



Олена Борисова

**ВСЕ ПРО
ФРАНЧАЙЗИНГ**



**PRIVATBANK
Business Platform**

Франчайзинг: МОЖЛИВОСТІ, ВИКЛИКИ, ПЕРСПЕКТИВИ



Олена Борисова

Co-Founder & CEO "GastroFamily"

GASTROFAMILY

- 15 концепцій
- 69 ресторанів

Сервіс доставки
GastroFamily Delivery

Розвиток
франчайзингу

Соціальні та освітні
проєкти





Що таке франчайзинг?

ФРАНЧАЙЗИНГ - ЦЕ ПАРТНЕРСТВО МІЖ ФРАНЧАЙЗЕРОМ ТА ФРАНЧАЙЗІ

ФРАНЧАЙЗЕР

продає франшизу



ФРАНЧАЙЗІ

купляє франшизу

ФРАНЧАЙЗЕР

- володіє впізнаваним брендом
- створив цікаву концепцію
- має ноу-хау
- має перевірену бізнес-модель
- іноді: має власні виробничі потужності





**Навіщо франчайзеру
продавати франшизу і права на
користування власним брендом?**

НАВІЩО ФРАНЧАЙЗИНГ ФРАНЧАЙЗЕРУ?

- *Можливість масштабуватися без значного залучення власних інвестицій*
- *Посилення брендів та збільшення частки на ринку*
- *Формування власної спільноти підприємців*
- *Франчайзинг - це партнерство та наставництво "два в одному"*
- *Додаткове джерело прибутку: **паушальний внесок** + **роялті***

СЛОВНИК:

- **Паушальний внесок:** одноразова плата за право відкрити власний бізнес під чужою торговою маркою.
- **Роялті:** регулярна плата за право вести бізнес під чужою торговою маркою, а також за підтримку від франчайзера.

**ПРИКЛАД GASTROFAMILY:
МАСШТАБУВАННЯ ЗА ФРАНЧАЙЗИНГОВОЮ
МОДЕЛЛЮ**

2018 рік: 16 закладів

2024 рік: 69 закладів



**Хто і навіщо
купляє франшизу?**

НАВІЩО ФРАНЧАЙЗИНГ ФРАНЧАЙЗІ?

- Легкий "старт" у бізнесі
- Готовий впізнаваний бренд
- Мінімізація ризиків
- Перевірена ринком бізнес-модель
- Зручна екосистема, навчання та підтримка на кожному етапі створення та роботи закладу
- Все одно залишається простір для творчості та ініціативи

ЦЕЙ ФОРМАТ ДЛЯ ВАС, ЯКЩО ВИ:



*Мрієте про свій бізнес,
але не маєте досвіду
в цій ніші*



*Маєте власний бізнес,
але хочете отримати +1
відомий бренд в свій
портфель*



*Хочете знизити ризики
на старті*

КЕЙС ФРАНЧАЙЗИ:



АНТОН **2019 рік**

*Придбав франшизу
“Білий Налив” в 19 років
(з інвестиціями допомогли батьки)
Залучався в усі процеси щодня.
Заклад працює вже 5 років.*

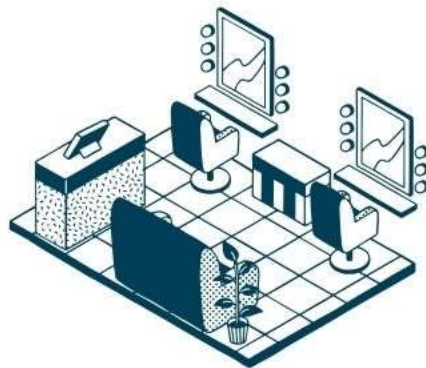
2023 рік

*Із зароблених на “Білому Наливі”
грошей відкрив “БПШ”, а також
почав експериментувати з власними
брендами.*

ФРАНЧАЙЗИНГ - ЦЕ ПОПУЛЯРНА МОДЕЛЬ МАСШТАБУВАННЯ БІЗНЕСУ ДЛЯ ДУЖЕ РІЗНИХ ІНДУСТРІЙ



Готелі



Салони краси



Клінінг



Медичні послуги



Дитячі садочки



Майстерні

АЛЕ НАЙБІЛЬШІ ФРАНЧАЙЗИНГОВІ МЕРЕЖІ У СВІТІ - ЦЕ САМЕ РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС



McDonald's

Засновано: **1955**

Кількість закладів:
40 000+



SUBWAY

Засновано: **1974**

Кількість закладів:
40 000+



Dominod's

Засновано: **1960**

Кількість закладів:
10 000+



KFC

Засновано: **1953**

Кількість закладів:
24 000+



**Найважливіше,
що потрібно розуміти
про франшизу та
франчайзинг**

КУПЛЯЮЧИ ФРАНШИЗУ, ВИ КУПЛЯЄТЕ ВЛАСНИЙ БІЗНЕС

А відтак:

