



Франшиза як інструмент масштабування бізнесу



**Еліна Кузик,
COO Franchise Group**

FRANCHISE GROUP

12 років лідерства у франчайзингу

12+

Років досвіду.

Працюємо в Україні, Європі, Узбекистані

6 000+

Проданих франшиз

614

Створених франшиз



**Створення
франшиз**



**Продаж
франшиз**



**Навчання
франчайзингу**



**Franchise
Camp**

Україна 2030

Найфранчайзабельніша країна Європи

Ціль Franchise Group



CREATED BY FRANCHISE GROUP

superhumans CLUB

Універсум
Клінік

НОВА
ПОШТА

L'VIV CHOCISSANTS
HOMemade chocolate

INVENTOR
BYE BYE
SUNSHINE

beauty prof

ROZETKA

SHERIFF
EST 2003

CHANTA.

BAR

CSD
КОСМІЧНА ЛАБОРАТОРІЯ

УБС

Regus

GUZEMA

АГРОМАТ

ARTISANAL HANDMADE CHOCOLATE
L'VIV HANDMADE CHOCOLATE

FIT
FOR
FACE

WINETIME
GASTRO & WINE
MARKET

DOLCE PHARM

akfa
KAFKA PRODUCTIONS

ЕКОЛАВКА

Франсуа
FRANCOIS

сім'я ресторанів
Діми Борисова

Сімейна
ПЕКАРНЯ

БО ХЛІВ

Nai
Ukrainian Cuisine
& Cultural Space

Salateira
by support

USUP
SOU
ゆう
やと

Cuto
НАЦІОНАЛНА
ПЕКАРНЯ

PIZZA DAY
— це не просто —

VS MARKET

LOU
LOU
Nantes

SVARGA

COFFEE
CAPITAL
— KAFKA —

L'VIV
BYE BYE
SUNSHINE

BIGMONEY
UNIVERSITY

YBC
Young
Business
Club

ТЕРМІНОЛОГІЯ

ФРАНЧАЙЗЕР

власник торгової марки, що передає свої знання і права на використання ТМ

ФРАНЧАЙЗИ

компанія (ФОП), яка набуває у тимчасове користування франшизу, ТМ

ВСТУПНИЙ ПЛАТІЖ

одноразовий платіж за купівлю франшизи, за право працювати у мережі під конкретною ТМ

РОЯЛТІ

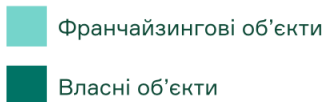
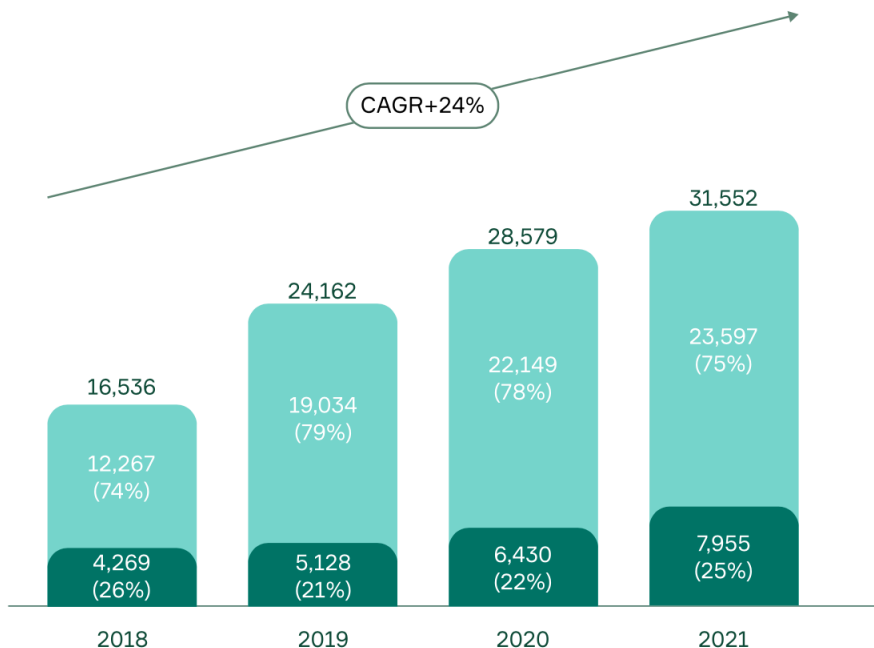
періодичний платіж за право працювати у мережі та використовувати ТМ

