

# ДОХОДНЫЙ БИЗНЕС ПО ЧУЖОМУ «РЕЦЕПТУ»

ПОЧЕМУ БЕЛОРУССКИЙ БИЗНЕС РЕДКО РАБОТАЕТ ПО ФРАНЧАЙЗИНГОВЫМ СХЕМАМ

Павел ПЕТЬКО, специально для «Дела»

В 2012 году оборот мирового рынка франчайзинга составил около \$5,6 трлн., и продемонстрировал почти 37%-ный рост по сравнению с предыдущим годом. Лидером в этой сфере традиционно являются США, где на условиях франчайзинга работают более миллиона компаний. Рост оборотов франчайзинговых сетей сегодня в основном обеспечивается за счет активного выхода на азиатский рынок американских и европейских игроков, которые активно продвигают свои франшизы. Ожидается, что в 2013 году рынок франчайзинга сформирует более 15% мирового ВВП. При

этом в Беларуси по ряду причин такой механизм ведения бизнеса развивается очень медленно.

## ОТ ШВЕЙНОЙ МАШИНКИ ДО ГАМБУРГЕРА

С каждым годом франчайзинговый бизнес становится все сложнее с точки зрения технологий и организационной структуры. Когда в середине XIX века известная фирма Zinger начала заключать со своими дистрибьюторами уникальный договор на продажу и обслуживание швейных машинок на территории США, то этот документ состоял всего из несколь-

ких пунктов. А уже в 1945-м Рэй Крок, создатель компании «McDonalds Inc.», предложил передавать вместе с франшизой не только товар и бренд, но и целую модель ведения бизнеса. В договоре компании было прописано практически все возможное: от цвета униформы персонала до размера столиков в кафе!

Сегодня на рынке существуют тысячи франшиз. Они отличаются по отрасли, в которой работают, по размеру вступительного взноса и по содержанию договора, который подписывают партнеры. Современный франчайзинг – это своеобразная

форма лицензирования, где одна сторона, то есть франчайзер, предоставляет другой стороне – франчайзи – возмездное право действовать от своего имени, использовать товарные знаки, бренды, ноу-хау, исследования, информацию и др. В свою очередь владелец франшизы получает ежемесячный процент от оборота нового бизнеса – так называемые роялти. Или другую выгоду – например, исключительное право поставлять франчайзи комплектующие или товар.

К преимуществам франчайзинга относят, прежде всего, минимизацию рисков в новом бизнесе для инвестора. По данным Международной ассоциации франчайзинговых организаций, успешными оказываются 8 из 10 франчайзинговых компаний, так как они используют уже проверенную и эффективную бизнес-модель. Такой бизнес требует меньших затрат на рекламу и раскрутку бренда и идеально подходит, например, для торговли. Это объясняет тот факт, что 90% розничных сетей в мире развиваются с помощью франчайзинга. Правда, нашу страну эта тенденция пока почти не затронула.

## БЕЛОРУССКИЙ РЫНОК: ПУСТОЙ, НО ПЕРСПЕКТИВНЫЙ

По данным Национального центра интеллектуальной собственности, сейчас в Беларуси зарегистрировано около 130 франчайзинговых договоров. Большинство из них – в сфере розничной торговли, общепита и услуг. До Минска уже добрались хорошо известные иностранные франшизы: сети ресторанов «Иль Патио», «Фрайдис», сеть пиццерий «Штолль», гостиница Crown plaza. А вот McDonald's, который часто по ошибке считают франшизой, в Беларуси такой не является. Он напрямую принадлежит McDonald's Corporation.

В последние годы активизировались и белорусские игроки, которые стали создавать франшизы. Например, компания «НТС», которая владеет магазинным брендом «Родная сторона». Под этой маркой уже зарегистрировано более 50 магазинов в разных городах Беларуси. Активно открывает свои магазины за рубежом по системе франчайзинга и «Мілавіца». Их сегодня – 550 в 20-ти странах мира! По франчайзингу работают также магазины «Оранжевый

ПО МЕЖДУНАРОДНОЙ СТАТИСТИКЕ УСПЕШНЫМИ ОКАЗЫВАЮТСЯ

**8 из 10**  
НОВЫХ  
ФРАНЧАЙЗИНГОВЫХ  
КОМПАНИЙ

верблюду» и торговые точки производителя нижнего белья и трикотажа компании Serge.

