

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)

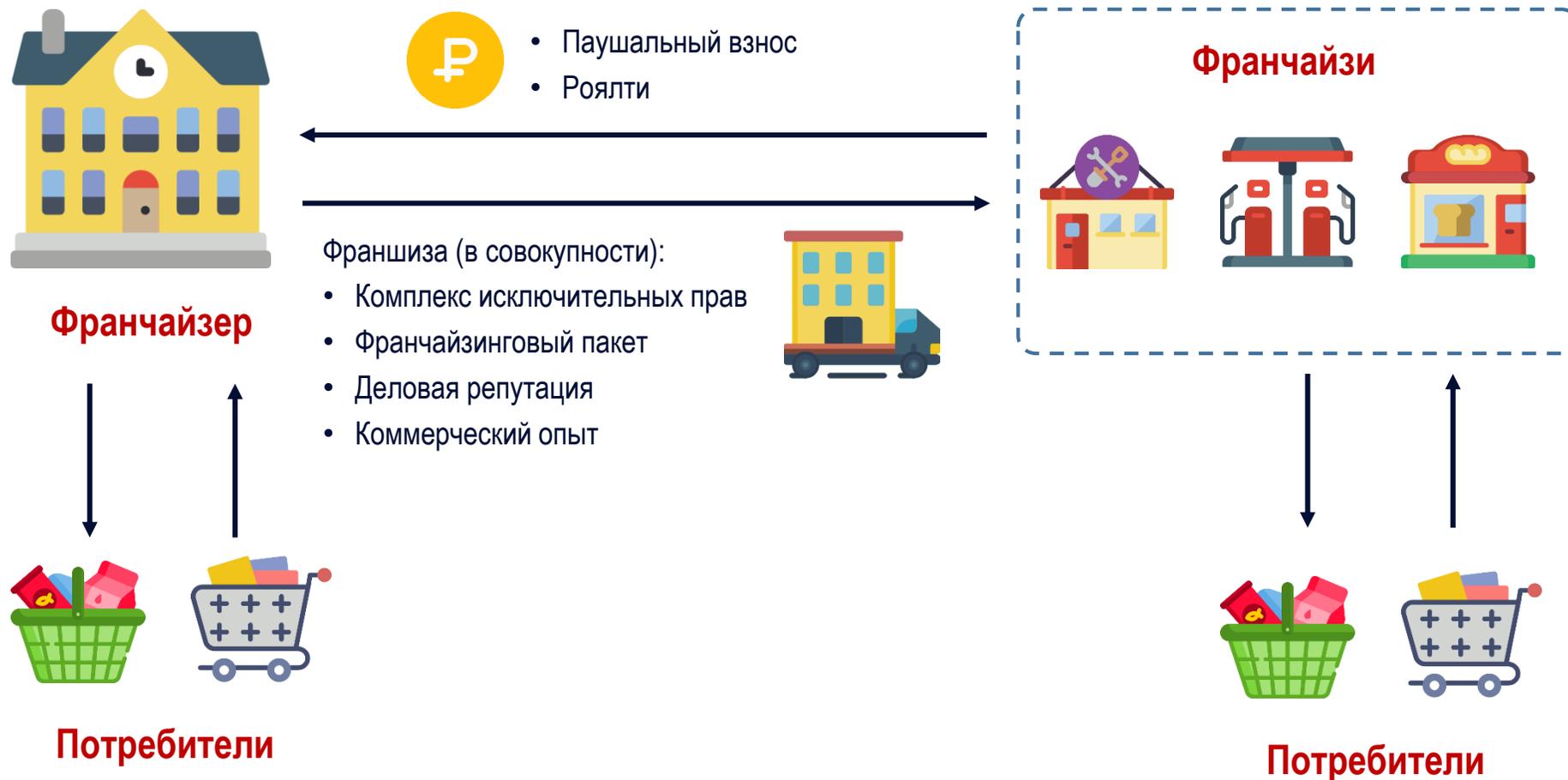


**Субфранчайзинг** – технология ведения предпринимательской деятельности, при которой франчайзи становится вторичным франчайзером (правообладателем) при продаже франшизы. **Субфранчайзи** – вторичный пользователь франшизы, получивший право на основе договора субфранчайзинга от первоначального франчайзи.



