



Пособие для начинающих  
предпринимателей

# ФРАНЧАЙЗИНГ

КАК ФОРМА

НАЧАЛА БИЗНЕСА





# **Франчайзинг как форма начала бизнеса**

Пособие для начинающих предпринимателей

© 2021, Все права защищены. International copyright. Данное пособие разработано Санкт-Петербургским Фондом развития бизнеса по заказу Санкт-Петербургского государственного автономного учреждения «Центр занятости населения Санкт-Петербурга». Любое использование данных материалов в коммерческих целях возможно только с разрешения заказчика.

# Содержание

<b>ВВЕДЕНИЕ .....</b>	<b>5</b>
<b>1. Что такое франчайзинг, кто такие франчайзер и франчайзи.....</b>	<b>9</b>
1.1. Общие положения .....	9
1.2. Франчайзинг .....	14
1.3. Виды франчайзинга .....	15
1.4. Франшиза .....	19
1.5. Франчайзер.....	19
1.6. Франчайзи .....	22
1.7. Как работает франчайзинг .....	23
<b>2. Какие возможности дает франчайзинг, в чем его преимущества .....</b>	<b>26</b>
2.1. Преимущества и недостатки точки зрения франчайзера .....	26
2.2. Преимущества и недостатки точки зрения франчайзи .....	28
2.3. Преимущества и недостатки в условиях начала бизнеса.....	30
2.4. Сравнение франчайзи с дилером и торговым представителем.....	31
2.5. Тест для будущего франчайзи .....	33
2.6. Главные качества франчайзи .....	37
<b>3. Из каких этапов состоит работа по открытию бизнеса на условиях франшизы .....</b>	<b>42</b>
3.1. Принятие решения о сфере деятельности .....	43
3.2. Оценка собственных возможностей.....	44
3.3. Сбор информации для принятия решения.....	46
3.4. Оценка франчайзинговых предложений.....	50
3.5. Составление бизнес-плана.....	55
3.6. Проведение переговоров с франчайзером.....	61
<b>4. Как заключить франчайзинговое соглашение .....</b>	<b>63</b>
4.1. Правовые основы франчайзинга .....	63
4.2. Форма договора франчайзинга.....	66
4.3. Заключение договора франчайзинга .....	66
4.4. Виды договоров франчайзинга .....	68
4.5. Как заключить договор франчайзинга .....	70
4.6. Права и обязанности сторон договора .....	71
<b>5. Как оценить затраты франчайзи .....</b>	<b>75</b>
5.1. Платежи франчайзи в адрес франчайзера.....	75
5.2. Единовременные затраты франчайзи .....	76
5.3. Текущие затраты франчайзи.....	78
5.4. Налоги франчайзи .....	81
<b>6. Как получить кредит под франчайзинговый проект.....</b>	<b>99</b>

6.1. Налоги франчайзи .....	99
6.2. Использование банковского кредитования.....	180
6.3. На что обращают внимание банки при одобрении кредита ..	181
6.4. Примеры кредитных программ для франчайзинга.....	186
<b>7. Каковы перспективы франчайзинга в России и Санкт-Петербурге</b>	<b>187</b>
7.1. Из мировой истории развития франчайзинга.....	187
7.2. Франчайзинг в России в сравнении с другими странами .....	190
7.3. Какие франшизы предлагаются в России.....	191
7.4. Развитие франчайзинга в Санкт-Петербурге .....	194
<b>ПРИЛОЖЕНИЯ .....</b>	<b>196</b>
Приложение 1. Шаблон бизнес-плана для проекта приобретения франшизы .....	197
Приложение 2. Пошаговая инструкция по принятию решения о покупке франшизы .....	217
Приложение 3. Рекомендации по проведению переговоров с франчайзером .....	221
Приложение 4. Полезные Интернет-ссылки.....	224
Приложение 5. Термины деловой лексики в сфере франчайзинга.....	225
Приложение 6. Контактные данные районных агентств занятости населения Санкт-Петербурга .....	237

## **ВВЕДЕНИЕ**

Уважаемые начинающие предприниматели!

Предлагаемое пособие призвано дать ответы на вопросы тех, кто рассматривает франчайзинг как возможный способ начала своего дела.

Франчайзинг во многих странах стал распространенным методом открытия бизнеса. Почему именно франчайзинг? И что это такое?

Франчайзингом называют покупку предпринимателем (его в этом случае называют «франчайзи»), права на работу позаимствованной технологии или под уже известным брендом (такое право именуется «франшизой»).