Тем не менее в Беларуси рынок франчайзинга находится на стадии раннего развития. Эксперты «Дела» отмечают, что успешные белорусские компании пока не поняли важность этого механизма для развития своих сетей. А мировые бренды сами не очень стремятся выходить на белорусский рынок.

Такая ситуация – следствие нескольких факторов. До 2005 года, когда в Гражданском кодексе появилась отдельная глава, посвященная франчайзингу, в Беларуси не было законодательной базы для развития этого вида бизнеса. А если учитывать, что пик выхода мировых франшиз на рынок России и Украины пришелся как раз на начало 2000-х, то нетрудно сделать вывод, что наша страна попросту «проспала в шапку» наиболее благоприятное время для развития франчайзинга. Несмотря на то, что первый такой договор был зарегистрирован у нас в 2006 году, началом формирования белорусского рынка франчайзинга эксперты считают 2011-й, когда в стране появилась Ассоциация франчайзеров и франчайзи.

– Два года назад, развивая собственный франчайзинговый проект, мы столкнулись с тем, что в Беларуси нет специалистов, которые бы могли нам помочь, – говорит Ольга Леонтьева, председатель Ассоциации франчайзеров и франчайзи. – Мы обратились к британским консультантам. И они нам объяснили, что

для развития рынка франчайзинга необходимы три составляющие. Во-первых, предложение – т.е. франшизы. Соответственно, нужны франчайзинговые консультанты, которые разработают эти франшизы, т.е. создадут сам продукт. Во-вторых, нужны предприниматели, которые покупают франшизы, а значит, должны быть и франчайзинговые брокеры (агенты), которые продвигают эти продукты и помогают совершению сделок. И, конечно, нужна Ассоциация франчайзинга, которая бы способствовала формированию стандартов, защите интересов игроков рынка, популяризации этого явления в стране. В 2011 году всего этого в Беларуси не было. И мы решили этим заняться. Так была создана Ассоциация франчайзеров и франчайзи «Белфранчайзинг»; появился франчайзинговый агент «Белфранчайзинг», который занимается продвижением франшиз на белорусском рынке, а также бюро разработки франшиз. Оно занимается тем, что помогает белорусским компаниям создать пакет документов, с помощью которого можно создавать и развивать свою франчайзинговую сеть.

Существенным препятствием для развития франчайзинга в Беларуси является... дефицит качественной торговой недвижимости и кредитных ресурсов.

Эти проблемы могут начать решаться уже в этом году. Если верить заявлениям городских властей, то в 2013 году в Минске введут около 180 тыс. кв. м. торговых площадей, в числе которых Galileo и Арена-сити. Это может дать старт процессу снижения цен на аренду и расширить возможности бизнеса, в том числе и для создания франшиз. Что касается кредитных ресурсов, то, по информации Ассоциации франчайзеров и франчайзи, уже в этом году один из банков выйдет на рынок со специальным кредитным предложением для такого бизнеса. Таким образом, у белорусских предпринимателей постепенно появляются новые возможности для работы с франшизами.

– Если сравнить первое и второе полугодия 2012 года, то заинтересованность бизнеса во франчайзинге растет буквально в геометрической прогрессии, – отмечает Ольга Леонтьева. – Сейчас мы получаем 100-120 запросов ежемесячно.





## ПОДВОДНЫЕ КАМНИ И СЕКРЕТЫ УСПЕХА.

За 2012 год «Белфранчайзинг» привлёк более 60 иностранных компаний, которым интересно развиваться на белорусском рынке. В тоже время Бюро разработки франшиз разработало лишь четыре белорусские франшизы. Три из них планируют развиваться на внутреннем рынке. В целом это неплохая тенденция, потому что в отличие от иностранных, белорусские франшизы лучше адаптированы к местным реалиям. Тем не менее, факт остаётся фактом: белорусские предприниматели пока не решаются менять традиционный бизнес на франшизу.

Возможно, что дело – в рисках: по данным Национального центра интеллектуальной собственности из 48 франчайзеров, зарегистрированных в Беларуси в 2006 года, до сих пор работают лишь 32. То есть, доля компаний, у которых франчайзинговый бизнес, как говорится, «не пошел», довольно значительна.