**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

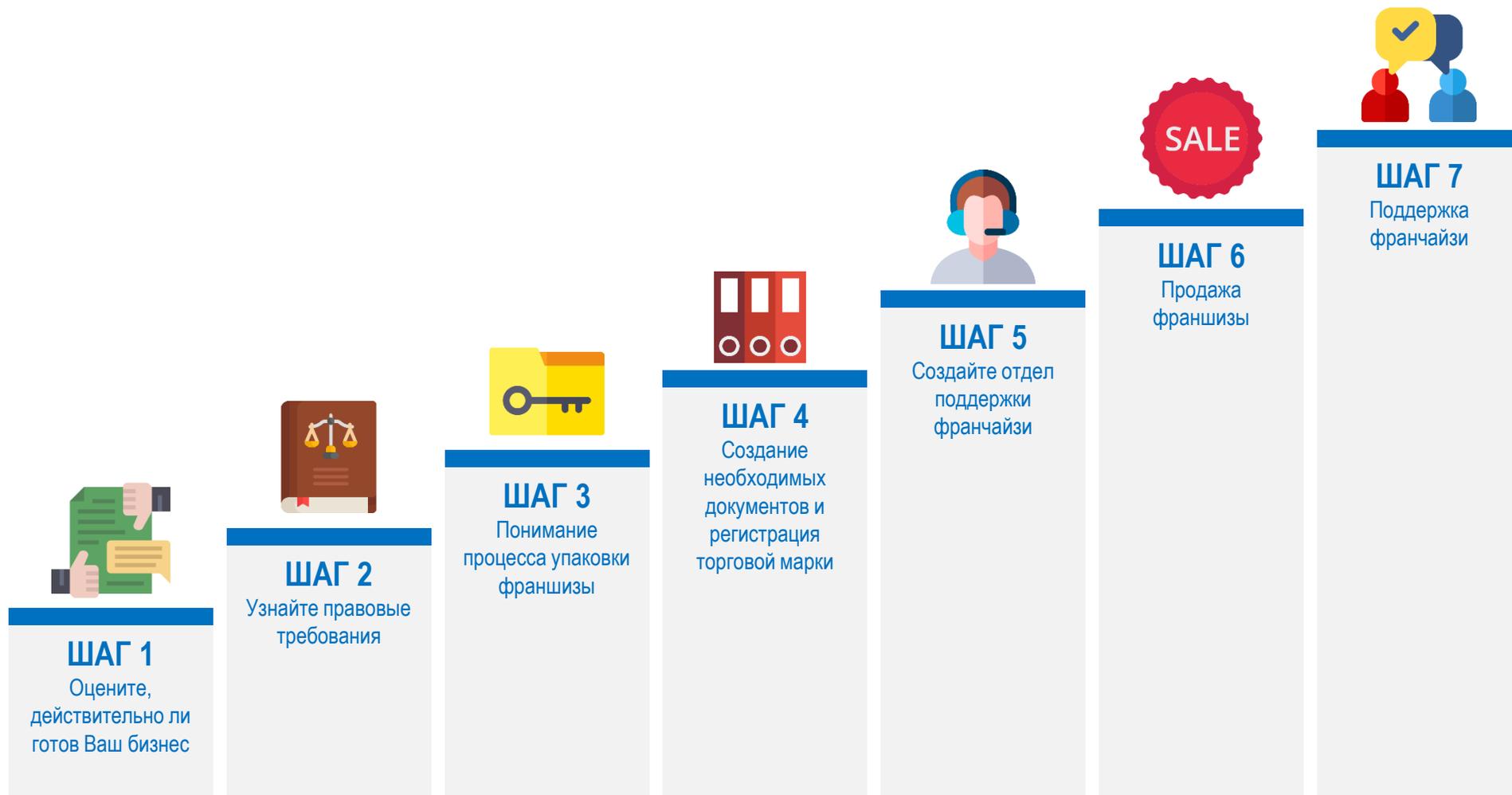
Открытие региональных точек за счет средств франчайзи позволяет проводить локальные рекламные маркетинговые кампании и усиливать узнаваемость бренда



### 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\*

- |  |                               |
|--|-------------------------------|
| <b>1 Базовые элементы</b>                | <b>4 Форменная одежда</b>     |
| 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 | <b>5 Расходные материалы</b>  |
| 1.5. Фирменные цвета                     | 5.1. Пластиковый пакет        |
| 1.6. Типографика                         | 5.2. Пакет "Майка"            |
| <b>2 Деловая документация</b>            | 5.3. Стикеры для боксов       |
| 2.1. Визитка                             | 5.4. Ценник                   |
| 2.2. Фирменный бланк                     | 5.5. Бумажные стаканы         |
| <b>3 Оформление точек продаж</b>         | <b>6 Рекламные материалы</b>  |
| 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

