



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
Европейски фонд
за регионално развитие
Инвестираме във вашето бъдеще



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
„Развитие на конкурентоспособността
на българската икономика” 2007-2013
www.opcompetitiveness.bg

ФРАНЧАЙЗИНГ

Този документ е създаден с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Развитие на конкурентоспособността на българската икономика” 2007-2013 г., съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие. Цялата отговорност за съдържанието на документа се носи от Гражданско дружество „Бизнес инкубатор – Бургас“ и при никакви обстоятелства не може да се приема, че този документ отразява официалното становище на Европейския съюз и Договарящия орган.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
Европейски фонд
за регионално развитие
Инвестираме във вашето бъдеще



НАЦИОНАЛНА
СТРАТЕГИЧЕСКА
РЕФЕРЕНТНА РАМКА
2007 – 2013



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
„Развитие на конкурентоспособността
на българската икономика“ 2007-2013
www.opcompetitiveness.bg

СЪДЪРЖАНИЕ

1. Какво е франчайзинг?	3
2. Правни аспекти	3
3. Видове франчайзинг	4
4. Елементи на договора	4
5. Особености	5
6. Предимства и недостатъци	6
7. Защо плащаме задължителните франчайзинг такси (първоначална и месечна)?	10
8. Примери за франчайзинг-система в България	11
9. Какво да определим преди сключване на договора за франчайзинг	11
10. Как да избира франчайзодател?	12
11. Какво е мастър франчайзинг?	14
12. Франчайз-досие	15
13. Проверка на легитимност на франчайзодателя	16



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
Европейски фонд
за регионално развитие
Инвестираме във вашето бъдеще



1. Какво е франчайзинг?

- Франчайзингът представлява вид стратегически съюз, който обикновено се прилага от компании с престижна търговска марка и утвърден имидж.
- Той е търговска концесия - вид отношения между пазарни субекти, при който едната страна (*франчайзодател*) предоставя при определени условия и срещу заплащане на друга фирма, желаеща да развива същата дейност (*франчайзополучател*) правото да използва разработен и успешен бизнес модел в определен вид бизнес.
- Франчайзополучателят работи от собствено име и за собствена сметка, но е икономически зависим от франчайзодателя. Правната самостоятелност „изчезва“ зад „фасадата“ на общата визия на франчайз-системата.

2. Правни аспекти:

- Договорът за франчайзинг и самият франчайзинг **като правен институт не са законово уредени** и като понятия в българското законодателство.
- Легалната дефиниция на франчайз е дадена във финансовия закон - **Закона за корпоративното и подоходно облагане** – “свкупност от права на индустриална или интелектуална собственост, отнасящи се до търговски марки, търговски имена, фирмени знаци, изработени модели, дизайни, авторско право, ноу-хау или патенти, предоставени срещу възнаграждение, за да се използват за продажба на стоки и/или за предоставяне на услуги”.
- Изрична уредба за договор за франчайзинг в българския Търговски закон липсва, от което следва, че не съществуват ограничения за обектите и субектите по такъв договор, или че същия може да бъде обвързан по силата на международното частно право от търговското право на страната на франчайзодателя. Обичайно на франчайзинг се предоставя известна търговска марка, може и по силата на тайна клауза в този договор.
- Не съществува пречка на базата на франчайзингови договори да работят и банки.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
Европейски фонд
за регионално развитие
Инвестираме във вашето бъдеще



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
„Развитие на конкурентоспособността
на българската икономика“ 2007-2013
www.opcompetitiveness.bg

3. Видове франчайзинг:

Според обект на договора:

- **Продукт** - франчайзополучателят има право сам да произвежда и продава стоките, ползвайки предоставения му производствен опит, ноу-хау, търговски марки и други;

Пласмент - франчайзополучателят има право само да разпространява стоките (услугите, произвеждани) извършвани от франчайзодателя;

- **Услуга** - франчайзополучателят има право да извършва услугите на франчайзодателя;

Според нивото на партньорството:

- **Хоризонтално (Мастър франчайз)** – франчайз системите се развиват най-бързо, като за големи територии или за цели държави се привличат Мастър франчайзополучатели. Те имат правото не само да откриват обекти, но и да преотстъпват франчайз права на други франчайзополучатели. Обикновено получателят на Мастър франчайза предоставя обучението и другите услуги, осигурявани от франчайзодателя, и разделя с него получените такси.

