

А. Уланов, Н. Уланова



СЛОВАРЬ ФРАНЧАЙЗИ

www.yarmarka-franshiz.ru

ЦЕНТР РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА

Наталия Уланова
Александр Уланов
Словарь франчайзи

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=54292139

ISBN 9785449866561

Аннотация

Данный словарь создан для тех, кто интересуется темой франчайзинга в бизнесе. В словаре в краткой форме рассмотрены основные понятия системы франчайзинга, приведены смежные бизнес-понятия, которые помогут быстро и легко изучить данную область деятельности. Что такое франшиза, как работает франчайзинг, каковы взаимоотношения сотрудничающих сторон и их нюансы, на каких договорах можно построить сотрудничество – краткий обзор темы от бизнес-портала «Ярмарка франшиз».

Содержание

Введение	5
Понятие франчайзинга	6
• Формы франчайзинга •	12
• Виды франчайзинга •	14
Конец ознакомительного фрагмента.	16

Словарь франчайзи

Александр Уланов

Наталья Уланова

© Александр Уланов, 2020

© Наталья Уланова, 2020

ISBN 978-5-4498-6656-1

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Введение

Данный словарь создан для того, чтобы начинающий франчайзи мог быстро и легко изучить интересующие его вопросы в краткой форме. В словаре рассмотрены основные понятия системы франчайзинга, приведены смежные бизнес-понятия, которые так или иначе используются в области франчайзинга.

Что такое франшиза, как работает франчайзинг, каковы взаимоотношения сотрудничающих сторон, есть ли нюансы и особенности у этих взаимоотношений, на каких договорах можно построить сотрудничество – это и многое другое вы сможете узнать из этой небольшой, но очень полезной книги.

Для тех читателей, которые интересуются франчайзингом более масштабно, предусмотрена книга «Справочник франчайзи» от бизнес-портала «Ярмарка франшиз», где данная тема раскрыта гораздо шире, в достаточно разнообразных аспектах.

Мы надеемся, что наш словарь поможет вам начать интересный и, несомненно, успешный путь в мир собственного бизнеса. Желаем вам удачи!

С уважением, команда «Ярмарки франшиз».

Понятие франчайзинга

Франчайзинг – система бизнес-отношений между предпринимателями (организациями и другими субъектами бизнеса), при которых одна сторона (франчайзер) передает другой стороне (франчайзи) за определенную плату (паушальный взнос и – обычно – роялти) право ведения и развития своего вида бизнеса с помощью разработанной бизнес-модели под конкретной торговой маркой.

Компания открывается и работает в соответствии с разработанной концепцией, по установленной схеме и с использование фирменных технологий франчайзера. Используя готовые бизнес-идеи, финансовую модель, корпоративные стандарты, франчайзи развивает бизнес под брендом франчайзера (хотя в случае с ноу-хау брендинг бизнеса не обязательно). При этом франчайзи в большинстве случаев ежемесячно выплачивает франчайзеру роялти (фактически это оплата «аренды» бренда со всеми его составляющими). Прекращение сотрудничества ведет к прекращению выплаты «арендной платы» в силу утраты права на использование товарного знака и сопровождающих его фирменных особенностей. Однако сама бизнес-модель со всеми ее наработками, идеями, ноу-хау, остается в распоряжении бывшего франчайзи, что может значительно помочь ему начать создавать собственный бизнес в этой же сфере с нуля, уже под соб-

ственным товарным знаком.

Таким образом, **франшиза** – это право использования торговой марки, технологий, знаний, секретов компании-франчайзера, которая уже прошла путь развития и имеет проверенные и эффективные знания и способы получения прибыли.

На территории Российской Федерации любой человек, осуществив регистрацию ИП или юридического лица (обычно ООО), может приобрести франшизу интересующего его бизнеса через заключение договора коммерческой концессии (в некоторых случаях – лицензионного договора).

