

**АНАЛИТИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ**



**ФРАНЧАЙЗИНГ  
в Российской Федерации:  
деловая репутация, конкуренция,  
инвестиционные и инновационные  
тренды развития**



г. Москва  
25 ноября 2016 г.

# РУКОВОДИТЕЛЬ КОМПЛЕКСНОЙ НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ ГРУППЫ



## Скареднова-Вайс Екатерина Алексеевна

- генеральный директор  
управляющей компании «БРЕНДБЕРРИ»,
- президент внедренческой компании «Itone»,
- председатель Подкомитета  
Московской торгово-промышленной  
палаты по инвестиционному  
маркетингу и франчайзингу,
- руководитель направления  
«Социальный франчайзинг»  
Ассоциации социального развития

• Телефон/факс: +7 (917) 560-77-77

Электронная почта: es@brandberry.pro

Интернет-портал: <http://fr.brand-to-brand.ru>

Facebook-группа:

<https://www.facebook.com/groups/1454498628179431>



# Методологический раздел



Актуальность,  
формулировка и обоснование проблемы

Цели и задачи  
аналитического исследования

Характеристика  
аналитического исследования

География  
и этапы проведения исследования

Объекты и предмет  
аналитического исследования

Логический анализ основных понятий

Формулировка гипотез



# Методический раздел



Определение обследуемой совокупности

Единицы наблюдения / выборка

Характеристика методов сбора  
первичной социологической информации

Логическая структура  
инструментария для сбора информации

Логические схемы  
обработки полученных данных

# Результаты аналитического исследования



Аналитический отчет

Выводы

Предложения  
с целью возможности их применения в  
мониторинге хода реализации планов  
мероприятий по развитию конкуренции в  
сфере франчайзинга

Рекомендации

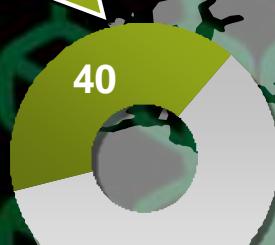
# **ФРАНЧАЙЗИНГ в Российской Федерации: деловая репутация, конкуренция, инвестиционные и инновационные тренды развития**



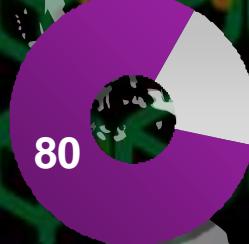
**• КОНКУРЕНЦИЯ**

# Основные конкурентные преимущества Вашей организации

Мировые тренды



Программы лояльности



Ценовая политика



- Уникальные товары / услуги
- Качество
- Товарная матрица

- Успешные кейсы
- Диверсификация бизнеса
- Капитал для складских запасов

# Основные конкурентные преимущества Вашей организации

- Уникальная продукция отечественного производителя, очень сдержанная ценовая политика, наличие филиальной сети
- Известность, опыт, качество произведенных работ
- Техническое превосходство, совесть и индивидуальный подход к клиенту. Сервис и технология лояльности к клиенту. Опыт работы с собственными представительствами. Наличие сети, деловых связей и репутации. Победы в выставках, благотворительность, наличие уникальных проектов
- Узкая специализация
- Всегда в соответствии с мировыми трендами. Качество на первом месте. Постоянное внимание и оттачивание товарной матрицы. Особое внимание к клиентам и постоянная с ними связь
- Сильная экспертиза, гибкий подход
- много успешных кейсов и IT тех компаний, цена/качество
- 20 лет на рынке, 12 коллекций в год
- Полный цикл услуг
- Сервис, качество

**Конкурентные преимущества, которые есть  
у Ваших конкурентов, но нет у Вас  
и Вы хотели бы достичь их**

### **ОТВЕТЫ РЕАЛИСТОВ:**

- **Опыт внешнеторговой деятельности**, наличие капитала для формирования складских запасов.
- **Большая дифференциация** функций сотрудников при работе с клиентами.
- **Более широкие соц.сети**. Лучше медийный контент, наличие блоггеров.
- собственник РФ
- конвейерный поток
- собственная торговая марка бьюти продуктов, собственные школы

### **ОТВЕТЫ ОПТИМИСТОВ:**

- У нас практически нет прямых конкурентов в нашем сегменте.
- Не наблюдаю конкурентов.



ГИЛЬДИЯ  
ЭКСПЕРТОВ  
ФРАНЧАЙЗИНГА

ФРАНЧАЙЗИНГ  
ПО-НАУЧНОМУ



48%

ФРАНЧАЙЗИ  
ОПАСАЮТСЯ  
КОНКУРЕНЦИИ

Источник:



# **ФРАНЧАЙЗИНГ в Российской Федерации: деловая репутация, конкуренция, инвестиционные и инновационные тренды развития**



• Гудвилл

# Экспертная оценка деловой репутации (гудвилла) собственной организации



## Гудвилл

Для целей бухгалтерского учета величина приобретенной деловой репутации организации определяется расчетным путем как разница между суммой, уплачиваемой продавцу за организацию, и суммой всех активов и обязательств по бухгалтерскому балансу организации на дату ее покупки (приобретения)

- Нематериальные активы (ФСО №11)
- Стоимость бизнеса = активы + обязательства
- Подходы к оценке (ФСО №1)
- Ценность товарных знаков

# **ФРАНЧАЙЗИНГ в Российской Федерации: деловая репутация, конкуренция, инвестиционные и инновационные тренды развития**



• ИНВЕСТИЦИИ

# Нужен ли Вашей организации инвестор?

Есть ли у Вас предложения для инвесторов?



