**МДК.01.01 Организация коммерческой деятельности**

**Тип занятия: лекция**

**Тема. Франчайзинг.**

**Цель: понимать сущность франчайзинга.**

**План:**

**1. Основные термины франчайзинга.**

**2. Преимущества для франчайзера и для франчайзи.**

**1. Основные термины франчайзинга.**

**Франчайзинг простыми словами**

Франчайзинг — такой способ организации деловых отношений, когда предприниматель пользуется чужими бизнес-стратегиями и брендом, а за это платит владельцу паушальный взнос и роялти.

Франчайзингом в России обычно называют покупку предпринимателем права на работу по заимствованной бизнес-модели под уже известным брендом. Можно сравнить понятие франчайзинга с наставничеством. Франчайзи выбирает себе в партнеры куратора, он передает право использовать свое имя, отработанные технологии и алгоритмы предпринимательства и контролирует на каждом этапе. А франчайзи рублем несет ответственность за взятые на себя обязательства.

**Кто такие франчайзер и франчайзи**

Франчайзер в этом партнерстве — правообладатель передаваемых активов, франчайзи — покупатель. Он подконтролен первому, разово платит паушальный взнос (аванс за заключение договора) и регулярно вносит фиксированные периодические платежи (роялти) за «аренду» имени, имиджа и наработок. В ответ получает необходимый контроль, поддержку и указанные в договоре возможности. Суть франчайзинга — во взаимовыгодных усилиях, направленных на развитие и доходность бизнеса.

**Основные термины франчайзинга**

**Франчайзинг**

Франчайзинг — это взаимовыгодные отношения двух субъектов бизнеса. У франчайзера есть концепция, репутация и исключительные права, франчайзи готов купить и применять все вышеперечисленное.

**Франшиза**

Франшиза — это объект договора франчайзинга, то, что покупает франчайзи. Сюда входят модель ведения бизнеса, бренд, дизайн, технологическое оснащение, все, что может понадобиться франчайзи. То есть главное различие в том, что франчайзинг — это вид взаимоотношений между правовыми субъектами, а франшиза — упакованный в продукт бизнес, который получает покупатель по договору франчайзинга.

**Франчайзер**

Франчайзер — это компания, которая владеет франшизой. Именно ей принадлежит торговая марка, все интеллектуальные права, программы и ноу-хау, которыми она делится с франчайзи. По сути, франчайзер — это тот бренд, к которому присоединяется франчайзи и под чьей вывеской открывает точку, как, например, «Макдоналдс», Starbucks, «Додо-пицца» или «Шоколадница».

**Франчайзи**

Франчайзи — это покупатель франшизы, тот, кто приобретает у франчайзера лицензию на пользование торговой маркой, интеллектуальными правами, программами и ноу-хау. По сути, франчайзи — это партнер бренда, который инвестирует свои средства в открытие новых точек (магазинов, кафе, ресторанов, детских центров и так далее), управляет этим бизнесом, получает прибыль, но при этом не владеет этим бизнесом и платит владельцу бренда роялти, то есть ежемесячные платежи.

**Паушальный взнос**

Паушальный взнос — это цена франшизы, та сумма, которую платит франчайзи, чтобы получить лицензию на право открыть точку под брендом франчайзера. Это единовременный платеж, который франчайзи платит всего один раз.

Обычно в эту сумму входит не только право использовать бренд и бизнес-модель франчайзера, но еще и огромный пакет информации, обучающих материалов, описаний, инструкций, чек-листов, которые помогают франчайзи, особенно новичку в бизнесе, быстро открыть бизнес, избежав ошибок, рисков и подводных камней.

Кроме того, в сумму паушального взноса входят услуги управляющей компании по поиску подходящей локации, ремонту помещения или запуску рекламной кампании в интернете, обучению.

Сумма паушального взноса может отличаться в зависимости от города и от того, какие условия и услуги входят в пакет франшизы. Существуют также франшизы, у которых паушальный взнос отсутствует.

**Роялти**

Роялти — это ежемесячные отчисления, которые франчайзи платит владельцу бренда за пользование его торговой маркой интеллектуальными правами, программами и ноу-хау. Может быть фиксированной суммой или плавающим процентом от выручки или чистой прибыли. Рассчитывается индивидуально для каждого формата франшизы и города. Зачастую франчайзер предоставляет франчайзи каникулы от роялти в течение первых нескольких месяцев после открытия точки, чтобы дать новому партнеру встать на ноги.

Обычно роялти идет на содержание управляющей компании и команды сопровождения, которая обеспечивает франчайзи контролем, оперативной поддержкой и маркетинговыми материалами. Существуют также франшизы, у которых паушальный взнос отсутствует.

