

ЗАЧЕМ НУЖНА ФРАНШИЗА



Франчайзинг – вид отношений между правообладателем и пользователем, в рамках которой первый передает второму право организации и ведения коммерческой деятельности от его имени, используя технологию, сырьё, товарные знаки и/или бренды, а также обеспечивает поддержку и сопровождение бизнеса.

Данное право предоставляется за оплату: единоразовую и/или с ежемесячными платежами и условиями.

Небольшая фирма через франчайзинг при постоянной поддержке со стороны владельца торговой марки может в сравнительно короткие сроки начать свое дело, успешно преодолеть трудности, особенно на начальном этапе функционирования. Франшиза подразумевает выполнение определённых требований: товарный знак, логотип, технологии ведения бизнеса и т.д.

Бонусы:

- Известное имя привлечет клиентов со старта
- Информационная поддержка по ведению данного направления на постоянной основе
- Подробный план запуска, маркетинг и привлечение клиентов, ежемесячная аналитика активности.

Основные параметры, по которым оцениваются франшизы, — это сумма инвестиций в бизнес и срок их возврата.

Размер первоначальных вложений в открытие бизнеса по франшизе формируется за счет:

- вступительный (паушальный) взнос,
- затраты на оборудование,
- приобретение товара,
- реклама.

Кроме того, встречаются ежемесячные обязательные платежи (роялти), рекламные и маркетинговые сборы. Про них следует уточнить у представителя франчайзера, ознакомиться с обоснованием необходимости данных платежей.

ПОЗВОНИ В СВОЙ БАНК

1 3 6

ЗАЧЕМ НУЖНА ФРАНШИЗА



**СВОИМИ
руками**

Договор франчайзинга (коммерческой концессии) включает:

- предмет договора (включая права на фирменное наименование и нераскрытую информацию);
- определенная сфера предпринимательской деятельности, в которой франшиза будет использоваться; минимальный и максимальный объемы использования предоставленных прав и информации.
- в договоре должна быть указана отрасль бизнеса
- в большинстве случаев включается право использовать товарный знак
- предусматривается оплата за использование предоставленного комплекса и срок использования. Если срок не определен, то каждая из сторон вправе расторгнуть договор, предупредив другую сторону за 6 месяцев.

По договору франчайзинга передаются права на использование интеллектуальной собственности и ценной конфиденциальной коммерческой информации, которые представлены не одним объектом, а набором объектов, следовательно, передается комплекс прав.

Комплекс прав включает

1. фирменное наименование – название, которое присвоили компании при ее регистрации
2. информация, которая обеспечивает фирме успех на рынке. Такая информация обязательно должна быть тайной (не имеет открытого доступа), ценной (гарант успешности компании), не относиться к государственным секретам.

Если по договору передали права на один из этих двух обязательных элементов, то договор будет считаться незаключенным.

Также, в договоре франчайзинга оговариваются дополнительно следующие условия:

- берет ли франчайзер на себя обязательства по поставке оборудования, сырья и материалов,
- оказывает ли франчайзер своим франчайзи непосредственную финансовую помощь, предоставляя кредиты, либо косвенную помощь в виде поручительства и гарантий.

Договор франчайзинга подлежит регистрации в Национальном центре интеллектуальной собственности. Без регистрации договор будет недействительным. Обязанность регистрации договора обычно возлагается на владельца прав.

ПОЗВОНИ В СВОЙ БАНК

1 3 6

ЗАЧЕМ НУЖНА ФРАНШИЗА



**СВОИМИ
руками**

Основные термины

Франчайзер – компания, предоставляющая малому предприятию или ИП право ведения бизнеса от ее имени.

Франчайзи – бизнесмен, который в обмен на паушальный взнос и ежемесячные платежи (роялти) получает права на пользование готовой бизнес-системой франчайзера при условии соблюдения всех его требований и следования его указаниям по организации деятельности.

Франшиза – объект соглашения о коммерческой концессии.

Паушальный платеж – стоимость франшизы, фиксированная сумма, которую франчайзи платит франчайзеру на начальном этапе.

Роялти – ежемесячный платёж за использование товарных знаков, патентов или иных авторских прав, принадлежащих франчайзеру.

Маркетинговые и рекламные услуги – мероприятия по продвижению продукта, организуемые владельцем бизнеса (франчайзером) и регулярно оплачиваемые франчайзи – в форме процента от валовых продаж. В некоторых случаях сумма оплаты может быть фиксированной.

ПОЗВОНИ В СВОЙ БАНК

1 3 6