С другой стороны, на рынке есть и очень успешно работающие компании. Например, Георгий Пармон, владелец салона по стрижке собак «Милорд» работает по франшизе уже больше двух лет. «Милорд» – это известная российская сеть груминг-салонов люкс-класса с 10-летним опытом работы. До этого предприниматель отношения к зообизнесу не имел, но согласился попробовать, так как заинтересовался франчайзинговым бизнесом.

– *Первое знакомство и переговоры с нашим партнером, мы провели в Москве в конце июля 2010 года, а 31 октября в Минске уже открылся наш первый салон по стрижке собак. В настоящий момент он успешно работает. В планах этого года – открытие нескольких новых салонов «Милорд», а также создание собственной белорусской сети зоосалонов, в том числе и по системе франчайзинга, – рассказывает Георгий Пармон. – Хорошая франшиза – это, прежде всего, интересная и нестандартная бизнес-идея. Возьмем, к примеру, ресторанный бизнес. Абсолютно все знают сеть МакДональдс, но никто не оценит и не воспримет, скажем, гриль-бар «Курочка Ряба», пусть это и биз-*

## КАК СТАТЬ ФРАНЧАЙЗИ?

1) Решите, хотите ли вы на самом деле заниматься франчайзинговым бизнесом. Если вы любите свободу и не хотите подчиняться правилам, то он – не для вас.

2) Выберите отрасль, в которой вы будете развиваться. Чаще всего, это розничная торговля, ритейл, общепит или сфера услуг. Но вы можете заняться и производством.

3) Выберите несколько вариантов франшиз. Для этого нужно обратиться к брокеру. В Беларуси это – «Белфранчайзинг». Брокеры ведут каталоги и по вашему запросу могут подобрать наиболее подходящую для вас франшизу. Если франшиза не представлена у белорусского брокера, то можно попытаться выйти на ее владельца напрямую.

4) Соберите максимальную информацию по выбранному франшизам. Нужно запросить ее непосредственно у компании, поговорить с уже действующими франчайзинговыми точками или обратиться в Ассоциацию той страны, где зарегистрирована компания. Это необходимо для того, чтобы не связать себя договором с лжефраншизой.

5) Компания-франчайзер предоставит вам пакет документов. Там должна быть указана сумма первоначального платежа (как правило, большинство компаний требуют своеобразный взнос за вход в систему) и другие финансовые детали.

6) И, наконец, последний шаг: зарегистрируйте договор в Национальном центре интеллектуальной собственности. Эта процедура займет около месяца. И все: можно работать!

нес тоже по системе франчайзинга. Вам придется его продвигать практически так же, как и любую другую точку общепита.

Белорусские бизнесмены отмечают, что главное преимущество от использования франчайзинга – это полноценная поддержка со стороны франчайзера, чаще всего – мощного и опытного игрока на рынке, который может не только поделиться опытом и технологиями, но и помочь наладить деловые связи. Именно поэтому при старте важно удостовериться, что ты имеешь дело с добросовестным франчайзером.

– *Изначально очень важны личные отношения франчайзера и франчайзи. Это бизнес партнеров и не важно – кто старший, а кто младший, – говорит Георгий Пармон. – Успех возможен только при общем взаимопонимании и поддержке. Обязательное внимание к сумме первоначального взноса и, особенно, на размер роялти. Помните: в случае ошибки вы рискуете превратиться в своего рода раба, работающих на выплаты вашему франчайзеру.*

## ПОКУПАТЬ ИЛИ ПРОДАВАТЬ?

Не все понимают, что с помощью франшизы можно не только успешно начинать бизнес, но и развивать уже существующий. Если предприниматель видит успешность своего проекта и понимает, что его бизнес-модель может быть востребована рынком, а бренд – узнаваем, он может попытаться создать собственную франчайзинговую сеть.

Для этого нужно, во-первых, документально оформить свою модель бизнеса и защитить права на интеллектуальную собственность (бренд, товарный знак, ноу-хау, модель ведения бизнеса). Во-вторых, нужно обратиться к брокеру с просьбой – внести компанию в список франшиз, доступных для работы на рынке определенной страны. Если вам удастся убедить партнеров выкупить у вас франшизу и подписать договор, то вас можно поздравить: вы – франчайзер!

Так поступил Сергей Гаврилюк, владелец салона кожаных изделий «Кажан». На данном этапе функ-

ционируют две таких торговых точки, выстроенных по франчайзинговой модели. Ведутся переговоры по расширению сети еще с несколькими потенциальными партнерами.