- **Вертикално** - Франчайзополучателят няма право да открива обекти и да преотстъпва франчайз права на други франчайзополучатели.

4. Елементи на договора

1. Въведение

- Цел на партньорството
- Определяне на франчайз-пакета

2. Права и задължения на франчайзодателя

- Предоставяне на права на ползване (марка, ноу-хау, логи)
- Подкрепа при планиране, изграждане и обзавеждане на франчайз
- Предоставяне на техническа помощ, резервни части

Този документ е създаден с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Развитие на конкурентоспособността на българската икономика“ 2007-2013 г., съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие. Цялата отговорност за съдържанието на документа се носи от Гражданско дружество „Бизнес инкубатор – Бургас“ и при никакви обстоятелства не може да се приема, че този документ отразява официалното становище на Европейския съюз и Договарящия орган.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
Европейски фонд
за регионално развитие
Инвестираме във вашето бъдеще



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
„Развитие на конкурентоспособността
на българската икономика” 2007-2013
www.opcompetitiveness.bg

- Извършване на обучения на персонала
- Извършване на постоянно консултиране
- Извършване на рекламни стратегии
- Предоставяне на ексклузивна територия
- Определяне на качеството на предоставяните продукти и услуги

Права и задължения на франчайзополучателя

- Предоставяне на такса за предоставената франчайз-система;
- Следване на цялостната политика на франчайзодателя;
- Управление и придържане към определените стандарти на качество на предоставяните продукти и услуги;
- Допускане до проверки за качеството
- Разрешени и неразрешени клаузи

Други условия

- Срок на договора
- Възможност за удължаване на договора
- Условия за прекратяване на договора

Оперативен наръчник

- Изграждане на партньорството
- Средства за придържане към системните стандарти

5. Особенности:

Ексклузивност:

- Франчайзополучателят получава правото, той единствено да предлага стоката или услугата в определен географски регион.
- Франчайзополучателят се задължава да предлага единствено стоки и услуги на франчайзодателя.

Този документ е създаден с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Развитие на конкурентоспособността на българската икономика” 2007-2013 г., съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие. Цялата отговорност за съдържанието на документа се носи от Гражданско дружество „Бизнес инкубатор – Бургас“ и при никакви обстоятелства не може да се приема, че този документ отразява официалното становище на Европейския съюз и Договарящия орган.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
Европейски фонд
за регионално развитие
Инвестираме във вашето бъдеще



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
„Развитие на конкурентоспособността
на българската икономика“ 2007-2013
www.opcompetitiveness.bg

Стандартизация - при международния франчайзинг е от особено значение да се определи нивото на стандартизация на продуктите/услугите, тъй като успехът на франчайзодателя на външния пазар зависи до известна степен и от готовността му да приспособи продуктите си към изискванията на пазара, променяйки по този начин характеристиките на продукта, благодарение на които търговската му марка се е наложила. Колкото повече се налага продуктите на франчайзодателя да се адаптират към местните условия, толкова повече намаляват предимствата на този тип договор и основанията за сключването му.

6. Предимства и недостатъци:

1. Предимства за франчайзополучателя: (Защо франчайзинг, а не стартиране на самостоятелен бизнес?)

1) **Финансиране** – франчайзингодателят в сравнение с банките оценява инвестицията в франчайзинг в сравнение със стартиращ бизнес като по-малко рискова поради по-добрата възможност за оценка на риска на инвестицията. Според международни изследвания едва **около 4% от бизнеса стартирал като франчайзинг претърпява неуспех, докато 80 % от бизнеса стартирал самостоятелно претърпява неуспех;**

2) **Готов бизнес модел** – франчайзингодателят предоставят вече създадена и утвърдила се бизнес модел, който веднага може да се започне, и правила, чрез които се минимизират грешките и неуспешните опити за изграждане на собствен бизнес;

3) **Брандът** – марката на франчайзингодателя като еталон за качество предразполага към доверието на клиентите;

4) **Обучения** – малкият управленски опит може да се компенсира чрез внедряване на доказан положителен опит и извършване на професионални обучения на служителите от екип специалисти;

5) **Изградена ценова политика** – франчайзополучателят нямат отговорност да се грижи за актуализирането на ценова политика, формиране на цени и ценообразуване.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
Европейски фонд
за регионално развитие
Инвестираме във вашето бъдеще



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
„Развитие на конкурентоспособността
на българската икономика“ 2007-2013
www.opcompetitiveness.bg

6) **Маркетингова подкрепа** –цялостното маркетингово проучване се извършва от франчайзодателя. Разпознаваемата марка и подпомагането на маркетингова кампания предразполагат към увеличаване на пазарния потенциал;

7) **Оперативна подкрепа** – франчайзодателят предоставя всички необходими материални и нематериални активи и информационна обезпеченост.