**Стартовые инвестиции**

Стартовые инвестиции — это общая сумма вложений, необходимых для открытия той или иной франчайзинговой точки (магазина, кафе, детского центра или другой формы). Сюда входят аренда помещения, ремонт, покупка мебели и оборудования, вывеска, закупка товара, зарплата сотрудникам на первые три месяца, бюджет на рекламную кампанию и другое. Сумма и статьи расходов описаны в бизнес-плане конкретной франшизы.

**Маркетинговый сбор**

Дополнительные расходы на проведение рекламных кампаний, печать и размещение маркетинговых материалов для продвижения, федеральную рекламу на ТВ или билбордах. Если у франчайзера сильная компания маркетологов, то проще и дешевле отдать это направление бизнеса профессионалам, чем искать своего. Маркетинговый сбор чаще всего является фиксированной суммой и меньше зарплаты маркетолога раз в пять.

**Окупаемость**

Окупаемость — период, за который бизнес вернет все стартовые инвестиции, включая паушальный взнос, и начнет приносить чистую прибыль, то есть деньги, которые будут оставаться в компании после вычета всех расходов и уплаты налогов. После этого периода, когда доходы будут превышать расходы, можно будет сказать, что франшиза окупилась.

Срок окупаемости франшизы заложен в ее индивидуальную финансовую модель и может быть разным для разных видов бизнеса. Но лучше ориентироваться на осторожные прогнозы окупаемости, потому что на нее могут повлиять непредвиденные обстоятельства: пандемия, запуск рядом точки конкурента, изменение трафика и многое другое.

Срок окупаемости зависит и от масштабов бизнеса: быстрее окупаются маленькие форматы магазинов, кафе и франшиз услуг, большие франчайзинговые точки требуют больших инвестиций, дольше окупаются, зато приносят большую прибыль.

Чтобы реально оценить срок окупаемости конкретной франшизы, лучше пообщаться с действующими франчайзи и узнать из первых уст, оправдались ли прогнозы. И если нет, то почему франшиза окупалась дольше. Это поможет избежать ошибок и ненадежных франчайзеров.

**Управляющая компания**

Управляющая компания — это команда или департамент компании-франчайзера, которая занимается развитием франшизы бренда и поддержкой франчайзи. По сути это те люди, с которыми будет общаться будущий франчайзи на протяжении всего времени партнерства и к которым он будет обращаться по любым вопросам. Управляющая компания заинтересована в успешности бизнеса франчайзи, поэтому будет отслеживать финансовые показатели и предлагать варианты, как их улучшить.

**Есть ли закон о франшизе в России**

Российское законодательство активно работает в этом направлении, но конкретный закон пока не принят. Хотя само слово франчайзинг еще не фигурирует в официальных документах, рынок пользуется существующими сходными юридическими терминами.

**Какими законами регулируются российские франшизы**

Российский франчайзинг регулируется 54 главой Гражданского Кодекса РФ, а оформляется чаще всего договором коммерческой концессии. Сторонами по нему могут быть любые благонадежные коммерческие организации и индивидуальные предприниматели, зарегистрированные в Федеральной налоговой службе. В договоре прописываются обязательные условия франчайзинга:

* Передача права на использование имени (бренда, фирменного знака) и нематериальных активов.
* Характеристики сотрудничества.
* Суммы и формы оплаты паушального взноса и роялти.
* Сроки и категории необходимые для расторжения договора.

**Какие права и обязанности у франчайзера и франчайзи**

Франчайзи обязан обеспечить партнера всеми необходимыми нематериальными активами (от передачи дизайна до обучения персонала), франчайзи должны в полном объеме реализовать указанные в договоре условия и произвести платежи.

**Сколько стоит франчайзинг**

Франчайзинг в России стоит совершенно по-разному. Стоимость складывается из паушального взноса и вложений, которые потребуются для того, чтобы открыть франшизу. Для каждого типа и формата франшизы эти цифры разные и могут составлять от 10 тыс. рублей до 50 млн рублей и больше.

Есть франшизы, которые требуют минимальных вложений: например, онлайн-франшизы или франшизы выездных услуг. Самые дорогие франшизы — крупных ресторанов, отелей известных брендов, производственные франшизы, франшизы многопрофильных медицинских центров, зарубежные франшизы.

**Для чего франчайзеру продавать свою франшизу**

С помощью продажи франшизы франчайзер быстро и без особых вложений масштабирует свой бизнес и открывает сеть по всей стране и даже за ее пределами. Так бренд может захватить большую долю рынка, став лидером в своей сфере.

Запускать собственные магазины, кафе, рестораны, детские центры или представительства в таком масштабе требует огромных финансовых и временных затрат. Не у каждого бизнеса они есть. С помощью продажи франшизы деньги и время на открытие точки под брендом компании тратят франчайзи. А франчайзер в это время занимается улучшением своего продукта, развитием бренда, тратит деньги на узнаваемость компании на рынке.