*Ответы: собственников, управляющих партнеров,  
вице-президентов, коммерческих директоров,  
директоров по франчайзингу и директоров по развитию*



ГИЛЬДИЯ  
ЭКСПЕРТОВ  
ФРАНЧАЙЗИНГА

ФРАНЧАЙЗИНГ  
ПО-НАУЧНОМУ



44%

готовы  
инвестировать  
до 500.000 руб.

Источник:



# **ФРАНЧАЙЗИНГ в Российской Федерации: деловая репутация, конкуренция, инвестиционные и инновационные тренды развития**



## **● БАРЬЕРЫ**

## **Какие существуют нерешенные вопросы, проблемы и риски, а также административные, финансовые, экономические, межрегиональные, информационные и другие барьеры, создающие препятствия для успешного развития рынка коммерческой концессии (франчайзинга)?**

- Несоответствие законодательства к реалиям жизни.
- Отсутствие лицензирования франчайзеров.
- Невозможность проверки финансовой отчетности компании-франчайзора.
- Наличие большого количества франшиз-пустышек. Риск недоверия, так как существует масса некачественных франшиз.
- Нужно вводить аккредитацию, создать программу поддержки актуальных франчайзинговых сетей.
- Нерешённая информационная обеспеченность малого бизнеса. Требуются различного рода семинары, демонстрационные материалы, регулярные сессии и другие элементы дорожной карты, направленные на популяризацию покупки готового бизнес решения. Один из основных рисков – риск потери (закрытия) предприятия (магазина), купленного по системе «франчайзинг».
- Площадки, посвященные продвижению франчайзинговых предложений, не проводят никакой проверки эффективности проекта. Таким образом, складывается ситуация, при которой компания тратит существенные бюджеты на продвижение и популяризацию услуги, уделяет много сил поддержке представителей, а на этом фоне появляется множество «компаний-клонов», созданных за один день, позиционирующих себя как крупнейшую сеть, занимающейся той же сферой услуг, при этом стоимость франчайзинга ставят значительно ниже. Такие компании, зачастую, даже не имеют зарегистрированного товарного знака, не говоря уже о хоть каком-то реальном опыте работы. Люди, интересовавшиеся [реальным] проектом, принимают решения в пользу сторонних компаний-однодневок из-за более низкой стоимости входа, после чего очень расстраиваются, узнав о своем франчайзоре подробнее. Считаем, что необходимо влиять на рекламные площадки, посвященные франчайзингу, и фильтровать предложения, проводя хотя бы небольшой аудит размещаемых предложений.

## Какие существуют нерешенные вопросы, проблемы и риски, а также административные, финансовые, экономические, межрегиональные, информационные и другие барьеры, создающие препятствия для успешного развития рынка коммерческой концессии (франчайзинга)?

- Низкий уровень осведомленности о рисках предложения и правовом поле
- Все вопросы имеют место в разной степени
- Непрозрачность
- Долгосрочность
- Юридическая защита, защита бизнеса от плагиатства
- финансовые, экономические
- Кредитование, безграмотность, недостаток информации
- Отсутствие обучение, нет терминологии, отсутствие финансирования
- Защита интеллектуальных прав
- боязнь потенциального инвестора быть обманутым. Это толкает на покупку только известных брендов с длительной историей. Необходимо прозрачное регулирование сторонними комитетами и выработка единых стандартов, необходимого минимума представляемого «в коробке»
- Человек хочет купить готовый бизнес, а покупателей проблемы на свою голову в виде массы экспертов
- Арендные ставки высоки, отсутствие защищенности бренда, подробные (с учетом всех нюансов) прописанные правила работы, начиная с заключения договора, заканчивая визиткой. Чем подробнее учтены и прописаны мелочи работы, тем действенней франшиза
- Законодательная база, ситуация на рынке аренды, информационная неосведомленность франчайзоров/франчайзи
- Защита авторских прав, как защитить бренд и бизнес
- Нет централизованных информационных площадок
- Отсутствует нормативно-правовая база и как следствие полный бардак
- долгая регистрация товарных знаков
- Отсутствие юридической грамотности стандартов (как франчайзоров, так и франчайзи), отсутствие структурированности в бизнесе («русский стиль») и значит сложно упаковать и продать