Франчайзер – это владелец торговой марки или ноу-хау, который продает свою франшизу (модель бизнеса). Франчайзер всесторонне опробовал на практике передаваемую по договору франчайзинга бизнес-систему, отработал все бизнес-процессы и доказал эффективность своего бизнеса. Франчайзер передает пользователю четкие инструкции по эффективному использованию своей бизнес-системы, дает информацию об оборудовании, о материалах, поставщиках, системе сбыта, технологии ведения дела и проводит курс обучения. Многие франчайзеры дают франчайзи возможность приобрести расходные материалы, сырье, комплектующие изделия по льготным ценам. Все это дает возможность начать бизнес даже в той сфере, в которой у предпринимателя нет опыта.

Каждый франчайзер заинтересован в том, чтобы его новые партнеры проходили у него обучение эффективным навыкам ведения бизнеса, были в курсе налоговых и законодательных изменений применительно к выбранной сфере бизнеса, чтобы они развивались и получали большую прибыль, потому что его процент (роялти) и развитие бизнес-сети в целом напрямую зависят от успеха всех составляющих ее элементов.

Франчайзи – это компания или индивидуальный предприниматель, которые покупают право выступать на рынке под именем франчайзера или приобретают ноу-хау и работают под своей маркой, используя его бизнес-систему. В зависимости от сферы деятельности франчайзера передаются разные технологии и способы, необходимые для копирования бизнеса франчайзера. Франчайзи сам оплачивает затраты на создание своего бизнеса.

Франчайзи, как правило, осуществляет первоначальный взнос за помощь по созданию и открытию бизнеса, а также выплачивает ежемесячные взносы за право пользования брендом и бизнес-системой, за поддержку, обучение и консультации, предоставляемые франчайзером. В результате франчайзи в сравнительно короткие сроки налаживает успешный бизнес. Это оптимальная возможность начать собственное дело под известной или развивающейся торговой маркой и в тоже время являться собственником своего

предприятия. Франчайзи остается экономически и юридически самостоятельным, хоть и обязан следовать правилам франчайзера в ведении бизнеса.

Система франчайзинга – организационная структура в сфере франшизного бизнеса, которая состоит из компании—франшизодателя, возглавляющей структуру, и находящейся под ее контролем сети франшизных предприятий. Система франчайзинга включает в себя непосредственно саму франчайзинговую сеть, торговое (коммерческое) название франчайзера и/или товарный знак, и/или знак обслуживания, ноу-хау, методы осуществления бизнеса, методы работы, технологию, а также все виды прав на интеллектуальную собственность.

Франчайзинговый пакет – это пакет документов, материалов, инструкций и методологий, необходимых для регламентирования единых стандартов организации и работы предприятий франчайзинговой сети, а также комплекс обучающей и консультативной информации, направленной на грамотное развитие бизнеса по бизнес-модели франчайзера. Наличие франчайзингового пакета позволяет франчайзи работать достаточно эффективно даже при отсутствии предварительного опыта и знаний в соответствующей сфере бизнеса.

Документы франчайзингового пакета помогают также ис-

ключить вероятность претензий в адрес франчайзера со стороны франчайзи (например, в случае затруднений в реализации бизнес-проекта, не зависящих от франчайзера), равно как и наоборот, т.к. в данных документах четко прописываются все права и обязанности сторон и особенности ведения бизнеса.

Состав франчайзингового пакета может быть достаточно разным в зависимости от приобретаемой франшизы. Например, у франшизы уличной шаурмы в пакет будет входит рецептура, стандарты обслуживания клиентов и хранения продуктов, описание бизнес-процессов. А во франшизу ювелирного магазина могут входит документы, регламентирующие выкладку изделий на витрине, уход за изделиями для сохранения товарного вида, правила безопасности и т. д.

В базовый пакет франшизы, как правило, входят следующие позиции:

- Договор коммерческой концессии;
- Описание фирменного стиля компании, примененного на практике («Бренд-бук»);
- Руководство по оперативному управлению (часто называется «Бизнес-бук» или «Франч-бук»,);
- Руководство по запуску франшизы;
- Финансово-экономическая модель (на практике должна предоставляться до покупки франшизы для детального ознакомления);
- CRM-система;

– Лендинг.