**2. Преимущества для франчайзера и для франчайзи.**

**Преимущества для франчайзера:**

1. **Повышение узнаваемости бренда.** Чем больше франшизных точек, тем больше охват потенциальной клиентской базы.
2. **Недорогое расширение бизнеса.** Франчайзер экономит на открытии новых точек, большую часть этих затрат берет на себя франчайзи.
3. **Уменьшение расходов на рекламу.** Как правило, франчайзи обязаны вносить свой денежный вклад в общий маркетинговый фонд.
4. **Получение дополнительных средств для распространения бизнеса.** Франчайзер зарабатывает на паушальном взносе и роялти.
5. **Скорость расширения.** Благодаря франшизам сеть франчайзера растет быстрее, чем если бы он открывал филиалы.
6. **Упрощение администрирования.** Такой способ расширения, как франшизы, выгоден еще и потому, что франчайзи сам заинтересован в грамотном управлении своей точкой.

**Для чего предпринимателю покупать франшизу**

Для предпринимателя, который хочет открыть свой бизнес, покупка франшизы — это, во-первых, возможность стать частью узнаваемого бренда и не тратить время и деньги на раскрутку новой компании на рынке. Во-вторых, затраты на запуск бизнеса с нуля намного выше, чем на запуск такого же бизнес по франшизе.

Дешевле запустить у себя в районе «Додо-пиццу», чем открыть пиццерию под собственным именем, ведь у франшизы все расходы оптимизированы, есть проверенные поставщики, которые продают оборудование и ингредиенты со значительной скидкой, а также лояльные клиенты, которые уже знакомы с брендом и продукцией, доверяют ей и начнут приходить в такое заведение с первых дней.

Кроме того, для начинающего предпринимателя франшиза — отличная возможность постичь азы бизнеса не в одиночку, а под чутким наставничеством опытной управляющей компании. С франшизой не придется совершать множество ошибок новичка, справляться со всеми сложностями в одиночку, рисковать, терять деньги и время. Франшиза будет приносить деньги с первого дня.

**Преимущества для франчайзи:**

1. **Быстрый старт с минимальными капитальными вложениями.** У франчайзера есть полностью готовый бизнес и франчайзи нужно лишь следовать бизнес-плану и рекомендациям франчайзера.
2. **Узнаваемый бренд.** Франчайзи не придется тратить время и силы на раскрутку бренда и, даже если он открывает первую точку в своем городе, велика вероятность, что такая торговая марка уже знакома потенциальным клиентам благодаря рекламе.
3. **Готовый бизнес-план.** Франчайзер предоставляет пошаговый образец, на основе которого франчайзи строит свое дело.
4. **Готовая клиентская база.** У хорошо проявивших себя на рынке франшиз уже есть свои клиенты, которые будут рады открытию территориально доступного филиала любимого бренда.
5. **Низкие расходы на рекламу.** Франчайзер уже позаботился о раскрутке своей компании и все наработки (макеты, вывески) входят во франчайзинговый пакет.
6. **Готовые технологии.** Франчайзи не нужно с нуля осваивать технологические тонкости, заниматься поиском оборудования или сырья, что значительно снижает стартовые риски.
7. **Надежный поставщик.** Франчайзер предоставляет франчайзи список проверенных поставщиков, с которыми сотрудничает его компания.
8. **Опыт и база знаний.** Начиная с расчета окупаемости и заканчивая готовыми стратегиями — все берет на себя франчайзер. От франчайзи требуется лишь прислушиваться к его рекомендациям.

**Чем франшиза отличается от других форм бизнеса**

В России франчайзинг основан на передаче лицензии на использование имени, дизайна, технологий, патентов и других нематериальных активов на конкретных условиях от владельца-франчайзера к пользователю-франчайзи. Регулируется российский франчайзинг договором коммерческой концессии, который учитывает объем передаваемых прав, размеры и формы вознаграждения, а также сами условия передачи.

**Существуют ли стандарты франшиз**

Развитие франчайзинга напрямую связано с существующими в нем стандартами. Недопустимо выкупить имя франчайзера, а дело вести по собственным правилам. Это автоматически наносит урон имиджу не только одному предпринимателю, но и всей франчайзинговой сети. Условия и требования к франшизе всегда стандартизированы.

**Домашнее задание.**

**Дайте ответы на вопросы:**

1. Дайте определение понятию франчайзинг.

2. Дайте определение понятию франчайзер и франчайзи.

3. Дайте определение понятию франшиза.

4. Дайте определение понятию паушальный взнос и роялти.

5. Назовите положительные стороны франчайзинга для франчайзера и франчайзи.