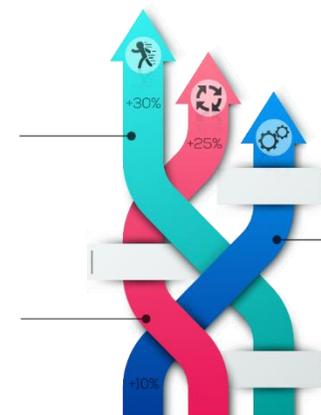
- 1 Договор Коммерческой Концессии
- 2 Договор на выезд специалиста в регион
- 3 Акт приемки помещения
- 4 Договор поставки (при необходимости)
- 5 Соглашение о намерениях

**План продвижения Вашей франшизы**  
(составляется самостоятельно)

\*пример для ресторанного бизнеса

## 2.4. Выбираем франшизу

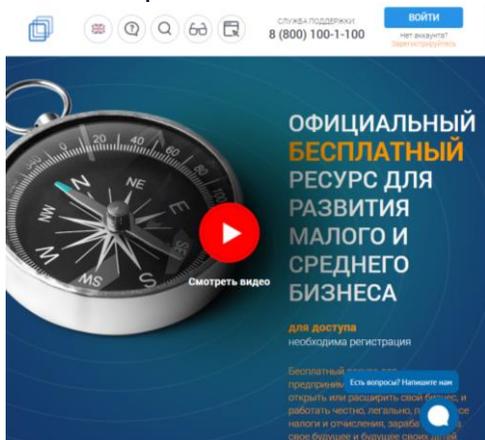
1. Выбирать лучше то дело, в котором Вы разбираетесь и которым интересуетесь.
2. Кроме личных пристрастий, необходимо учитывать финансовые возможности.
3. Проявить осмотрительность, чтобы избежать лжефраншиз.
4. Франшиза должна иметь перспективы в Вашем городе / регионе.
5. Ключевым в успешности бизнеса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



## 2.4. Выбираем франшизу

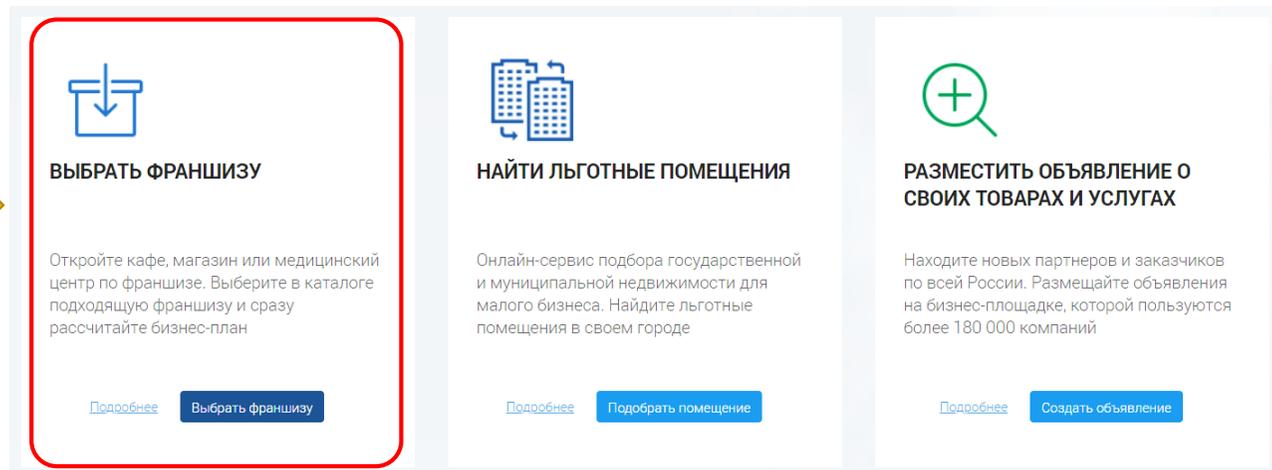
при помощи Портала Бизнес-навигатора МСП