Франчайзинг позволяет вести деятельность под уже существующей торговой маркой и тем самым выйти на рынок с минимальными затратами. Вдобавок, довольно часто компания, продающая франшизу (её называют «франчайзер»), не только даёт возможность пользоваться её брендом, тем самым способствуя вашему продвижению на рынке, но и обучает сотрудников нового предприятия, делится стандартами качества и управления, помогает с оформлением документов, получением кредита, консультирует по многим техническим и организационным вопросам.

Для начинающего предпринимателя-франчайзи, в отличие от обычного бизнеса «с нуля», эта система хороша более низким риском. Ему достаётся отлаженная бизнес-модель, ранее показавшая свою эффективность. К тому же предприниматель существенно экономит на рекламе и маркетинге, которые остаются заботой франчайзера.

За такие удобства, разумеется, приходится платить.

Самым распространённым вариантом компенсации за услуги франчайзера является схема расчётов, когда франчайзи платит первоначальный взнос (так называемый «паушальный взнос»), а затем регулярно отдаёт часть дохода (эта часть называется «роялти»).

Тем не менее, есть немало предостерегающих моментов. Один из них состоит в том, что франчайзи, пренебрегающий условиями договора (не выполняющий обязательства перед франчайзером или нарушающий стандарты обслуживания), может лишиться франшизы досрочно, вдобавок заплатив существенные штрафы и неустойки.

В любом случае, еще до принятия решения следует внимательно изучить договор на передачу франшизы (франчайзинговое соглашение), в котором эти и другие важные вопросы обстоятельно изложены.

Итак, прежде чем принимать решение о том, что франчайзинг - именно то, что Вы искали, нужно внимательно взвесить все «за» и «против», вникнуть во многие детали, просчитать и последовательно сделать те или иные практические шаги.

Надеемся, в этом деле определённую помощь вам окажет наше Пособие. Пособие состоит из 7 разделов, отвечающих на такие вопросы:

- Что такое франчайзинг, кто такие франчайзер и франчайзи?
- Какие возможности даёт франчайзинг, в чём его преимущества и недостатки?
- Из каких этапов состоит работа по открытию бизнеса на условиях франчайзинга?
- Как заключить франчайзинговое соглашение?
- Как оценить затраты франчайзи?

- Как получить кредит под франчайзинговый проект?
- Каковы перспективы франчайзинга в России и Санкт-Петербурге?

В состав приложений к Пособию включён ряд дополнительных материалов, не вошедших в основной текст. Они также будут полезны тем, кто в качестве формы начала своего бизнеса выбирает франчайзинг.

О каких приложениях идёт речь:

1. Шаблон бизнес-плана для проекта приобретения франшизы.
2. Пошаговая инструкция по принятию решения о покупке франшизы.
3. Рекомендации по проведению переговоров с франчайзером.
4. Полезные Интернет-ссылки.
5. Термины деловой лексики в сфере франчайзинга.
6. Контактные данные районных агентств занятости населения.

Завершим тем, с чего начали. Видимо, неслучайно во всем мире сегодня франчайзинг признаётся самым перспективным способом начала своего бизнеса: согласно западной статистике, если из 100 возникающих предприятий в итоге выживает не более 20, то в сфере франчайзинга пропорция противоположная: из 100 фирм продолжают работать 90.

Во франчайзинге заинтересованы оба участника. И оба имеют свои сомнения и риски. Но плюсы всё же пересиливают минусы. В итоге, рост франчайзинговых сетей набирает обороты и, по экспертным оценкам, в XXI веке франчайзинг станет самой распространённой формой малого бизнеса.

Время покажет, будет так или нет в России и нашем городе. А пока попробуем более обстоятельно разобраться, что же такое франчайзинг и как с его помощью начать своё дело в отечественных условиях.

# 1. ЧТО ТАКОЕ ФРАНЧАЙЗИНГ, КТО ТАКИЕ ФРАНЧАЙЗЕР И ФРАНЧАЙЗИ

*Лучше я буду получать 1 % денег в результате усилий 100 человек, чем 100 % в результате своих собственных усилий.*

Жан Пол Гетти, промышленник

*Нельзя купить счастье за деньги, но можно арендовать.*

Американское изречение

## 1.1. Общие положения

**Франчайзинг** - система передачи лицензий (франшизы) на технологию или товарный знак. Фирма (франчайзер), имея высокий имидж, продаёт другой фирме (франчайзи), право на деятельность по своей технологии или под своим товарным знаком. Первая форма франчайзинга называется деловым франчайзингом, вторая - товарным франчайзингом. **Франчайзер** - тот, кто продаёт франшизу, а **франчайзи** - тот, кто её покупает.