8) **Менторство** – при възникнали въпроси франчайзополучателя може да се обърне винаги към подготвени мениджъри на франчайзодателя за консултации и експертни становища;

9) **Предимства от мащаба** – покрай експанзията на марката и разпознаваемостта ѝ се увеличават възможностите за повишаване на печалбата.

10) **Ликвидност** – при излизане от франчайз-системата франчайзополучателят може бързо и изгодно да продаде бизнеса си на франчайзодателя.

11) **Възможност за развитие** – предоставя се гъвкава схема с възможност за последващо развитие и инвестиции в други офиси.

Недостатъци за франчайзополучателите:

1) **Загуба на контрол над управлението на предприятието** – франчайзополучатели се задължават да следват правилата, наложени от оперативните наръчници, както и да се консултира за всяка промяна, която смята, че ще се отрази ползотворно на бизнеса с франчайзодателя.

2) **Не-/предвидени фиксирани разходи** - един от подводните камъни на стартиращия франчайзинг е клаузата за закупуване на оборудване, суровини и материали от франчайзодателя, които пък от своя страна вероятно ще бъдат на висока цена от тази, на която можете да ги откриете на свободния пазар. Немалък разход е и обявяваната от доста франчайзодатели такса за реклама, която може и да не е вързана към оборота, а да е твърда сума.

3) **Промоции и отстъпки** - подобни маркетингови похвати привличат клиентите, но пък и намаляват печалбите на франчайзополучателите, за което те, няма как да бъдат компенсирани. Основен проблем е, че добрите за цялата верига идеи и похвати за привличане на клиенти не винаги са добри за отделните франчайзополучатели.

Този документ е създаден с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Развитие на конкурентоспособността на българската икономика“ 2007-2013 г., съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие. Цялата отговорност за съдържанието на документа се носи от Гражданско дружество „Бизнес инкубатор – Бургас“ и при никакви обстоятелства не може да се приема, че този документ отразява официалното становище на Европейския съюз и Договарящия орган.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
Европейски фонд
за регионално развитие
Инвестираме във вашето бъдеще



4) **Неустойки** - едно некоректно отношение от страна на франчайзполучателя може лесно да доведе до съдебни процедури за доста сурови неустойки.

5) **Твърде йерархична система** – франчайз-системата предоставя консултации и подкрепа в развитието на кадрите. Когато се нуждае от помощ искане на франчайзополучателят минава през различни звена на франчайзинг системата докато стигнат до компетентния отдел или човек, който да даде решение на проблема и да се предприемат необходимите действия.

6) **Пренебрегване на нуждите на франчайзполучателите** при разрастване – при разрастване на големите франчайз-системи може да се получи пренебрегване на нуждите на франчайзполучателите.

7) **Липса на комуникация при разрастване** - когато франчайзинг веригата е все още малка франчайзодателят има повече време и отделя повече внимание на отделния франчайз. С разрастването на веригата обаче това се променя и дори често основателят и не контактува с франчайзите, освен на семинари или други корпоративни събития.

8) **Зависимост:**

- **от франчайзодателя** - некомпетентност, неполагане на достатъчно усилия за популяризиране на търговската марка води до загуби своите франчайзополучатели. Затова франчайзополучателя следва да внимава при избора на франчайз.

- **от франчайзполучателя** – въпреки положените усилия и стриктно прилагане на франчайз модела, доверието към търговската марка може да бъде дискредитирано от друг франчайзополучател, което да доведе до преки загуби.

Предимства за франчайзодателя:

1) **Възможност за бърза експанзия** - разширяването става за сметка на привличане на чужд капитал, а не с използване на собствен капитал на дружеството франчайзодател.

2) **Подпомагане на рекламната стратегия** – чрез допринасянето на франчайзополучателите за рекламния фонд е възможно увеличаване на популярността на марката, без значителен финансов ангажимент за реклама от страна предоставящия франчайзинга.