1. Зайдите на Портал Бизнес-навигатора МСП\*



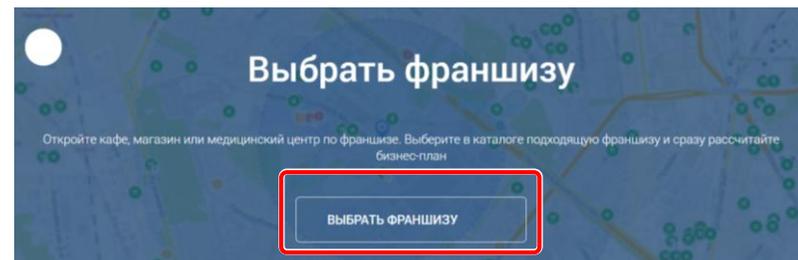
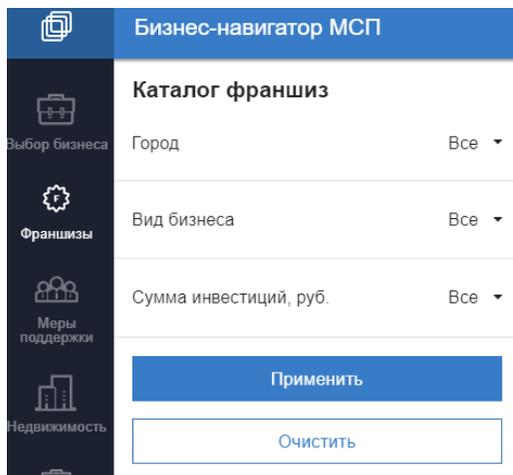
<https://smbn.ru>

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



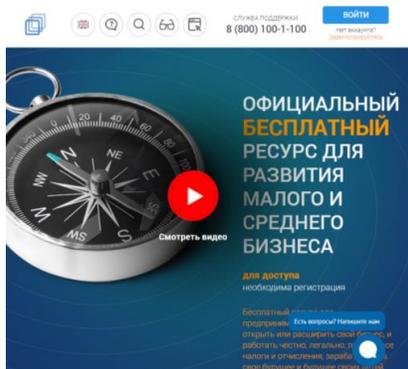
**Проверьте** права на торговую марку (знак обслуживания) и своего контрагента с помощью сервиса «Проверка контрагентов» Портала Бизнес-навигатора МСП (<https://smbn.ru>)



ПОРТАЛ  
БИЗНЕС-  
НАВИГАТОРА  
МСП

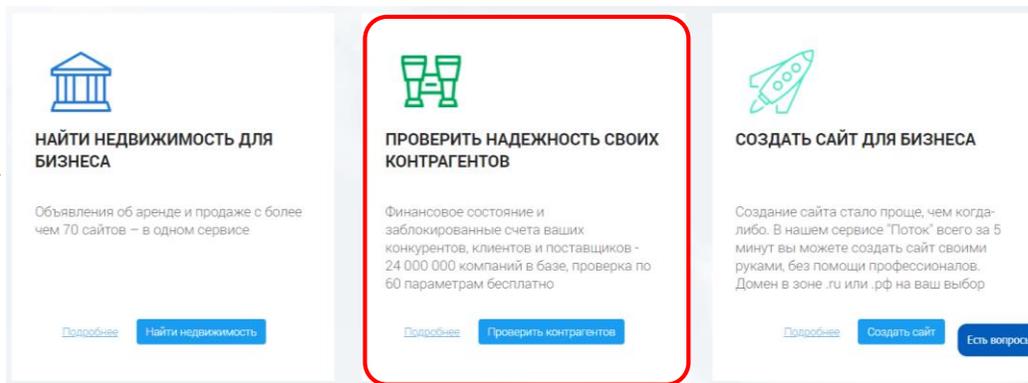
## Проверяем франшизу

1. Зайдите на Портал Бизнес-навигатора МСП\*

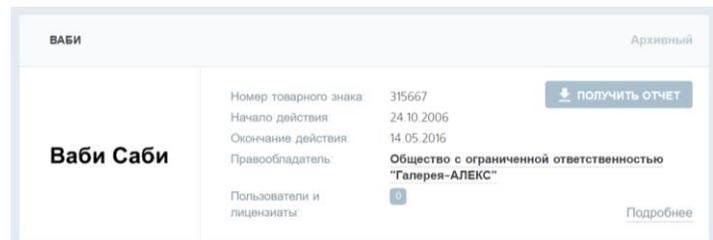
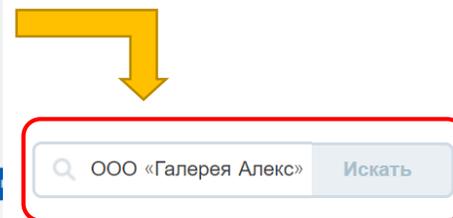