# **ФРАНЧАЙЗИНГ в Российской Федерации: деловая репутация, конкуренция, инвестиционные и инновационные тренды развития**



• ТРЕНДЫ

# Ключевые тренды рынка франчайзинга со знаком «+»

- востребованность франшизы в малых городах;
- узнаваемость в последние годы, нарастающее понимание со стороны предпринимателей сути франчайзинга, все больше предприятий открывается по франшизе, нежели самостоятельно;
- наличие понимания части преимуществ и перспектив франшизы, люди готовы слышать, открыты к новым для нас и проверенным в мире процессам взаимодействия/партнёрства;
- больше участников, больше доверия к франчайзору, больше коммуникационных платформ;
- снижение арендных ставок, смягчение условий по арендным договорам, поиск компромиссных решений с партнерами;
- увеличение количества профильных СМИ, повышение грамотности потенциальных участников рынка.
- развитие рынка, как такового, появление адекватных предложений
- вводится менеджер контроля и роста «франчайзинга»
- развитие малого предпринимательства
- готовый бизнес
- высокая динамика роста кол-во предложений

# Ключевые тренды рынка франчайзинга со знаком «+»

- консолидация малых франшиз
- известность
- быстрое масштабирование на падающем рынке
- фастфуд , ритейл, магазины иностранных брендов одежды, билайн, мтс, мегафон
- новые возможности для инвесторов
- достаточно стремительное развитие
- сложившаяся концепция
- совместный маркетинг, помочь франчайзера , использование успешного опыта
- быстрый способ масштабирования
- скорость развития без средств изначального издателя франшизы
- готовый бренд, готовые программы учета, маркетинговые планы, готовые обучающие программы для персонала
- масштабирование становится проще
- Обеспечивает динамику развития (масштабирования) бизнеса в кризис, может выступать формой партнерства
- масштабирование, возможность развития для малого бизнеса
- мелкие компании не способны выжить
- вне конкурентное развитие
- самозанятость , возможность открыть бизнес без опыта, возможность вложить деньги
- возможность качать бизнес с нуля, не имея опыта (готовые решения). Компаниям - масштабироваться
- увеличение предложений и рост конкуренции франшиз
- развитие интереса к понятию франчайзера как со стороны бизнесменов, так и потенциальных покупателей
- рост, увеличение интереса участников рынка к франчайзингу
- Доступность
- Повышение эффективность

# Ключевые тренды рынка франчайзинга со знаком «-»

- отсутствие законодательной базы, наличие административных барьеров;
- отсутствие экономической стабильности, что обуславливает отсутствие стабильности развития франчайзинга, в том числе - некачественно выполненные работы;
- высокорисковая сфера, непредсказуемость, риски для «молодых» франчайзоров, рынок нестабилен;
- несокращающееся количество недобросовестных франчайзоров, пользующихся доверием начинающих предпринимателей и предлагающих низкую стоимость входа в бизнес, при этом, не оказывая в последующем никакой серьезной поддержки; наличие на рынке франшиз-пустышек; псевдофраншиз;
- отсутствие стандартов отрасли, нет системы подготовки специалистов, много самоучек;
- недобросовестная конкуренция, нет системы оценки деловой репутации (гудвилла);
- малая информированность о преимуществах, не проведена работа с возражениями с предпринимательским и инвестиционным сообществами;
- снижение потребительской активности, «страх» потери инвестиций, боязнь обмана;
- огромные издержки, высокие ставки аренды, налоги, паушальные платежи.

# Ключевые тренды рынка франчайзинга со знаком «-»

- много некачественных франшиз, нет поддержки
- появление и увеличение псевдо-франчайзинга
- финансовые и юридические проблемы
- не все предложения качественные
- много предложений-однодневок
- в дешевых франшизах нет ничего для продажи
- отсутствие профессионалов или минимальное количество, незнакомые механизмы
- агентство недвижимости
- масса псевдофраншиз
- риски «молодых» компаний-франчайзоров
- до конца никто не понимает, как это делать правильно, нужны специалисты, а их нет
- админ и операц. препятствия
- отсутствие регулирования, возможность быть обманутым
- неправильно выстроенные партнерские отношения
- псевдофраншизность
- мала рабочая модель бизнеса, незаинтересованность в ведении бизнеса у покупателя, аренда
- появляются некачественные, растет конкуренция
- присутствие на рынке раздутых брендов
- псевдофраншизы, слишком много предложений по псевдофраншизам