Този документ е създаден с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Развитие на конкурентоспособността на българската икономика“ 2007-2013 г., съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие. Цялата отговорност за съдържанието на документа се носи от Гражданско дружество „Бизнес инкубатор – Бургас“ и при никакви обстоятелства не може да се приема, че този документ отразява официалното становище на Европейския съюз и Договарящия орган.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
Европейски фонд
за регионално развитие
Инвестираме във вашето бъдеще



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
„Развитие на конкурентоспособността
на българската икономика“ 2007-2013
www.opcompetitiveness.bg

3) **Получаване на свеж капитал за експанзия от франчайзополучателя** – това позволява висока степен на финансов ливъридж (финансов термин, който се използва, за да отчете усилването на ефекта от дадена финансова операция, дължащо се на „мултиплициране“ на инвестирания ресурс)

4) **Минимален финансов риск** - неуспехът на даден франчайзинг не влияе върху финансовата стабилност на дружеството – майка.

5) **Мотивираност на франчайзополучателите** - франчайзополучателят работи от собствено име и за собствена сметка, чрез което е финансово по-мотивиран да успее, от колкото наетите на заплата мениджъри.

6) **Лост на влияние върху доставчиците** - с разрастването на франчайзинг-системата се засилва лостът за влияние върху доставчиците да правят отстъпки при доставките. Отстъпките нерядко не достигат до франчайзополучателите за сметка на печалбата на франчайзодателя.

7) **По-добро познаване на пазара от страна на франчайзополучателите** - франчайзополучателите са по-добре познати и по-лесно могат да представят съответния продукт на местните клиенти, поради това че познават по-добре местния пазар.

8) **Нови концепции за маркетинг и предлагане на продукти и услуги** - създадените от даден франчайзополучател успешни практики за предлагане на услугата могат да се ползват от цялата мрежа на франчайз обекти, като по този начин да бъде увеличено възнаграждението което се получава от франчайзодателя.

Недостатъци за франчайзодателя:

1) **Необходимост от силни пазарни позиции** – силният бранд като еталон за качество е строго изискване за просъществуване на франчайзинг-системата;

2) **Необходимост от сериозен рекламелен ресурс** – изготвянето и реализирането на мащабна и често наднационална рекламна стратегия е задължение на франчайзодателя, което отежнява сериозно рекламния бюджет на франчайзодателя.

3) **Необходимост от високо квалифицирани управленски кадри** – задържането на силни пазарни позиции и развитието на марката изискват поддържането на високо квалифицирани управленски кадри;

Този документ е създаден с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Развитие на конкурентоспособността на българската икономика“ 2007-2013 г., съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие. Цялата отговорност за съдържанието на документа се носи от Гражданско дружество „Бизнес инкубатор – Бургас“ и при никакви обстоятелства не може да се приема, че този документ отразява официалното становище на Европейския съюз и Договарящия орган.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
Европейски фонд
за регионално развитие
Инвестираме във вашето бъдеще



4) **Високи административни разходи** – разрастването на франчайз-системата изисква увеличаване на административния капацитет, което от своя страна води до повишаване на разходите по управлението на самата система;

5) **Ограничена гъвкавост на системата** – разрастване на франчайз-системата води до отежняване на връзките между различните звена и с франчайзополучателите, чрез което се забавя решаването на проблеми и усъвършенстването на самата франчайз-система;

6) **Контрол и зависимост от франчайзополучателите** – силата на веригата се определя от най-слабото и звено. Един некоректен франчайзополучател може да доведе до загуба на доверие в марката, която се лансира върху доста обширна територия, и за да се върне отново в нея, на франчайзодателя ще коства доста усилия и средства за възстановяване на изгубения имидж.

7. Защо плащаме задължителните франчайзинг такси (първоначална и месечна)?