<https://smbn.ru>

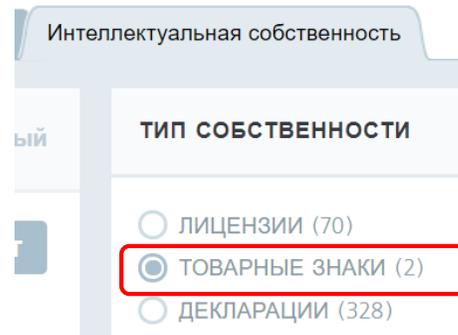
2. Выберите «Проверить надежность своих контрагентов»



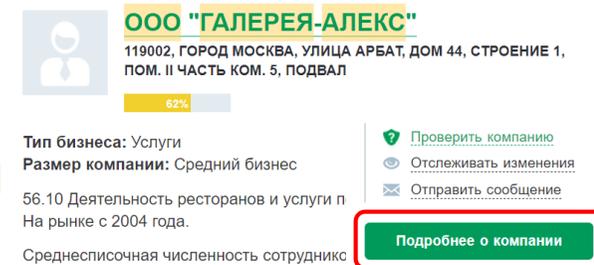
3. Введите название франчайзера и нажмите «Искать»



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



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



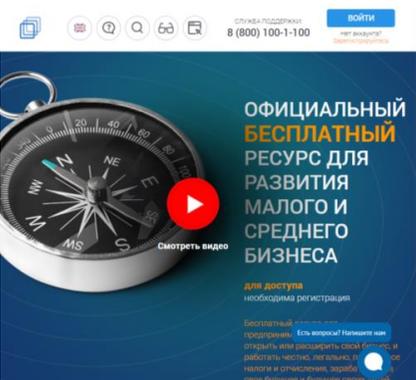
4. Посмотрите подробную информацию о компании

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

## 2.4. Выбираем франшизу

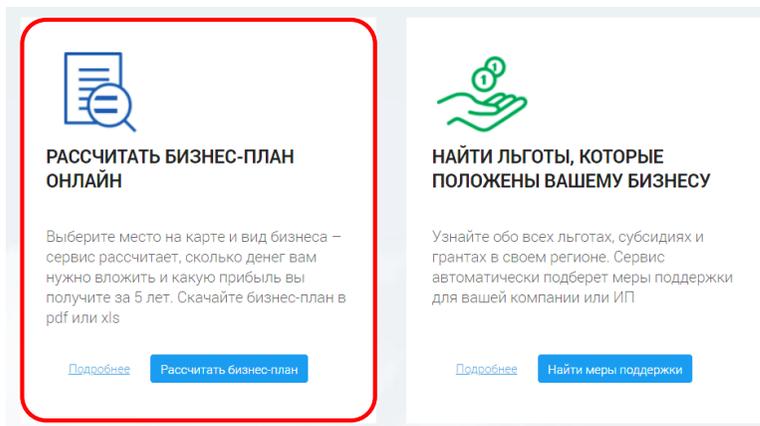
### Оцениваем инвестиции. Составляем бизнес-план

1. Зайдите на Портал Бизнес-навигатора МСП\*

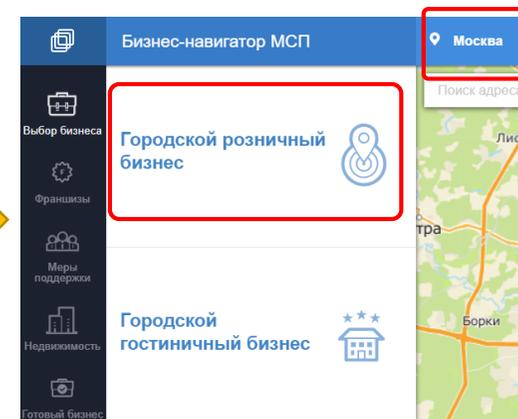


<https://smbn.ru>

2. Выберите сервис «Рассчитать бизнес-план онлайн»