- *Маєте стати підприємцем і зануритися в усі процеси 24/7*
- *Будете нести підприємницькі ризики, хоча й менші порівняно з відкриттям закладу під власним брендом*
- *Будете керувати власною командою*
- *Отримаєте нові можливості для зростання*

ФРАНЧАЙЗИНГ - ЦЕ WIN-WIN ПАРТНЕРСТВО

Ви обираєте франшизу, але так само франчайзери обирають партнерів, що стануть частиною їхньої екосистеми.

НАЙБІЛЬШІ РИЗИКИ У ФРАНЧАЙЗИНГУ

ДЛЯ ФРАНЧАЙЗЕРА

*репутаційні втрати, які
позначаються на всьому бренді,
якщо франчайзі не буде
слідувати стандартам*

ДЛЯ ФРАНЧАЙЗІ

*втрата інвестицій, якщо
проект не вийде на
заплановану прибутковість
та окупність*



**ТОЖ ЯК
ОБРАТИ
ФРАНШИЗУ?**

КРОК 1

- **Оберіть нішу (сферу), в якій ви б хотіли розпочати власний бізнес.**

Зверніться до власних мрій. Подумайте про те, які у вас є унікальні навички. Власний бізнес - це робота 24 на 7, тож це має бути справа, яка вам до душі.

КРОК 2

- **Проведіть ревізію власних ресурсів, щоб зрозуміти, що у вас є, а чого не вистачає.**

Йдеться не тільки про гроші, необхідні для старту. Йдеться про навички, соціальний капітал тощо. Після цього ви зможете скласти план дій: пошук інвестицій, позики або грантових програм; власне навчання та підвищення кваліфікації тощо.

КРОК 3

- **Складіть перелік всіх доступних франшиз, які працюють в обраній вами ніші**

Складіть порівняльну таблицю та зверніть увагу на такі критерії: сила та впізнаваність бренду, представленість бренду у вашому місті, паушальний внесок, роялті, що саме входить у франчайзинговий пакет, а також орієнтовні інвестиції, необхідні для старту.

КРОК 4

- **Оберіть TOP3 пропозиції, заплануйте візити у заклади або тестування послуг, а також проведіть аналіз ринку**

Франчайзери можуть допомогти з аналізом ринку та дати рекомендації щодо концепції та локації, однак першочергово це відповідальність франчайзі. Ніхто не знає ваше місто, ваш район, очікування локальної аудиторії так добре, як ви.

КРОК 5

- **Оберіть одну франшизу, яка підходить найбільше, та почніть шукати відповідну локацію**

Локація - не єдиний, але дуже важливий фактор для розвитку бізнесу. У нас були випадки, коли зміна приміщення в межах 100-200 метрів кардинально змінювала кількість чеків та фінансові результати. Однак ідеальний варіант - відразу стартувати у правильному місці, щоб уникнути додаткових витрат на ремонт та переїзд.



**ЯК ОЦІНИТИ,
ЧИ “ЗАЛЕТИТЬ” ОБРАНА
ФРАНШИЗА У ВАШОМУ
МІСТІ ЧИ РАЙОНІ**

**Погана новина полягає в тому,
що ніхто не може дати 100% гарантії успіху.**

Бізнес - це завжди ризик.

**Ви не можете передбачити все: війну, пандемію,
кадрову кризу чи ще щось.**

**Хороша новина полягає в тому, що ризики можна
мінімізувати. І дуже багатьом людям вдається
розвивати власний бізнес навіть в умовах війни.**



ЯК СТВОРИТИ ЗАКЛАД, В ЯКИЙ БУДУТЬ СТОЯТИ ЧЕРГИ?

5P

маркетинг
мікс

Product

Price

Place

People

Promotion



БІЛИЙ НАЛИВ

- **ПРОДУКТ:**

Сидр. Наливки. Устриці. Хот-доги.

- **ЦІНА:**

1-3 євро

- **ЛОКАЦІЯ:**

Місця з великим пішохідним трафіком.