Първоначалната такса включва:

- право на ползване на търговската марка на франчайзодателя
- оценката на обекта
- първоначални обучения на мениджерите и служителите
- анализ и оценка на конкуренцията и капацитет на продажби

Месечната такса включва разходите за:

- продължаващата подкрепа на франчайзополучателя
- подпомагане на рекламната стратегия на марката
- извършването на проверки на установените стандарти на място
- усъвършенстване и оптимизиране на процедурите, ноу-хау и производствените

практики на франчайзодателя

8. Примери за франчайзинг-система в България:

Този документ е създаден с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Развитие на конкурентоспособността на българската икономика“ 2007-2013 г., съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие. Цялата отговорност за съдържанието на документа се носи от Гражданско дружество „Бизнес инкубатор – Бургас“ и при никакви обстоятелства не може да се приема, че този документ отразява официалното становище на Европейския съюз и Договарящия орган.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
Европейски фонд
за регионално развитие
Инвестираме във вашето бъдеще



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
„Развитие на конкурентоспособността
на българската икономика“ 2007-2013
www.opcompetitiveness.bg

- Subway
- Макдоналдс
- Дънкин Донатс
- Кентъки Фрайд Чикън
- Шел
- Office 1 Superstore
- сладкарници "Неделя
- аптеки Санита
- Шератон
- Мосю Бриколаж
- ИКЕА

9. Какво да определим преди сключване на договора за франчайзинг:

За франчайзодатели:

- Определяне размера на таксите, сроковете и договори;
- Привличане и подбор на франчайзополучатели;
- Брандинг, маркетингово позициониране и рекламна концепция;
- Развитие на бизнеса и контрол над франчайзинговата структура;
- Изготвяне на оперативен наръчник и бизнес план, описание на процесите,

стандартите на работа и длъжностните характеристики, избор на подходящи локации и т.н.

За франчайзополучатели:

- Подробен анализ на профила ни, избор на най-подходящия за нас бизнес, обсъждане на плюсовете и минусите на конкретни франчайз-структури;
- Оценка на предлагания франчайз-пакет;
- Преценка на риска и оценка на външната среда: локация, конкуренти, клиенти и др.;
- Разглеждане и обсъждане на договора за франчайз;
- Юридически услуги и водене на преговори с франчайзодателя по условията на договора преди подписването му;

Юридически услуги и подкрепа при възникнали спорни въпроси с франчайзодателя.

10. Как да избира франчайзодател?

Този документ е създаден с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Развитие на конкурентоспособността на българската икономика“ 2007-2013 г., съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие. Цялата отговорност за съдържанието на документа се носи от Гражданско дружество „Бизнес инкубатор – Бургас“ и при никакви обстоятелства не може да се приема, че този документ отразява официалното становище на Европейския съюз и Договарящия орган.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
Европейски фонд
за регионално развитие
Инвестираме във вашето бъдеще



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
„Развитие на конкурентоспособността
на българската икономика“ 2007-2013
www.opcompetitiveness.bg

Купуването на франчайз е сериозно решение, което ще се отрази на живота Ви. Не бързайте с вземането му. Трябва да извършите обстойно изследване на пазара – търсенето и честотата на използване на продукта/услугата. Сезонни ли са? Как ще се развие пазарът в бъдеще? Достатъчно голяма ли е печалбата? **Ти купуваш бизнес, отиваш в едно семейство и трябва да си наясно защо точно него си избрал.**

1) **Конкуренцията** – колко конкуренти има на пазара? Предлагат ли се сходни продукти или услуги със същото качество и на същата цена? Има ли високотехнологични продукти, които биха заменили търсенето на франчайз-продукта или услугата? Има ли сезонност или цикличност на продукта/услугата?

2) **Франчайзинг** – трябва да сте наясно с естеството на бизнеса. Какви качества, предишен опит и натовареност са необходими? Трябва да определите и личните си професионални цели. Изпитването на професионално удовлетворение е изключително важно за постигане на успех във всяка област на работа. Ако ви харесва работната атмосферата и хората, с които работите, значи сте на прав път. Трябва да си представите работната атмосфера в франчайз-магазина, още преди да сте се ангажирали финансово.

3) **Марката на франчайзодателя** – колко разпознаваема е марката? От колко години е на пазара? Ползва ли се с репутация? Ако марката е нова и относително неизпробвана, тя има много от предимствата на небрандованите продукти.

4) **Магазин или офис** – ще трябва ли да се наема или купува офис помещение или на магазин с възлова локация? Необходимо ли е обзавеждането и поддържането на пространството да е по определените стандарти?

5) **Обучения** – какъв вид инструкции и обучения предлага франчайзодателя? Има ли поле с най-често задаваните въпроси и отговори – интернет, потребителската гореща линия? Колко време е необходимо за да обуча един служител? Изисква ли се висококвалифициран персонал?

