

ЛЕКЦИЯ №3
ТЕМА:
ПОКУПКА-ПРОДАЖА
БИЗНЕСА

план

- 1. Предпосылки покупки-продажи.
- 2. Франчайзинг.
- 3. Франчайзинговый пакет документов.

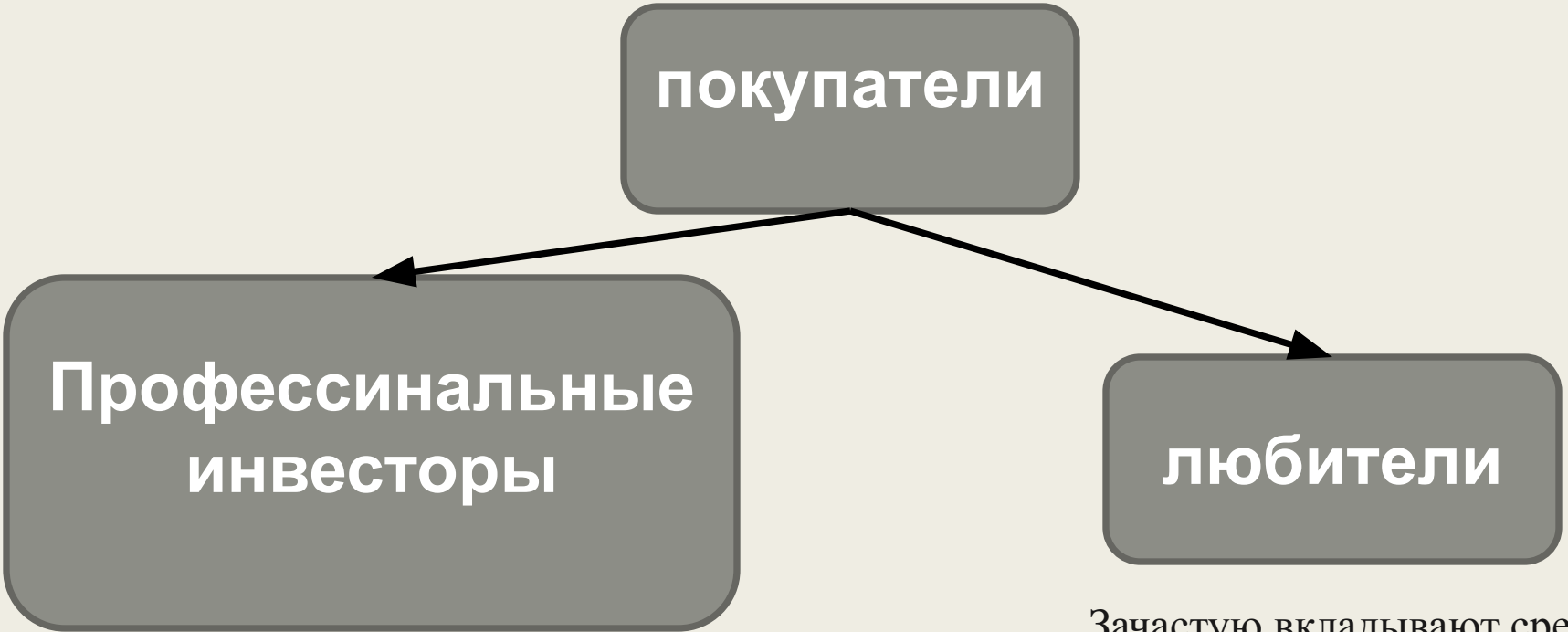
Вопрос 1.

- Не обязательно ресторанный бизнес начинать с нуля.
- - На рынке активного бизнеса достаточный выбор ресторанов и других типов предприятий ОП, которые при небольших вложениях могут обеспечить владельцу стабильный доход.
 - Существует рынок профессионалов-брокеров (фирм и частных лиц), которые помогают покупателям бизнеса эффективно провести сделку, оценить бизнес, разработать франчайзинговое предложение.

Причины продажи

- В последнее время основными причинами продажи компаний являются,
- во-первых, отсутствие ожидаемых прибылей и возросшая конкуренция,
- а во-вторых – продажа непрофильного бизнеса, когда не хватает времени и сил на несколько своих компаний и назревает необходимость сконцентрироваться на одной основной.

покупатели



```
graph TD; A[покупатели] --> B[Профессиональные инвесторы]; A --> C[любители]
```

**Профессиональные
инвесторы**

включает в себя успешных предпринимателей, расширяющих свой бизнес, а также топ-менеджеров крупных корпораций.

Они отдают предпочтение компаниям, работающим в отрасли, где инвесторы имеют значительный опыт.

любители

Зачастую вкладывают средства в покупку предприятий, управление которыми им кажется простым, поскольку, по их мнению, не требует особых знаний и усилий. Сегодня среди таких компаний лидируют предприятия, работающие в сфере услуг предприятия общепита.

Преимущества продажи через брокерские компании

- 1. Соблюдение секретности (во избежание недовольства среди поставщиков и сотрудников)
- 2. Проведение юридической предпродажной экспертизы (через сертифицированных оценщиков)
- 3. Подготовка инвестиционного меморандума (для потенциальных покупателей).
- 4. Организация переговоров и защита прав продавца и покупателя.
- 5. Организация сделки.
- 6. Разработка механизма вхождения в бизнес нового собственника.

Вопрос 2.

- **Франчайзинг** — это форма продолжительного делового сотрудничества нескольких фирм, при котором компания с известным на рынке именем (**франчайзер**) перепродает права на него вместе с технологией производства или продажи товара или услуги независимым от нее предприятиям (**франчайзи**).