– *Развивать франчайзинговое направление мы начали в прошлом году. Так как пришли к решению, что это самый оптимальный и наиболее перспективный способ развития нашей компании, – рассказывает Сергей Гаврилюк. – По поводу прав на интеллектуальную собственность, в частности, на товарный знак, особых проблем не возникло, т.к. мы воспользовались квалифицированной помощью одного столичного патентного агентства. После подписания договора, наряду с комплексным пакетом франшизы, а именно – разработанной бизнес-моделью, всесторонней поддержкой и льготными условиями, франчайзи получает наш качественный узнаваемый продукт. Причем, мы не взимаем с него никаких платежей, кроме стоимости продукции и оборудования, которое, в свою очередь, партнер может изготовить и самостоятельно, однако с учетом наших рекомендаций.*

## ОТЛОЖЕННЫЙ СПРОС

На данный момент в Беларуси не хватает бизнес-проектов с мировым именем. Это касается недостатка брендовых магазинов одежды, современных ресторанов и кафе быстрого питания. Поэтому существует определенный отложенный спрос на иностранные франшизы. Другой вопрос, что сейчас большинство крупных иностранных компаний уже закончили расширение своих сетей в Восточной Европе и странах СНГ, поэтому мяч, образно говоря, находится на стороне белорусского бизнеса. И то, насколько широкое распространение франчайзинг получит у нас в ближайшей годы, зависит в первую очередь от активности белорусских предпринимателей.

## ФРАНЧАЙЗИНГОВЫЕ «ЛОВУШКИ». КАК ИХ ИЗБЕЖАТЬ?

Татьяна ПАРХОМЕНКО, Delo.by

Банкротство в начале работы во франчайзинговой системе встречается гораздо реже, чем у тех, кто «кстартует» в одиночку. Поэтому многие начинающие предприниматели проявляют большой интерес к франчайзинговым системам. Но при выборе «своей» системы основным принципом должна быть осторожность. Потому что не всякая франшиза оказывается прибыльной на самом деле. Как и в других сферах, во франчайзинге тоже есть свои «темные лошади», которые заинтересованы в том, чтобы «облапошить» своих партнеров. Вот некоторые «предупредительные сигналы», которые должны насторожить и заставить задуматься начинающего франчайзи о потенциальной опасности:

**Ловушка 1:** Владелец франшизы гарантирует огромные прибыли с минимальными затратами. Стоит задуматься: не исключено, что это просто «вкусная» приманка!

**Ловушка 2:** Вы не находите адреса головной компании, а вместо него вам предлагают только зашифрованный номер. Не исключено, что такой франчайзер имеет веские основания, чтобы прятаться.

**Ловушка 3:** Текст рекламного объявления сулит большие обороты при работе за границей. Возможно, вас хотят использовать в качестве подопытного кролика для изучения обстановки на иностранных рынках. Иногда франчайзер ищет партнера, которому поручает самостоятельно создать франчайзинговую сеть на определенной территории – стать «мастер-франчайзером».

Как правило, это означает для вас большие инвестиции и большой риск при входе на чужой рынок, а также возможно затяжной трудный период.

**Ловушка 4:** Будьте осторожны, если вам предлагается бизнес-концепция (особенно в сфере обслуживания!), в которой нет точной специализации, или она не совсем понятна и трудно поддается стандартизации.

**Ловушка 5:** В объявлении идет речь о поиске «управляющих» по сбыту, регионального директора) или что-то подобное. За этим вопросом стоит очень жестко структурированный сбыт, при котором речь вряд ли идет о партнерстве. Скорее – о распространении продукции.

**Ловушка 6:** Франчайзер не дает вам контакты других работающих в системе франчайзи, и у вас нет возможности ознакомиться с их опытом и отзывами о работе в данной системе. Скорее всего, в сети такого франчайзера больше минусов, чем плюсов. Но тут возможен и другой вариант: работающих франчайзинговых точек пока просто нет! Надо отметить, что их отсутствие само по себе не должно быть причиной отказа от покупки франшизы, но если вы станете «пилотным» франчайзи, то можете просить снизить цену франшизы.

**Ловушка 7:** Франчайзер не может представить вам четкую экономическую модель работы франчайзингового филиала. Это значит, что он не контролирует и не анализирует работу своих франчайзи, следовательно, вы не получите от него ожидаемую помощь и поддержку.