**Франшиза** - определённые права на использование торговой марки и бизнес-модели франчайзера, то есть объект нематериальных активов, на определенных условиях передаваемый от франчайзера к франчайзи.

Отметим, что сегодня в нашей стране в равном значении используются оба термина - коммерческая концессия и франчайзинг, но франчайзинг все-таки чаще.

Таким образом, для исключения путаницы и изложения материала Пособия на языке, наиболее часто применяемом в современной предпринимательской практике, под франчайзингом мы понимаем коммерческую концессию, под франчайзером – правообладателя, под франчайзи –

пользователя.

Итак, По договору коммерческой концессии одна сторона (правообладатель) обязуется предоставить другой стороне (пользователю) за вознаграждение на срок или без указания срока право использовать в предпринимательской деятельности пользователя комплекс принадлежащих правообладателю исключительных прав, включающий право на товарный знак, знак обслуживания, а также права на другие предусмотренные договором объекты исключительных прав, в частности на коммерческое обозначение, секрет производства (ноу-хау) (п. 1 ст. 1027 ГК РФ).

Договор коммерческой концессии предусматривает использование комплекса исключительных прав, деловой репутации и коммерческого опыта правообладателя в определенном объеме (в частности, с установлением минимального и (или) максимального объема использования), с указанием или без указания территории использования применительно к определенной сфере предпринимательской деятельности (продаже товаров, полученных от правообладателя или произведенных пользователем, осуществлению иной торговой деятельности, выполнению работ, оказанию услуг) (п. 2 ст. 1027 ГК РФ).

Исключительные права являются имущественными правами (ст. 1226 ГК РФ).

Договором коммерческой концессии может быть предусмотрено право пользователя разрешать другим лицам использование предоставленного ему комплекса исключительных прав или части этого комплекса на условиях субконцессии, согласованных им с правообладателем либо определенных в договоре коммерческой концессии (п. 1 ст. 1029 ГК РФ).

## Особенности договора

1. Сторонами по договору коммерческой концессии могут быть только коммерческие организации и граждане, зарегистрированные в качестве индивидуальных предпринимателей (п. 3 ст. 1027 ГК РФ).

2. Договор коммерческой концессии должен быть заключен в письменной форме. Несоблюдение письменной формы договора влечет его недействительность. Такой договор считается ничтожным (п. 1 ст. 1028 ГК РФ).

Государственной регистрации в федеральном органе исполнительной власти по интеллектуальной собственности подлежит предоставление права использования в предпринимательской деятельности пользователя комплекса принадлежащих правообладателю исключительных прав по договору концессии. При несоблюдении требования о государственной регистрации предоставление права использования считается несостоявшимся (п. 2 ст. 1028 ГК РФ).

Если договор коммерческой концессии является недействительным, недействительны и заключенные на основании его договоры коммерческой субконцессии (п. 2 ст. 1029 ГК РФ).

Государственную регистрацию предоставления права использования комплекса исключительных прав по договору коммерческой концессии обеспечивает правообладатель, если иное не предусмотрено договором (абз. 2 п. 2 ст. 1031 ГК РФ).

С 1 апреля 2016 г. размеры пошлины за рассмотрение заявления о государственной регистрации предоставления права использования товарного знака, знака обслуживания, изобретения, полезной модели, промышленного образца по договору коммерческой концессии (субконцессии) и

принятие решения по результатам его рассмотрения предусмотрены Постановлением Правительства РФ от 10.12.2008 N 941.

До указанной даты существовала неопределенность, поскольку в прежней редакции названного Постановления были установлены размеры патентной пошлины за регистрацию договора коммерческой концессии (субконцессии), а не за регистрацию предоставления права использования комплекса исключительных прав по таким договорам.

3. Договор коммерческой концессии является возмездным. При этом в договоре должна быть определена форма выплаты вознаграждения, например: разовые (паушальные) или периодические (роялти) платежи, отчисления от выручки, наценка на оптовую цену товаров, передаваемых правообладателем для перепродажи. Стороны могут согласовать и иную форму выплаты вознаграждения (ст. 1030 ГК РФ).