ФРАНШИЗА

право на роботу у мережі вашого бренду

МАРКЕТИНГОВИЙ ПЛАТІЖ

тільки для великих компаній, які проводять національні РК



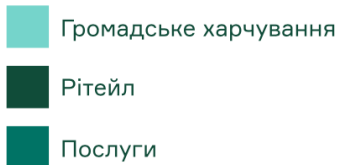
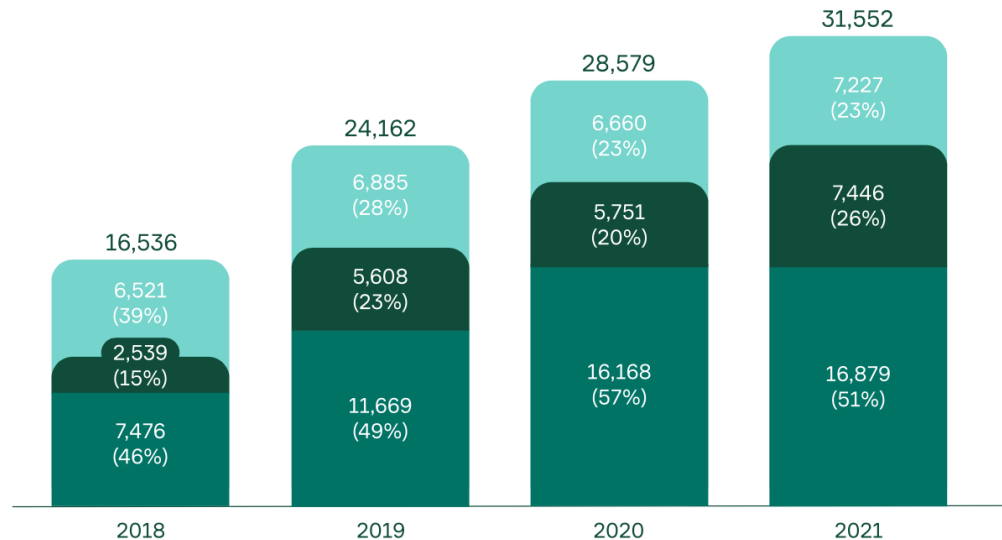
Кількість власних та франчайзингових об'єктів в франчайзингових компаніях, 2018-2021

Цей слайд нам показує зростаючу динаміку кількості франчайзингових об'єктів. Станом на початок 2022 року в Україні працювало 24 000 франчайзингових об'єктів.

А ще ми бачимо динаміку, для компаній, які впроваджують франчайзинг, ця бізнес-модель стає ключовим напрямком бізнесу. Тобто компанії, які мають декілька об'єктів і впроваджують франчайзинг, зосереджуються на продажу самої франшизи. Що дозволяє компаніям дуже швидко рости, залучати інвестиції та капіталізувати вартість бізнесу. З іншої сторони, ми бачимо, що приблизно 20 000 підприємців вибрали для себе шлях розвитку бізнесу, через купівлю франшизи, що говорить про довіру до українських компаній франчайзерів, трендовість та прибутковість українського бізнесу.



Кількість власних та франчайзингових об'єктів по галузях, 2018-2021



Цей слайд розкриває актуальність ніш для купівлі та створення франшиз. До 2014 року франшизи в Україні розвивались виключно у сфері FOOD.

Сьогодні перше місце займає сфера послуг, потім рітейл, потім громадське харчування.

Це зв'язано зі світовою споживчою тенденцією і економікою вражень. Відповідно розвиваються і створюються ті бізнеси, які користуються популярністю у населення.

Також прогнозовано зріс рітейл через активну побудову власних виробництв, цю тенденцію зумовив COVID-19, а також бажання багатьох компаній виходити на міжнародні ринки з власним збутом.



**Що дасть вам
франчайзинг?**

Якщо ви Франчайзер

- ✓ **Доля ринку** з мінімальними витратами при цьому впливаючи на ринок і формуючи на ньому нові правила/продукти
- ✓ **Додатковий дохід** за рахунок періодичних платежів
- ✓ **Бренд.** Зміцнення та просування торговельної марки
- ✓ **Відсутність операційного управління**
- ✓ **Дослідження ринку** на основі досвіду франчайзі
- ✓ **Зниження фінансових ризиків**
(власний капітал майже не бере участі в розширенні)
- ✓ **Розвиток супутніх бізнесів**

ОЦІНКА ГОТОВНОСТІ КОМПАНІЇ ДО РОЗВИТКУ ПО ФРАНШИЗІ

1. Оцінка успішності ідеї (аналіз з діючими компаніями)
2. Визначення/аналіз формату франчайзингової точки
3. Стандартизація процесів
4. Захист бізнесу (ноу-хау, патенти, ТМ)
5. Визначення точок прив'язки франчайзі до мережі
6. Формування команди підтримки (пускова команда)

СТВОРЕННЯ ФРАНШИЗИ



Пакет стандартів

Інструкція з ведення бізнесу. Набір секретів, порад і стандартів



Презентація Франшизи та лендинг

Презентація проекту для потенційних франчайзі



Маркетингова стратегія франшизи

Визначення позиціювання франшизи та інструментів просування



Юридичний пакет

Пакет договорів для захисту всіх учасників співробітництва



Фінансова модель

Аналіз інвестиційної привабливості проекту

НА ЧОМУ ЗАРОБЛЯЄМО?