# Ключевые тренды рынка франчайзинга со знаком «-»

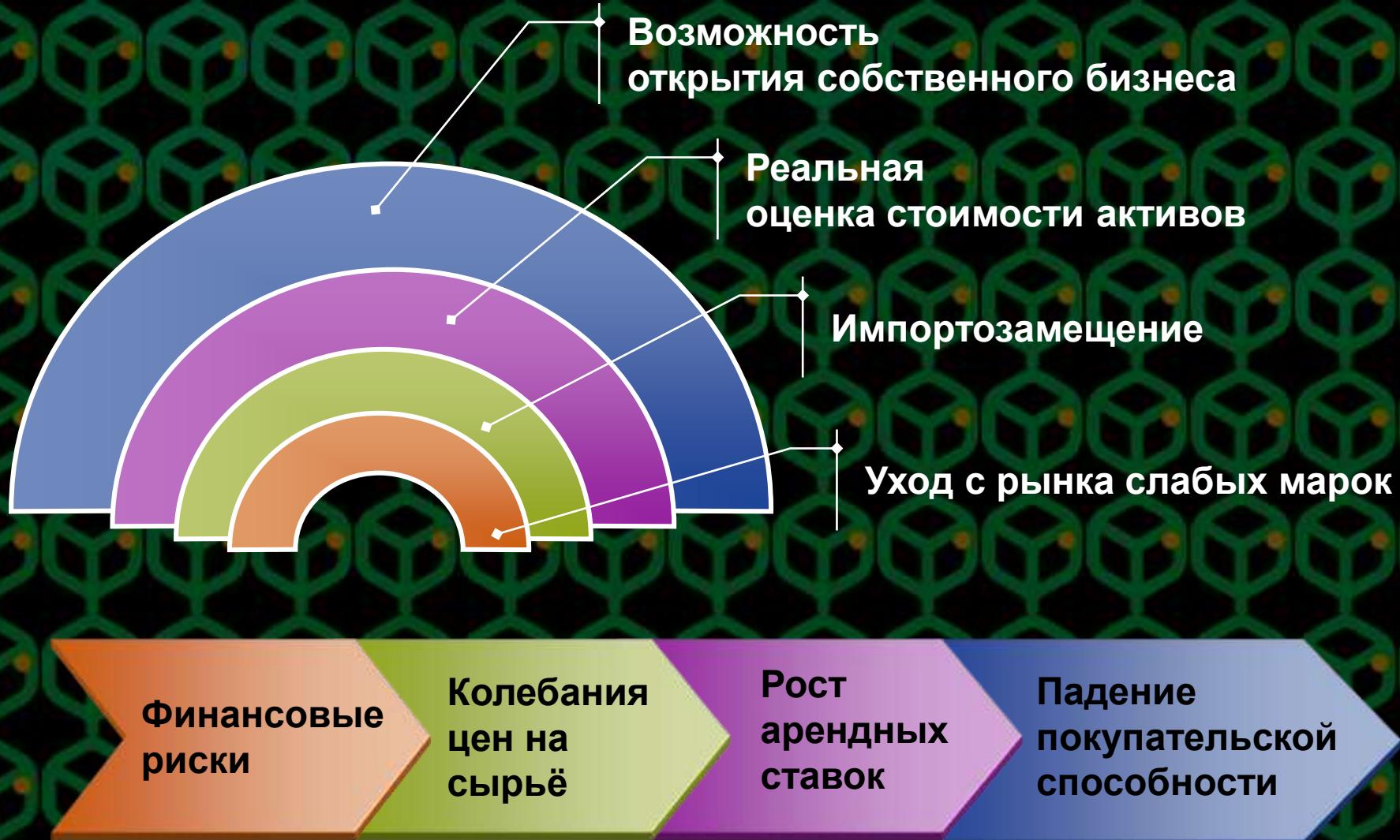
- деньги исчезают с рынка псевдофраншиза
- непрофессионализм, отсутствие ПОЛНОЕ! Законодательного регулирования. Отсутствие механизмов финансирования и кредитования (повысилась конверсия минимум на 30-40 % в сегменте микробизнеса, отсутствие централизованной площадки предложений (типа биржи)
- вытекает из положительного - либо франшиза «сырая», либо франчайзи не готов и не опытен слишком – много франшиз проваливается на старте (дискредитация), необоснованно завышенной цены, отсутствие гибкой ценовой политики, «высокий» финансовый старт на вход для франчайзи, отсутствие финансирования (кризис, многие банки закрывают программы финансирования)
- малому бизнесу сложно стартовать, много бюрократических проволочек
- много «кидалова», высокая рисковая сфера
- воспринимается как «кидалово», как раз потому что сами франчайзоры не понимают, что делают
- как следствие положительных: от роста количества участников и информации – искажения пониманий и действий

# **ФРАНЧАЙЗИНГ в Российской Федерации: деловая репутация, конкуренция, инвестиционные и инновационные тренды развития**



**• СЕКТОРА**

## Положительные и отрицательные тенденции, преобладающие в секторах экономики, где работают Ваши клиенты



# **Положительные тенденции, преобладающие в секторах экономики, где работают Ваши клиенты**

- **(в отрасли женского нижнего белья):** упорядочение бизнеса
- **(в отрасли мойки автомобилей - бренд Fast and Shine) :** несмотря на нестабильную экономическую ситуацию, сфера нашей деятельности не оказалась затронута, и нашими партнерами не было замечено снижение спроса со стороны автомобилистов. Учитывая, что наш сервис не привязан к определенному месту, и услуги мойки могут осуществляться в любом месте города, объем нашего рынка даже в небольших городах достаточно впечатляющий. Для охвата всего трех процентов рынка автомоек зачастую уходит около 1 года. Если брать для примера город численностью 500 000 человек, где зарегистрировано 150 000 автомобилей, объем ежемесячных работ составит 9 000 моек. По нашим расчетам средний охват рынка должен составлять 5%, что также достаточно мало по сравнению с общим объемом рынка автомоек города. На этом фоне общие колебания спроса на услуги мойки будут практически незаметны для нашей компании. Другой положительный момент связан с падением курса рубля. Так как Fast and Shine является также производителем моющих составов для «автомойки без воды», их стоимость в валютном эквиваленте за последний год снизилась почти в два раза, что значительно увеличило объем экспорта в другие страны.
- **(в отрасли образования и услуг):** положительные тенденции;
- уход с рынка слабых марок, возможна более реальная оценка стоимости активов, снижение арендных ставок, возможность начать бизнес со своим капиталом при пониженных затратах
- возможность открытия собственного бизнеса
- анализ и оптимизация
- управленческий консалтинг
- ритейл, пищевая, с/х, стройка, ИТ



ГИЛЬДИЯ  
ЭКСПЕРТОВ  
ФРАНЧАЙЗИНГА

ФРАНЧАЙЗИНГ  
ПО-НАУЧНОМУ

- Ждите, когда я  
на горе свистну!