● **Формы франчайзинга** ●

Классический франчайзинг. Означает передачу прав по ведению бизнеса одному лицу (на одно предприятие) с ограничением территории обслуживания.

Субфранчайзинг. При этой форме франчайзер передает субфранчайзеру большую часть своих прав на закрепленной территории, включая право открывать свои предприятия и продавать франшизы третьим лицам. **Т.е. субфранчайзинг** представляет собой такую форму организации франчайзингового бизнеса, при которой главному франчайзи передаются особые права (порой исключительные), заключающиеся в возможности на установленной территории продавать франшизу третьим лицам, которых называют субфранчайзи.

Мастер-франшиза. Очень близок к субфранчайзингу и используется, как правило, в деятельности крупных международных сетей (в качестве закрепленной территории обычно выступает целая страна или группа стран). В отличие от предыдущей формы, при которой среднему звену делегируется только часть прав и обязанностей головной компании, в этом случае предполагается полная и эксклюзивная передача полномочий франчайзера мастер-франчай-

зи. Мастер-франшиза – продажа эксклюзивных прав на развитие всей системы франчайзинга с возможностью продажи другим предпринимателям и предприятиям и на получение от них оплаты (роялти) на закрепленной территории. Как правило, мастер-франшиза продается на страну. Мастер-франчайзи уполномочен открывать свои торговые точки, а также может передавать права третьим лицам с предоставлением всего имеющегося спектра услуг, которые характерны для франчайзера. Исключительные полномочия, которыми наделен мастер-франчайзи, накладывает на него и немалую ответственность, что оговаривается в составляемом контракте.

• Виды франчайзинга •

Прямой. Франчайзер передаёт франчайзи право на свою торговую марку, предоставляет технологию ведения бизнеса и ноу-хау, контакты поставщиков, курс обучения франчайзи и его персонала, бренд-бук, помогает франчайзи при запуске бизнеса, просчитывает бизнес-план, дает рекомендации по открытию точки, закупке и установке оборудования. В процессе сотрудничества франчайзер контролирует бизнес франчайзи и оказывает ему всевозможную поддержку, а франчайзи отчитывается перед франчайзером по процессу ведения бизнеса, однако основной контроль над ведением бизнеса принадлежит франчайзи. Именно от него зависит, будет ли его точка приносить прибыль или нет. Франчайзи инвестирует свои денежные средства в организацию своего бизнеса: сам ищет место, арендует офис, нанимает персонал, делает ремонт помещения, закупает товар и т. д. Прямой франчайзинг означает больше рисков для франчайзи, однако в то же время он получает серьёзный предпринимательский опыт. Кроме того, при прямом франчайзинге основная прибыль принадлежит франчайзи (за вычетом роялти).

Обратный. Франчайзер передаёт права на ведение бизнеса под своим брендом, а также полный пакет документов, технологию ведения бизнеса, проводит обучение, как и в слу-

чае прямого франчайзинга. Однако при обратном франчайзинге контроль всего бизнеса остаётся за франчайзером: он совершенствует сервис, постоянно следит за соблюдением рецептуры, общается с клиентами, организует службу техподдержки, а также обеспечивает франчайзи полным ассортиментом товаров согласно агентскому договору (исключение составляет алкогольная продукция – она должна поставляться согласно договорам поставки). Т.е. большую часть ответственности франчайзер берет на себя. На основе отчетов франчайзи франчайзер определяет, какой товар должен быть на полках (либо какие услуги должны оказываться клиентам), с какой наценкой, как должны осуществляться все бизнес-процессы конкретной бизнес-точки. Вся выручка поступает на счета франчайзера. Главная задача франчайзи – обеспечить бесперебойную работу точки, за что он получает в конце месяца агентское вознаграждение в виде установленного в договоре процента от выручки. Из полученных средств франчайзи должен заплатить роялти, налоги, зарплату, аренду и прочие платежи. Таким образом, основная прибыль от ведения бизнеса принадлежит франчайзеру.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.