Парки, біля університетів.

Дуже багато неону, діжки-столи, nonstop вечірка

- **ЛЮДИ:**

Команда: наші за цінностями, можна без досвіду.

Гості: вся молодь міста.

- **ПРОСУВАННЯ:**

Бренд говорить сам за себе. Черги живуть своїм життям.

Підтримуємо увагу сезонними новинками та акціями.

Дуже багато
неону



Шоу налив
з бочок



Черга
must have



ВІДКРИВАЄМО ГАРЯЧИЙ СЕЗОН!

ГЛІНТВЕЙН

0,33Л - 79ГРН

Сезонні
напої



Авоськи



Акції та
свята





- **ПРОДУКТ:**

Біляш. Пончик. Шаурма.

- **ЦІНА:**

1-5 євро

- **ЛОКАЦІЯ:**

Місця з великим пішохідним трафіком, а також локації біля офісних центрів.

Яскраві неонові-рожеві заклади, які дуже відрізняються від інших.

- **ЛЮДИ:**

Команда: наші за цінностями, можна без досвіду.

Гості: школярі, молодь, офісні співробітники, перехожі.

- **ПРОСУВАННЯ:**

“Сарафанне радіо”, бо гості отримують вау-враження від співвідношення ціна-якість.

Сезонні смаки, комбо-набори, пончики в подарунок, яскравий SMM.

Арт-об'єкти
та декор



Неонові
деталі



Авторська
шаурма



Неон та
фотозони



Стильна
комунікація



Яскраві
пончик-бокси



- **ПРОДУКТ:**

Устриці. Мідії. Всі морепродукти та риба.

- **ЦІНА:**

5-10 євро

- **ЛОКАЦІЯ:**

Центральні пішохідні вулиці та площі. Найбільші міста за кількістю населення.

- **ЛЮДИ:**

Команда: наші за цінностями, можна з мінімальним досвідом.

Гості: компанії, закохані пари, гурмани та фудіз, люди, які хочуть свята “не за всі гроші”.

- **ПРОСУВАННЯ:**

Гастрономічні фестивалі, нові екзотичні морепродукти, вечери з живою музикою, плато морепродуктів на компанію.

Казанки
мідій



Яскравий
дизайн



Плато для
компанії



Льодові
вітрини



Доступні
устриці



Акваріум для
устриць





- **ПРОДУКТ:**

Роли. Боули. Суші.

- **ЦІНА:**

5-15 євро

- **ЛОКАЦІЯ:**

Спальні райони та бізнес-центри, ТРЦ
Підходять навіть маленькі локації

- **ЛЮДИ:**

Команда: наші за цінностями, можна з
мінімальним досвідом.

Гості: замовлення на доставку,

- **ПРОСУВАННЯ:**

Авторські роли, різноманітні сети, акції на
доставку.

Класичні
роли



Корисні
боули



Сети
ролів



Свіжі
якісні продукти



Формат для
доставки



Авторські
рішення





Приклад реальної бізнес-моделі

Кількість гостей: X; Середній чек: Y

Виторг: $X*Y=100\%$

F&B cost: 27%

(закупівля продуктів для бару та кухні, а також харчування працівників)

Команда: 12%

(зарплата працівникам)

Оренда, комунальні та інші видатки: 15%

(оренда, комунальні, ремонти, транспорт, зв'язок, благодійність)

Операційні видатки: 4%

(столове приладдя, розваги гостей, текстиль, форма, музика, декор)

Послуги банку та фінансові витрати: 3%

Маркетинг: 3%

Податки: 10%

Резервний фонд: 1%

Виплати для керівної компанії: 4%

(керівна компанія)

Рентабельність: 21%

KPI, премії: 1%

Чиста рентабельність: 20%

Кейси, від яких “мурашить”



Один наш франчайзі втратив свій заклад під час атаки на Київ. За нашої підтримки протягом двох останніх років він відкрив 5 нових ресторанів.

Кейси, від яких “мурашить”



Наші TOP-менеджери та бренд-лідери самі стають підприємцями та власниками успішних закладів.

Кейси, від яких “мурашать”



Наш досвід з "Білими Наливами" за кордоном - це історія про виклики, системність, підтримку та щиру любов до бренду. Вроцлав, Гданськ, Варшава... Попереду декілька європейських столиць.

Франчайзинг як система



<https://franch.gf-restaurant.com>



Щиро дякую за увагу!
@lena_borysova