4. В договоре коммерческой концессии может быть предусмотрено право пользователя разрешать другим лицам использовать предоставленный ему комплекс исключительных прав или части этого комплекса на условиях субконцессии. Срок договора коммерческой субконцессии не может превышать срока договора коммерческой концессии (п. 1 ст. 1029 ГК РФ).

5. При досрочном прекращении договора коммерческой концессии либо при его расторжении права и обязанности вторичного правообладателя по договору коммерческой субконцессии (пользователя по договору коммерческой концессии) переходят к правообладателю, если он не откажется от принятия на себя прав и обязанностей по этому договору (п. 3 ст. 1029 ГК РФ).

6. Если в период действия договора коммерческой концессии истек срок действия исключительного права, пользование которым предоставлено по этому договору, либо такое право прекратилось по иному основанию, договор коммерческой концессии продолжает действовать, за исключением положений, относящихся к прекратившемуся праву. При этом, если иное не предусмотрено договором, пользователь вправе потребовать соразмерного уменьшения причитающегося правообладателю вознаграждения.

При прекращении исключительного права на товарный знак, знак обслуживания или на коммерческое обозначение наступают последствия, предусмотренные п. 3 ст. 1037 и ст. 1039 ГК РФ (ст. 1040 ГК РФ).

7. К договору коммерческой концессии применяются правила разд. VII ГК РФ о лицензионном договоре, если это не противоречит положениям Гражданского кодекса РФ о коммерческой концессии и существу такого договора (п. 4 ст. 1027 ГК РФ). А к договору коммерческой субконцессии применяются правила гл. 54 ГК РФ о договоре коммерческой концессии, если иное не вытекает из особенностей субконцессии (п. 5 ст. 1029 ГК РФ).

8. Пользователь несет субсидиарную ответственность за вред, причиненный правообладателю действиями вторичных пользователей, если иное не предусмотрено договором коммерческой концессии (п. 4 ст. 1029 ГК РФ).

### **Существенные условия**

Это условия, обязательные для договоров данного вида. Договор считается заключенным, если между сторонами, в требуемой в подлежащих случаях форме, достигнуто соглашение по всем существенным условиям договора (п. 1

ст. 432 ГК РФ). Без них договор будет считаться незаключенным.

*Существенными условиями являются:*

- предмет договора, который заключается в предоставлении права использовать комплекс исключительных прав, включающий право на товарный знак, знак обслуживания, а также права на другие предусмотренные договором объекты исключительных прав (п. 1 ст. 1027 ГК РФ);

- объем передаваемых прав (п. 2 ст. 1027 ГК РФ);

- условие о размере вознаграждения (п. 1 ст. 1027 ГК РФ);

- форма выплаты вознаграждения (ст. 1030 ГК РФ).

## 1.2. Франчайзинг

В деловой практике термин «франчайзинг» означает определённую систему отношений по построению и ведению бизнеса. В этой системе присутствуют, как минимум, две стороны.

Первая сторона (франчайзер) обладает «раскрученной» торговой маркой, вторая (франчайзи) - желанием работать под этой торговой маркой. Желание франчайзи, разумеется, должно подтверждаться и его возможностями соответствовать требованиям франчайзера. При этом под возможностями подразумеваются не только финансовые, но и технологические, организационные, кадровые - всё, что требуется для работы.

По заключаемому между сторонами договору (согласно терминологии российского законодательства, договору коммерческой концессии) франчайзер передает франчайзи в пользование свою торговую марку вместе с технологией производства товаров (оказания услуг), а

франчайзи обязуется периодически уплачивать за это некоторую денежную сумму.

Подробнее о договоре франчайзинга и о том, на какие моменты при его заключении надо обратить внимание, рассказано в главе 4 Пособия.

Франчайзинговые соглашения обычно применяют компании, желающие распространить свой бизнес в новые регионы, не вкладывая в это значительные инвестиции. Чаще всего такой подход работает в сфере предоставления услуг конечному пользователю. В результате любой человек в любой точке страны или мира может получить знакомый ему набор товаров и услуг приемлемого качества под известной торговой маркой.

### 1.3. Виды франчайзинга

Существует множество разновидностей франчайзинга. Кроме выделенных выше товарного и делового франчайзинга, выделяют также производственный, конверсионный, районный и субфранчайзинг. Охарактеризуем отличительные черты каждого из видов и приведём примеры.