52%

готовы ждать  
окупаемости  
франшизы 1 год

Источник:



## **Отрицательные тенденции, преобладающие в секторах экономики, где работают Ваши клиенты**

- **(ритейл детской одежды):** рост арендных ставок, падение покупательской способности, ужесточение условий работы предпринимателей
- **(в отраслях Интернет-магазинов и ресторанов):** отрицательные тенденции
- **(в отрасли экологические производства):** отрицательные тенденции
- **(в отрасли женского нижнего белья):** снижение активности бизнеса
- спад покупательской способности, увеличение срока окупаемости проекта, повышенные финансовые риски, неустойчивый курс валют при импортном товаре, возможен срыв поставок
- страх-недопонимание
- анализ и обращение документов
- производства – колебания доллара, смена цен на сырье
- 99% импорт
- высокая конкуренция, текучка кадров, высокая аренда



ГИЛЬДИЯ  
ЭКСПЕРТОВ  
ФРАНЧАЙЗИНГА

ФРАНЧАЙЗИНГ  
ПО-НАУЧНОМУ



33%

имеют проблемы  
с налоговыми  
органами

Источник:





ГИЛЬДИЯ  
ЭКСПЕРТОВ  
ФРАНЧАЙЗИНГА

## ФРАНЧАЙЗИНГ ПО-НАУЧНОМУ

- Договор  
аренды  
обсудим...



48%

франчайзи  
не всегда ладят  
с арендодателями

Источник:





ГИЛЬДИЯ  
ЭКСПЕРТОВ  
ФРАНЧАЙЗИНГА

ФРАНЧАЙЗИНГ  
ПО-НАУЧНОМУ



60%

жалуются  
на проблемы  
с персоналом

Источник:

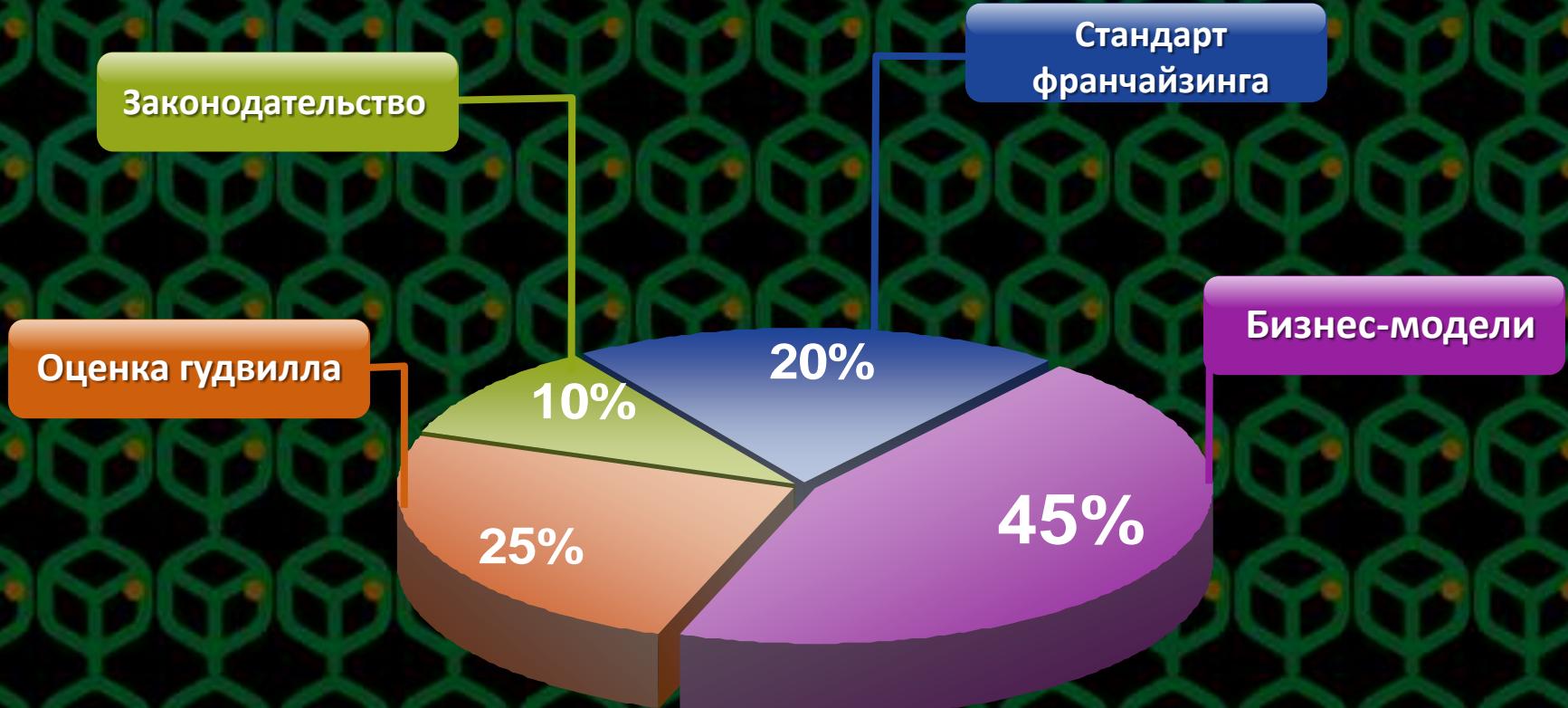


# **ФРАНЧАЙЗИНГ в Российской Федерации: деловая репутация, конкуренция, инвестиционные и инновационные тренды развития**



• РЕЗУЛЬТАТИВНОСТЬ

# Механизмы и технологии, которые позволяют добиться максимальной результативности



- **МНЕНИЕ ЭКСПЕРТА:** «Стартап-подготовка малого бизнеса по стратегическим для Российской Федерации направлениям, в которых будет финансовая поддержка для предпринимателей»

# Механизмы и технологии, которые позволяют добиться максимальной результативности

- для совершенствования законодательных аспектов франчайзинговой деятельности:
  - лицензирование франчайзоров
  - создание юридических прецедентов
  - открытые семинары юридической грамотности договорных отношений, защита интересов обеих сторон;
  - четкий инструктаж
- для повышения конкурентоспособности франчайзинга как бизнес-модели:
  - сотрудничество франчайзоров с источниками стартового капитала и учебными заведениями для начинающих предпринимателей;
  - пропаганда, социальная поддержка от Правительства РФ (гранты малому бизнесу);
  - марка зарегистрирована более года, положительный опыт более 3х лет (положительный баланс, сдаваемый в налоговый орган за 3 года), т.е. бизнес не валится, а развивается, зарабатывает – гарантия, что бизнес будет приносить доход, обучени (вебинары, личные встречи, контроль, (прописано в франч. Пакте)
  - единая информационная система учета 1С, например, для того, чтобы вовремя вмешаться, анализируя цифры франчайзи
  - видео или печатный материал (стандартизация технологических процессов
  - прописаны гарантии и выгоды франчайзи
  - франчайзинг = развитие бизнеса юридических лиц в тесном партнерстве с использованием марки (бренда) франчайзора , положительного опыта в получении дохода за установленную плату
  - правовая защита
  - обмен опытом между франчайзерами
  - гарантировать адекватную поддержку франчайзи не только как бизнесмена, но и как человека (огромную роль играет психологический фактор, возможно, именно на территории России) Ввести в массы понимание того, что франчайзи находится в безопасности как в юридической, так материальной и моральной

# **Механизмы и технологии, которые позволяют добиться максимальной результативности**

- **для оценки своего бизнеса (включая гудвилл) на франлизоспособность:**
  - анализ реальной бухгалтерии
  - аудит от ассоциации
  - информирование о достижениях
  - понять это легко, задав себе несколько вопросов 1- смог ли я уместить стратегию открытия своего бизнеса в 10 четких шагов, 2- насколько уникальны мои технологии, 3-в какую сумму я бы это оценил
- **для улучшения структуры «идеальной франшизы»:**
  - изменение в законодательстве
  - консалтинг экспертный
  - тестирование
  - смысл структуры – в структуре. Идеальная франшиза в каждой сфере выглядит по-разному
- **для реализации антикризисных мер по продвижению франшизы:**
  - сотрудничество с рекламными сетями с моделью оплаты за результат, т.е. проданную франшизу (СРА-маркетинг);
  - профессиональный отдел продаж
  - актуальность
  - стартап подготовка малого бизнеса по стратегическим для РФ направлениям, в которых будет финансовая поддержка для предпринимателей
  - привлекать специалистов по маркетингу, инвесторов очень радует, что есть возможность коммуникации с государственными органами, которые готовы оказывает поддержку бизнеса

# **Механизмы и технологии, которые позволяют добиться максимальной результативности**

- **для усиления контроля и соблюдения норм франчайзинга:**
  - законодательство
  - лицензирование франчайзоров;
  - построение отношений таким образом, чтобы франчайзи было выгодно сдавать полную отчётность
  - финансовая модель
  - создание организации, которая могла бы выступить в третейском суде
  - вопрос к законодательной платформе. Делать вывод из опыта: слабые места в юридическом аспектом? Возможно, имеет смысл создавать комиссию на уровне муниципалитет, возможно, на платформе МТПП для контроля законности и консалтинга
- **для поиска новых точек роста и укрепления финансово-экономической основы франчайзинга:**
  - правительственная поддержка для размещения контента о франшизе в гос. учреждениях
  - выход за пределы России
  - точка роста – обучение на постоянной основе, информирование об изменениях в законодательстве предпринимателей по областям и отраслям
  - популяризация, СМИ

