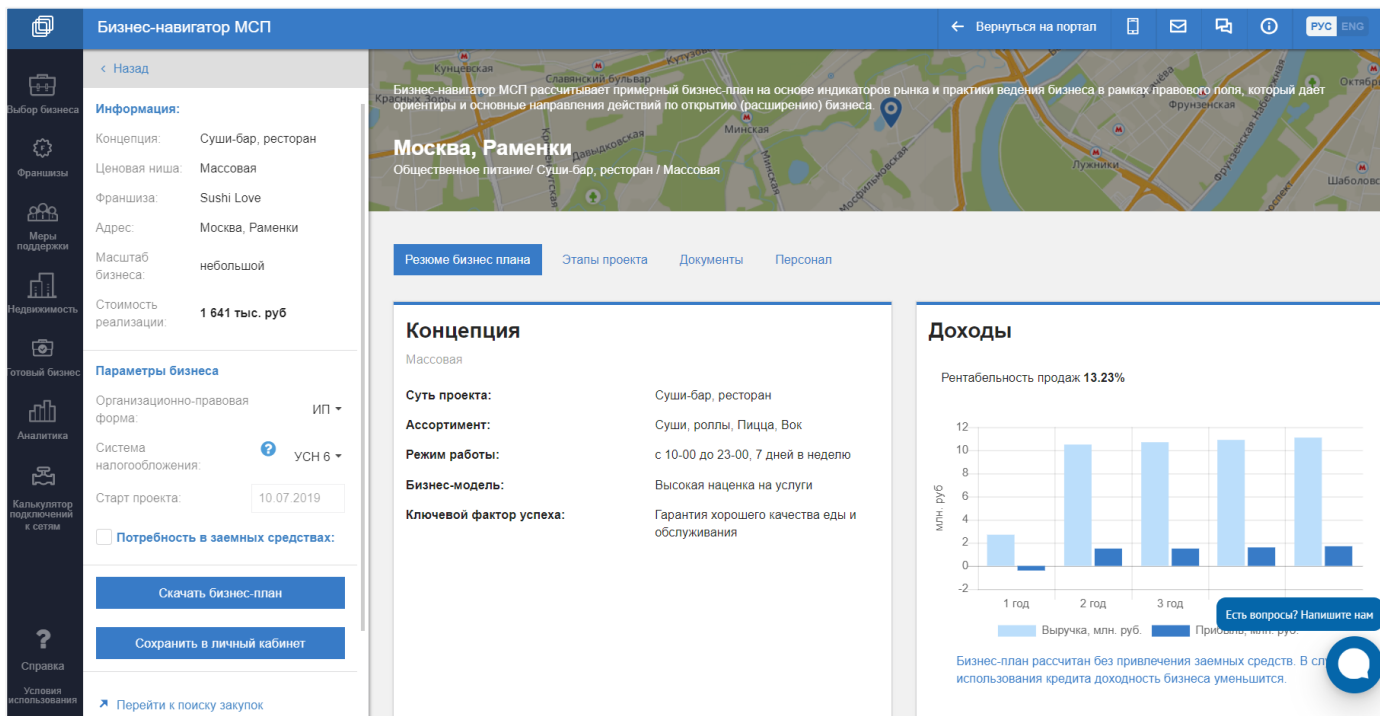
4. В появившемся меню выберите интересующий вид бизнеса из списка



* Бесплатный ресурс для предпринимателей. Использование Портала доступно для зарегистрированных пользователей.

Оцениваем инвестиции. Составляем бизнес-план

7. Ознакомьтесь с результатами расчета бизнес-плана, при необходимости скачайте его:



ВАЖНО:
 сформированный бизнес-план учитывает требования и расходы в соответствии с выбранной франшизой

8. С более подробной инструкцией по использованию Портала Бизнес-навигатора МСП Вы можете познакомиться в рамках обучающего модуля «Бизнес-эксперт: Портал бизнес-навигатора МСП» и непосредственно на Портале Бизнес-навигатора МСП (<https://smbn.ru>)

2.4. Выбираем франшизу

Закключаем договор

- После выбора подходящей франшизы и формирования первоначального капитала необходимо сформировать правовую базу франчайзинговых отношений
- В российском законодательстве нет понятия «франчайзинг» - франчайзинговые отношения регулируются положениями главы 54 Гражданского кодекса Российской Федерации о коммерческой концессии
- С особенностями договора коммерческой концессии Вы можете ознакомиться с помощью сервиса «Жизненные ситуации» Портала Бизнес-навигатора МСП (<https://msp-case.ru/#/document/16/35144>)



ГРАМОТНОЕ ПРОДВИЖЕНИЕ ФРАНШИЗЫ – 70% БУДУЩЕГО УСПЕХА!

Основные каналы продвижения франшизы



Сайт Вашей компании, раздел «Франчайзинг» или «Партнерство»



Мероприятия и каталоги BuyBrand, Российская Ассоциация Франчайзинга (РАФ)



Федеральные и региональные бизнес-форумы, франчайзинговые выставки



Федеральные и региональные центры и фонды поддержки предпринимательства



Представленность на сайтах и участие в рейтингах

В рамках тренинга Вы:

- получили базовую информацию об основных терминах во франчайзинге;
- узнали основные преимущества создания и продажи франшиз;
- узнали о юридическом сопровождении, рисках и особенностях договоров по франчайзингу;
- разобрали состав франчайзингового пакета;
- узнали о построении финансовой модели;
- получили пошаговую инструкцию по созданию собственной франшизы;
- узнали о способах продвижения франшизы на рынок.



1. In Good Company: Managing Intellectual Property Issues in Franchising. WIPO, 2019
2. Новицкий М. Старт в бизнесе. Купить готовый бизнес или открыть по франшизе? – М.: Альтера Инвест, 2017. – 200 с.
3. Сервис «Жизненные ситуации» Портала Бизнес-навигатора МСП (<https://msp-case.ru/#/document/16/35144/>)
4. Бизнес-эксперт: Портал Бизнес-навигатора МСП / АО «Корпорация «МСП» – М.: АО «Корпорация «МСП», 2018. – 72 с.
5. Зимина Л.Ю. Организация бизнеса на основе франчайзинга: Учебное пособие. – Ульяновск: УлГУ, 2009. – 67 с.
6. Юрицин А. Франчайзинг и договор коммерческой концессии. Итоги и перспективы правового регулирования/монография. – М.: Юстицинформ, 2018. – 264 с.