6) **Управлението** – колко стандартизирани са предлаганите продукти или услуги? До колко имам право да варирам от определените правила на работа? /пример – предлагането на смяна на масла и ремонт на двигател може да изисква различно ниво на стандартизация на услугата за франчайзополучателя/.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
Европейски фонд
за регионално развитие
Инвестираме във вашето бъдеще



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
„Развитие на конкурентоспособността
на българската икономика“ 2007-2013
www.opcompetitiveness.bg

7) **Франчайзодателят** - кои са хората, които стоят реално зад системата? Колко опитни са те? Колко дълго е била системата в страната? Ако бизнесът съществува от доста години, тогава е по-вероятно, че технологията и процедурите му са тествани и прецизирани. Дългото съществуване също е показателно за рентабилността на модела и за потенциалния успех на франчайз формулата, да се докаже не само в своята родина, но и на нови пазари.

8) **Растеж** - как се справя самата верига? Колко нови пазари са отворени и какъв е техният оборот? Какви очаквания и опасения имат за следващите години? Колко са ценово сетивни? Как се справя самата верига? Обърнете специално внимание на начина, по който франчайз мениджърът отговаря на този въпрос - дали той се хвали за броя на франчайзи, които е продал от началото на годината или, че продажбите в работещите франчайзи нарастват експоненциално. Това, което трябва да Ви притеснява, е това, от къде франчайзодателят получава по-голямата част от неговия доход - от първоначалните такси за франчайзинг или месечни възнаграждения за права. Очевидно това, което искате да чуете е, че компанията е финансово стабилна и зависи от месечните такси за предоставяне на правата на процъфтяващи франчайзополучатели, които са щастливи да отклонят част от печалбата си в щаба. В най-лошият случай, приходите трябва да бъдат равни на разходите на франчайзодателя. Ако те не са, при първите наченки на криза франчайзодателят ще напусне страната.

9) **Инвестицията** – какъв е маржа на печалбата? Какъв е минималният изискуем оборот? Колко е необходимият капитал за стартиране на бизнес и какъв е размера на разходите до пълното развитие на бизнеса? Имате ли достатъчно пари, за да издържате себе си и семейството, докато го правите, имайки предвид, че в реалността разходите за живот често далеч надхвърлят нашите прогнози. Ще ви донесе ли този бизнес, който искате да започнете, желания жизнен стандарт? Поради това че не можете да се издържате от това единствено, ще трябва да търсят други начини за допълване на доходите си и по този начин ще изгубите фокус.

10) **Франчайзополучателите** - как се справя тяхният бизнес и какви проблеми изпитват? Обърнете внимание на взаимоотношенията им с франчайзополучателите. Получават ли достатъчно обучения и подкрепа от него?



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
Европейски фонд
за регионално развитие
Инвестираме във вашето бъдеще



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
„Развитие на конкурентоспособността
на българската икономика“ 2007-2013
www.opcompetitiveness.bg

11) **Договорът** - преди да подпише нещо, не пропускат да получат правен съвет. Уверете се, че сте наясно за продължителността на договора, какви са условията за подновяването му и какви са последиците при предсрочно прекратяване на договора.

12) **Портфейл от марки** - често франчайзодателите предлагат портфейл от различни марки. Това означава, че можете да придобиете франчайзи за няколко марки едновременно, които можете да предложите под един покрив. Попитайте дали другите марки в портфейла са финансово стабилни. Ако това не е случаят, те ще натоварят бюджета на франчайзодателя, отклоняйки финансови или управленски ресурсите от него нея и в крайна сметка ще създават проблеми за вашата марка. Разберете дали марките не са в пряка конкуренция. Ако франчайзодателят управлява две вериги за бързо хранене и започва да губи клиенти и пари на другата марка, вашият бизнес може да претърпи щети. Франчайзодателят може да остане равнодушен към този канибализъм или може да пренебрегва по-малко успешния проект.

11. Какво е мастър франчайзинг?

- Мастър франчайзинг е форма на франчайзинг. По силата на този договор „мастър-франчайзополучателят“, т.н. мастър, придобива лиценз за изграждането (и по-нататъшното стопанисване) на определена франчайз система в дадена държава или регион. Франчайзодателите на мастър лицензи са обикновено чуждестранни фирми. Използвайки мастър франчайзинга като форма за навлизане на нови пазари много международни системи преодоляват по този начин правните, езиковите и културните бариери в дадена държава и успешно стратират бизнеса си в непознатата за тях среда.