# **ФРАНЧАЙЗИНГ в Российской Федерации: деловая репутация, конкуренция, инвестиционные и инновационные тренды развития**



- ЭФФЕКТИВНОСТЬ

# Основные компоненты франшизы, которые позволяют считать ее эффективной

## Финансы

- Уровень рентабельности
- Быстрая окупаемость
- Прибыльность для партнеров

## Деловая репутация

- Оценка гудвилла
- Предсказуемость партнеров
- Отсутствие рекламаций

## Компоненты франшизы

## Рейтинг

- Рейтинговый индекс UNi(Фр)
- Конкурентные преимущества
- Точки роста

## Бизнес-модель

- Наличие реального бизнес-плана
- Наличие успешных бизнес-кейсов
- Эффективность маркетинга

# Основные компоненты франшизы, которые позволяют считать ее эффективной

- Многоформатность
- Уникальный концепт
- Выигрышная финансовая модель
- Прибыльность для партнеров
- Рентабельность
- Хорошая деловая репутация, оценка гудвилла
- Быстрая окупаемость
- Узнаваемость
- Наличие реального бизнес-плана
- Наличие успешных бизнес-кейсов
- Маркетинг, реклама
- PR-GR-IR
- Удовлетворенность текущих клиентов
- Открытость, честность, качество услуг, потребность в продукте
- Среднегодовая прибыль франчайзора,
- Наличие реального экономического интереса франчайзора к результатам своих франчайзи
- Наличие финансовых и интеллектуальных ресурсов по сопровождению франчайзи
- Разбивка по китам, детальные инструкции и примеры эффективных решений. Алгоритмы и чек-листы, автоматический аудит.
- общая бизнес-культура, внешние и внутренние KPI, информационная поддержка
- успешность партнеров
- четкие инструкции юридической защиты обеих сторон
- рентабельность, соответствие стандартам, качество товаров и услуг/сервиса

# Основные компоненты франшизы, которые позволяют считать ее эффективной

- Срок жизни компании, история бренда, срок окупаемости
- гарантия результата
- финансовая модель, продукт, маркетинг
- покупка продукта
- договор коммерческой концессии
- фин показатель, индекс удовлетворенности клиента (работа бренда), оперативность решения вопросов
- сильный бренд, собственный ассортимент, коммерческая сбалансированность
- Гарантиированная прибыль
- В первую очередь финансовые показатели франчайзи
- полностью прописаны бизнес-процессы, освещены все юридические аспекты, все расписано пошагово
- коммерческий успех
- если франчайзи получает доход – франшиза эффективна
- деньги в кассе, прибыль
- положительный гудвилл или EBITDA по собственным точкам
- документация, построенные бизнес системы, обучение, полный контроль, готовые системы привлечения клиентов
- динамика основных показателей, контроль/, бизнес-модель, защита интеллектуальной собственности франшизы
- известный бренд, хорошая репутация, востребованность, возможность тиражирования
- грамотный франч-бук, точно и четко прописанный бизнес-план
- бизнес модель и система сопровождения
- уровень рентабельности по результатам, скорость оборота
- готовые модели бизнеса, CRM, маркетинговая стратегия, бренд
- бизнес-план, прошедшие проверку временем рекламная стратегия, маркетинг
- Прописанные БП и рентабельность существующего бизнеса не менее 30%
- интересная маржа, возможность структурировать технологию, упаковать и продать, есть ресурсы для грамотной поддержки франчайзи (человеческие ресурсы)

# **ФРАНЧАЙЗИНГ в Российской Федерации: деловая репутация, конкуренция, инвестиционные и инновационные тренды развития**



• ИННОВАЦИИ

# Предложения по инновационному совершенствованию франшизы как эффективного инструмента поддержки и развития бизнеса

**Мнение эксперта:**  
«Создание моды на франчайзинг как на упрощение открытия и ведения малого бизнеса»



# Предложения по инновационному совершенствованию франшизы как эффективного инструмента поддержки и развития бизнеса

- Сокращение сроков регистрации товарных знаков, ужесточение закона для сокращения франшиз – однодневок.
- Налоговые льготы франчайзору и налоговые преференции на первые два года работы франчайзи,
- Необходима поддержка начинающих предпринимателей, а именно: программы финансирования, аналогичные Сбербанк «Бизнес Старт», но с более широким списком франчайзоров; поддержка субсидиями.
- Реестр франшиз.
- Нужно лицензировать франчайзоров и вводить контроль за тематическими каталогами, на которых рекламируются франшизы. При этом не стоит перегибать палку в отношении франчайзоров, т.е. не обязательно только крупная компания может развиваться по франчайзингу. Это может быть и небольшое, но стабильно прибыльное предприятие с хорошей деловой репутацией ее учредителей. И с наличие понятной, продуманной стратегией поддержки и развития франчайзинговых предприятий.