Вступний внесок

Ціна франшизи.
Ніколи не повертається

Роялті

Періодичний платіж.
Може бути фіксований
чи % від обороту



Маркетинговий платіж

за рекламні кампанії
національного значення або
ведення маркетингу



Якщо ви Франчайзі

- ✓ **Перевірена бізнес-модель часом**, що зменшує ризики невдачі
- ✓ **Бренд материнської компанії**, який викликає довіру клієнтів
- ✓ **Навчання персоналу** включаючи як первинне так і регулярне
- ✓ **Постійна підтримка персональним менеджером**
- ✓ **Маркетингова підтримка**, що включає маркетингову стратегію, рекламні матеріали та глобальні кампанії
- ✓ **Закупівельні переваги.** Франчайзі отримує вигідні умови товарів/послуг

Які питання варто задавати Франчайзеру на 1-й зустрічі

— Скільки коштує вступний внесок?
Що туди входить?

— Чи є періодичні платежі: роялті, рекламний платіж? Що туди входить?

— Які інвестиції на запуск об'єкту?
Який термін окупності?

— Чи є фінансова модель, де можна змоделювати різні варіанти розвитку подій?

— Який пакет документів з вами підписують?

— Якими договорами оформлюється передача франшизи/концепції? На скільки років підписується франшиза, що далі?

— Які вимоги/очікування до франчайзі?

— Скільки часу займає період відкриття/запуску бізнесу?

— Чи буде персональний менеджер, який буде курувати процес запуску: склад пускової команди?

— Як буде відбуватися контроль зі сторони Франчайзера?

Які питання варто задавати Франчайзеру на 1-й зустрічі

— Як і де навчається персонал, який ми підбираємо?

— Який період часу ще діє свідоцтво на вашу ТМ?

— Чи обов'язково перед купівлею франшизи, ми маємо зробити маркетинговий аналіз ринку?

— Якщо купуємо майстер-франшизу, який план/графік відкриття/запуску точок, в якій кількості та періодах?

— Яка кількість своїх точок у вас є на сьогодні?

— Яка кількість франчайзингових точок у вас є на сьогодні?

— У які країни/регіони Ви плануєте виходити?

— Який план розвитку бренду на найближчих 2 роки?

— Скільки закрилося франчайзингових об'єктів, з яких причин?

— Чи даєте ви ексклюзив на місто?



**ALL THE BIG ONES
WERE SMALL ONCE**



UNIVERSUM.CLINIC



Денис та
Наталія
Богомоллови

Грудень
2022

30.12.23 – перша зустріч
консультація

Січень
2023

Старт створення франшизи –
14 січня

Травень
2023

Проект перейшов у відділ
продажу FG на ексклюзивних
умовах

Грудень
2023

Ми продали 3 клініки: Прилуки,
Вінниця та Вишневе,
залучивши для клієнта
2 250 000 \$

З травня по грудень ми опрацювали 989 лідів; на 31.12.24 – 1582 ліди,
ще 7 угод в стадії затвердження та будівництва

БО ХЛІБ



Данило Триндюк
Наталія Назаренко

КЕЙСИ

Лютий
2020

Є виробництво і ідея великої
рітейлової мережі.
Стратегічна сесія 2 дні

Лютий
2021

Запуск 1-го власного об'єкту
Бо Хліб на вокзалі

Серпень
2021

Старт створення франшизи і
запуск 2-го об'єкту

Травень
2022

Проект перейшов у відділ
продажу FG на ексклюзивних
умовах,

Березень
2023

9 березня – 1 продаж франшизи у
Черкаси

Квітень
2025

22 об'єкти | 5 власних, 17
франчайзингових

**Ми з вами маємо НЕ
відбудувати, а побудувати
НОВУ Україну!**



Думайте масштабно! Дійте впевнено!

Ризик – це не ворог, а шанс!
Усі великі колись були
маленькими!

Еліна Кузик

+380 98 61 05 055

Instagram: [franchise.group](#)