- **Франчайзер** — это компания, которая выдает лицензию или передает в право пользования свой товарный знак, ноу-хау и операционные системы.
- **Франчайзи** — это человек или компания, которая покупает возможность обучения и помощь при создании бизнеса у франчайзера и выплачивает сервисную плату за использование товарного знака, ноу-хау и системы ведения работ франчайзера.



Ф. Котлер (профессор маркетинга Высшей школы менеджмента Келлог при северо-Западном университете США)

выделяет следующие признаки франчайзинга:

- франчайзер получает отчисления за использование своего товарного знака;
- франчайзи выплачивает начальный взнос за право стать частью системы;
- франчайзер предоставляет франчайзи систему ведения бизнеса.

История франчайзинга

- XIX в. - появление франчайзинга . Британская система "связанных домов"
- 1898 г. – первый подъем франчайзинга. Компания "General Motors" сначала применяла франчайзинговое дилерство.
- Вплоть до 1950-х годов большинство компаний, использовавших систему, рассматривали франчайзинг как эффективный метод распределения продукции и услуг.
- Бум франчайзинга 50-х годов относится ко второму поколению франшиз, известных как "бизнес-формат франшизы"



Виды франчайзинга

- **Товарный** - взаимоотношения сторон франчайзинга в сфере торговли, при которых франшизодатель передает, а владелец франшизы получает эксклюзивное право, ограниченное конкретной территорией, на реализацию под торговым знаком франшизодателя выпускаемой им продукции.
- При **производственном** франчайзинге, происходит передача технологии производства определенного вида продукции
- **Сервисный** франчайзинг. Данный вид франчайзинга касается непосредственно каких либо услуг, предусматривает передачу от франчайзера к франчайзи технологии продаж и обслуживания клиентов

- **Корпоративный франчайзинг** - современная форма организации франшизного бизнеса, при которой франшизополучатель оперирует не отдельным предприятием, а сетью франшизных предприятий с использованием наемных менеджеров.
- **Конверсионный франчайзинг** - способ расширения франшизной сети, при котором действующее самостоятельно предприятие переходит на работу по договору франчайзинга и присоединяется к системе франшизных предприятий, работающих под контролем одного франшизополучателя.



Преимущества

- Использование проверенной бизнес-системы.
- Возможность открыть собственное дело.
- Возможность выбора отрасли.
- Возможность снизить риски.
- Удачный выход на рынок обеспечен.
- Минимальные затраты на рекламу и маркетинг.
- Получение доступа к базе знаний франчайзера.
- Гарантированная система поставок.

Недостатки

- Франчайзи вынуждены следовать правилам и ограничениям, установленным франчайзером.
- Франчайзи часто обязаны закупать сырьё и продукцию у поставщиков, назначенных франчайзером.
- Для франчайзи могут быть установлены жёсткие ограничения на выход из бизнеса.
- Франчайзи редко могут оказать влияние на вопросы централизованного маркетинга и рекламы, но при этом могут быть вынуждены оплачивать централизованные маркетинговые и рекламные кампании.

Источниками доходов франчайзера становятся:

- вступительные взносы новых франчайзи,
- роялти (фиксированные платежи или платежи как процент от выручки или прибыли франчайзи),
- наценка на поставленные товары (материалы),
- скидки оптовых поставщиков,
- премия за подбор помещений и оборудования для франчайзи,
- сдача в аренду франчайзи зданий и оборудования,
- процент за кредит, предоставляемый участникам франчайзинговой системы,
- плата за управленческие, консультационные услуги,
- маркетинговые взносы франчайзи,
- собственные торговые точки (предприятия) франчайзера.

Иногда, в целях повышения привлекательности франчайзи, франчайзер сам организует торговую точку, убеждается в ее доходности и предлагает ее франчайзи.

Вопрос 3.

■ **Франчайзинговый пакет – это совокупность документов, которые по функционалу можно разделить на несколько категорий:**

- -договоры, описывающие юридическую сторону соглашения;
- -стандарты, которым обязуется соответствовать франчайзи;
- -руководство по франшизе – свод правил и рекомендаций;
- - документы, помогающие франчайзеру продавать свой продукт.

Договор

- размер паушального взноса,
- возможность рассрочки или предоплата;
- наличие, периодичность и способ оплаты роялти;
- обязательства франчайзера по обучению персонала и иной поддержке;
- территория, на которой действует соглашение;
- период, в течение которого можно рассчитывать на консультации;
- наличие и объем обязательных поставок товара от франчайзера;
- срок действия договора, условия расторжения и пролонгации.

ПАУШАЛЬНЫЙ ВЗНОС

Единовременный взнос за
присоединение к сети

+

РОЯЛТИ

Ежемесячное отчисление за
использование торговой марки
и операционной бизнес-модели

Стандарты

- Они могут включать следующие разделы с необходимой степенью детализации: правила использования фирменного стиля;
 - -условия, которым должно удовлетворять помещение;
 - -как должен работать персонал;
 - - уровень обслуживания клиентов.
-
- **Образцы фирменных бланков, оформление бейджей для сотрудников, упаковка товара – все должно быть сделано по единому образцу.**
 - **Как правило, стандарты входят в одно общее руководство по управлению франшизой.**

Руководство по франшизе-главный документ после договора

- Охватывает все аспекты деятельности предприятия:
- -график открытия предприятия (подробный план работ с указанием конкретных дат);
- -продвижение (как проводить рекламные кампании);
- -оборудование (на каком оборудовании работать, как его ремонтировать, где находятся сервисные центры);
- -персонал (график работы, количество штатных сотрудников, условия трудового договора, процедура найма и увольнения);
- -формы финансовой отчетности, которая должна быть доступна франчайзеру;
- -список партнеров – поставщиков, страховых компаний, подрядчиков, с которыми нужно заключать договоры;
- -телефонный справочник с контактами сотрудников компании франчайзера.