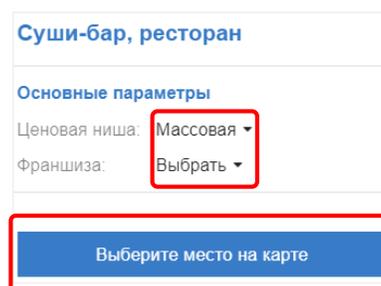
3. Выберите нужный Вам город и тип бизнеса



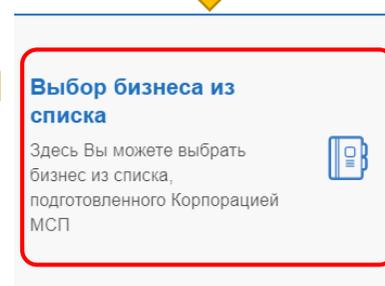
6. Если локация выбрана удачно (инвестиции окупятся не более чем за 5 лет), то Вам станет доступен расчет бизнес-плана

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



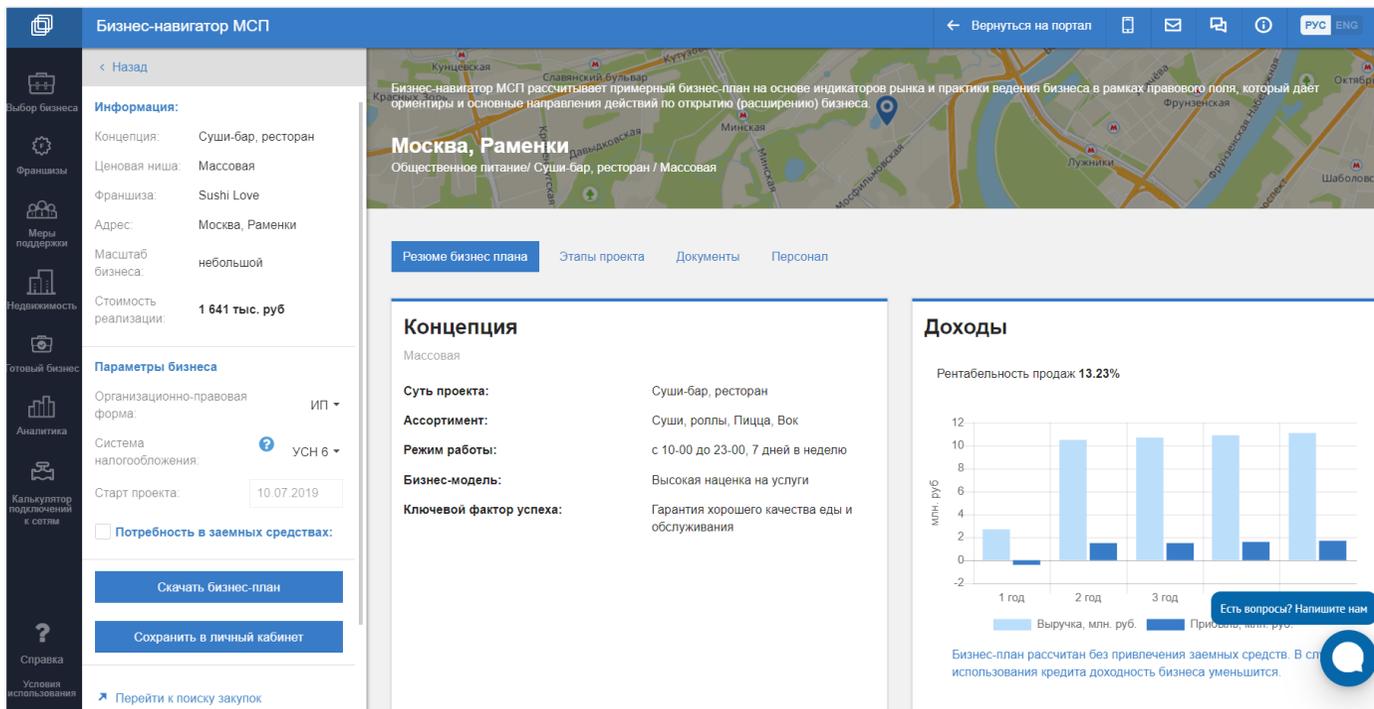
4. В появившемся меню выберите интересующий вид бизнеса из списка



\* 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.