- След като франчайз концепцията бъде нагодена на условията в определената държава и поне един пилотен проект премине интензивна тест фаза, мастърът поема ролята на франчайзодател в своята лицензна област. Това важи най-вече за търсенето, обучението и подпомагането на франчайзополучатели. Предвидените в договора франчайз такси се разпределят между франчайзодателя и мастъра така, че мастърът да получава по-голяма част от тях като компенсация за положения от него труд.

Този документ е създаден с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Развитие на конкурентоспособността на българската икономика“ 2007-2013 г., съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие. Цялата отговорност за съдържанието на документа се носи от Гражданско дружество „Бизнес инкубатор – Бургас“ и при никакви обстоятелства не може да се приема, че този документ отразява официалното становище на Европейския съюз и Договарящия орган.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
Европейски фонд
за регионално развитие
Инвестираме във вашето бъдеще



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
„Развитие на конкурентоспособността
на българската икономика“ 2007-2013
www.opcompetitiveness.bg

- Мастърът е от една страна франчайзодател - от гледна точка на взаимоотношенията си с националните (регионалните) си франчайзополучатели, а от друга страна е в ролята на франчайзополучател при взаимоотношенията си с франчайз централата.
- Независимо дали едно лице или инвестиционна група желае да придобие мастър лиценз, е необходим достатъчен собствен капитал, тъй като таксите за придобиване на мастър лиценз често са от порядъка на шест- или седем-цифрена сума.
- Мастърът трябва да познава добре пазара, да разполага с познания и опит в областта на мениджмънта, а с цел улесняване на комуникацията с франчайз централата е за препоръчване да владее езика на франчайзодателя.
- С помощта на франчайзодателя приспособяването на франчайз концепцията към местните условия изисква значително по-кратък период, отколкото създаването на напълно ново предприятие. По този начин франчайз идеята се мултиплицира много по-бързо, а също така и печалбата.

12. Франчайз-досие

След избиране на франчайзодател и преди сключване на франчайз-договор, франчайзодателят е длъжен да предостави **франчайз-досие**. Получателят на права трябва да има пълна картина с кого се събира, за да не се окаже, че си е купил въздух. То включва:

- Заверени баланси на франчайзодателя за три години назад
- Заявление за липса на заведени съдебни дела срещу франчайзодателя
- Брой и причина на отказалите се от франчайз системата
- Описание на пазарен опит и същност на дейността на франчайзодателя

13. Проверка на легитимност на франчайзодателя:

За да бъде франчайзодателят легитимен, той трябва да е член на съответната национална франчайзингова асоциация. Ако е член, той задължително е представил в



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
Европейски фонд
за регионално развитие
Инвестираме във вашето бъдеще



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
„Развитие на конкурентоспособността
на българската икономика“ 2007-2013
www.opcompetitiveness.bg

асоциацията типов договор и така проверката е направена още на входа от независими експерти в асоциацията. Това спестява много последващи проблеми при неизряден договор. Ако франчайзодателят не е член на франчайзингова асоциация, вероятността да предложи регламентирани правила е много голяма. За разлика от него, всички членове на дадена асоциация работят по регламентирани правила, които са едни и същи и в Америка, и в Европа. Ако е член на асоциацията, тогава проверката, дали клаузите съответстват на европейското и на българското законодателство се извършва задължително. Това е най-лесната защита за франчайзополучателя.

Използвани източници:

1. http://www.franchise-net.bg/franchise_franchising/-/K817.htm
2. <http://www.regal.bg/show.php?storyid=533472>
3. <http://www.inarticle.info/%D0%BA%D0%BE%D0%B9-%D0%B5-%D0%BD%D0%B0%D0%B9%D0%BF%D0%BE%D0%B4%D1%85%D0%BE%D0%B4%D1%8F%D1%89%D0%B8%D1%8F%D1%84%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%87%D0%B0%D0%B9%D0%B7%D0%B8%D0%BD%D0%B3-%D0%B7%D0%B0%D0%B2%D0%B0.html>
4. www.bg.wikipedia.org
5. <http://franchising.bg/>
6. <http://www.franchise-net.bg>
7. <http://franchising.links.bg/>