# **Предложения по инновационному совершенствованию франшизы как эффективного инструмента поддержки и развития бизнеса**

- Закон
- Необходимые франчайзинговые акселераторы по типу ФРИИ. Это более гибкие (по сравнению со Сбербанком) структуры, которые не только отбирают франчайзоров и франчайзи, но и в режиме реального времени оказывают консультационную поддержку деятельности франчайзи. В том числе они помогают привлекать частные инвестиции на начальной стадии стартапа, открытого по франшизе.
- Создание моды на данное направление как упрощение открытия и ведения малого бизнеса.
- Более профессиональная информационная и практическая работа.
- Просвещение молодежи.
- Создание (и уже наличие) специальных обучающих бизнес-программ для бизнесменов.
- Создание единого курса по созданию франшизы, одобренного на государственном уровне.
- Разработка дистанционной системы обучения франчайзи, внедрение стандарта единого.
- Программа по электронному сопровождению в режиме реального времени.
- Различная иная гос поддержка франчайзоров.

# Предложения по инновационному совершенствованию франшизы как эффективного инструмента поддержки и развития бизнеса

- Автоматизация
- Качественный полноценный ресурс
- сертификация франшиз
- портал для внутренней связи франчайзи-франчайзор
- интерент-маркетинг
- В планах только
- Создание СРО франчайзоров: перед выводом на рынок конечного продукта (франшизы), проводить аудит этого предложения – юридический, экономический и прочее.
- Регулирование также со стороны покупателя: создание в различных городах России сообществ инвесторов, ведение «черного списка» франчайзи, из-за которых франчайзор понес убытки. Также на базе таких сообществ появится возможность рассматривать предложение франшиз и члены сообщества смогут отговорить инвестора от сомнительной франшизы
- единая система учета продаж и привлечения клиентов, тесная связь, онлайн и офлайн направление
- в силу особенностей франшизы – особое развитие франчайзору в России
- сделайте в рамках ТПП методическое указания к франчайзингу
- упорядочить терминологию во франчайзинге
- экспертиза и кредитование

# **ФРАНЧАЙЗИНГ в Российской Федерации: деловая репутация, конкуренция, инвестиционные и инновационные тренды развития**



• ПРИОРИТЕТЫ

# Главные проблемы, решение которых требуется в приоритетном порядке

Законо-  
дательная  
база

Финансы

Стандарт  
франчайзинга



● МНЕНИЕ ЭКСПЕРТА:  
«Стимулирование потенциальных  
франчайзи в покупке франшизы»

# Главные проблемы, решение которых требуется в приоритетном порядке

- законодательная база
- юридические проблемы
- ведение франшизы и юридическо-правовая защита
- незащищенность владельца бизнеса от клонирования (запрет на конкуренцию);
- регистрация товарного знака и логотипа
- защита прав франчайзи – остановить гниение термина «франчайзинг»
- финансирование и финансовые проблемы
- создание рейтинга франчайзоров
- вопросы по созданию заинтересованности / стимулирования потенциальных франчайзи в покупке франшизы
- нахождение баланса между интересами франчайзоров и франчайзи;
- борьба с псевдофраншизами и лже-франшизами
- создание единого стандарта, повышение уровня предпринимательского мышления
- как разработать стандарты и пакет документов для создания франшизы компании
- понятность процесса, терминологии
- недостаток информации по построению франчайзинга «в быту»
- удаление информационного вакуума
- качественное обучение

# АНАЛИТИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ

## ФРАНЧАЙЗИНГ в Российской Федерации: деловая репутация, конкуренция, инвестиционные и инновационные тренды развития

*Отчет об аналитическом исследовании, информационные материалы, составленные на его основе, а также программа, методология аналитического исследования и социологический инструментарий являются объектами авторских прав, принадлежащих © Е.А. Скаредновой-Вайс, согласно главы 70 «Авторское право» Гражданского кодекса Российской Федерации (Часть 4). В соответствии с положениями ст. 1259 «Объекты авторских прав», авторские права распространяются как на обнародованные, так и на необнародованные произведения, выраженные в какой-либо объективной форме, в том числе в письменной, устной форме (в виде публичного произнесения, публичного исполнения и иной подобной форме), в форме изображения, в форме звуко- или видеозаписи, в объемно-пространственной форме. Согласно ст.1266. «Право на неприкосновенность произведения и защита произведения от искажений», не допускается без согласия автора внесение в произведение изменений, сокращений и дополнений, снабжение произведения при его использовании иллюстрациями, предисловием, послесловием, комментариями или какими бы то ни было пояснениями (право на неприкосновенность произведения).*

# Благодарю за внимание!



## Скареднова-Вайс Екатерина Алексеевна

- генеральный директор  
управляющей компании «БРЕНДБЕРРИ»,
- президент внедренческой компании «Itone»,
- председатель Подкомитета  
Московской торгово-промышленной  
палаты по инвестиционному  
маркетингу и франчайзингу,
- руководитель направления  
«Социальный франчайзинг»  
Ассоциации социального развития

• Телефон/факс: +7 (917) 560-77-77

Электронная почта: es@brandberry.pro

Интернет-портал: <http://fr.brand-to-brand.ru>

Facebook-группа:

<https://www.facebook.com/groups/1454498628179431>