**Товарный франчайзинг.** Франчайзер реализует продукцию, маркированную его товарным знаком, через предприятия - франчайзи, которые также берут обязательство не торговать товарами конкурентов. Послепродажное обслуживание тоже проводит франчайзи. Важной составляющей франчайзинга при этом является не только сам ассортимент товаров, но и технология торговли.

Следует заметить, что товарный франчайзинг может применяться как в отношении товаров, изготовителем которых является сам франчайзер, так и товаров, изготовленных другими компаниями, но продаваемых под торговой маркой франчайзера. Главное, что отличает

товарный франчайзинг от обычной торговли - жёсткая привязка франчайзи к торговой марке. Разумеется, в таком ограничении есть как плюсы, так и минусы.

Товарный франчайзинг широко используется для сбыта бензина, автомобильных товаров, различного оборудования, косметики, парфюмерии, одежды и обуви.

*Пример товарного франчайзинга - сеть магазинов обуви «Монарх».*

**Деловой франчайзинг** (другое название - франчайзинг бизнес-формата). Франчайзер выдаёт лицензию на право пользования товарным знаком, а также способом ведения бизнеса. Способ ведения бизнеса в этом случае является главной составляющей передаваемых нематериальных активов франчайзера. Неслучайно при деловом франчайзинге ведётся самый строгий контроль за соблюдением бизнес-стандартов.

Чаще всего такой вид франчайзинга применяется в сфере услуг. В этом случае франчайзи предоставляется возможность заниматься определенным видом деятельности под фирменным знаком франчайзера. У последнего имеется ряд запатентованных фирменных стандартов. Например, ресторан быстрого питания может иметь стандарты внутреннего и внешнего дизайна помещений, фирменного стиля во всех элементах организации приготовления блюд и порядка обслуживания клиентов.

Потребителя привлекает высокий уровень сервиса, к которому он привык, когда пользуется услугами фирм этой торговой марки. Подобного рода осведомленность для клиента экономит время на поиск места получения услуги, а для франчайзи означает стабильный поток покупателей.

Помимо сферы общественного питания, деловой франчайзинг применяется в туристическом бизнесе, в

области недвижимости, трудоустройства, консалтинга и образования.

*Пример делового франчайзинга - российская сеть «1С», специализирующаяся на разработке, дистрибуции, издании и поддержке компьютерных программ делового и домашнего назначения.*

**Производственный франчайзинг.** Франчайзер предоставляет франчайзи оборудование, рецептуру, право пользования товарным знаком, общий рекламный фонд франшизной системы. Обязательным условием в этом случае является строжайший контроль качества со стороны франчайзера.

Производственный франчайзинг - одна из самых эффективных форм организации производства. Фирма-франчайзер, обладающая ноу-хау (секретами производства) и запатентованной технологией, обеспечивает франчайзи не только технологическими регламентами, но и сырьем.

Яркими представителями этого вида франчайзинга являются компании «Кока-Кола» и «Пепси», продающие местным разливающим компаниям концентраты и другие ингредиенты, необходимые для производства напитков. Те, в свою очередь, смешивают полученное сырье с другими компонентами и разливают готовые напитки в бутылки или банки. Затем продукция отгружается местным дилерам и торговым сетям. Разумеется, товар в одной стране при этом ничем не отличается от товара в другой.

Среди особенностей производственного франчайзинга, дающих преимущества перед другими формами ведения бизнеса, отмечают возможности разделения труда и специализации производства, увеличение гибкости производства и сбыта в ответ на требования рынка, минимизацию затрат.

Признается, что в нашей стране производственный франчайзинг, в отличие от товарного и делового, получил наименьшее распространение. В России мало фирм, которые занимаются производственным франчайзингом, так как в условиях переходного периода, когда промышленный сектор экономики отставал, в таком бизнесе было трудно выжить.

*Пример производственного франчайзинга - Компания «Мастерфайбр», специализирующаяся на выпуске резиновых покрытий для спорта и отдыха.*

**Конверсионный франчайзинг.** Франчайзер расширяет сеть при помощи фирм аналогичного профиля, пуская их под свой франшизный «зонтик». Компании-франчайзи получают сильную торговую марку, присоединяются к сети, используют успешную бизнес-модель. Характерно, что конверсионные франшизополучатели чаще всего уже обладают опытом в своих отраслях деятельности.

*Пример конверсионного франчайзинга - сеть агентств недвижимости «Сенчери 21 Реал Эстейт».*

**Районный франчайзинг.** Франчайзер осваивает определенный регион и контролирует создание разветвлённой и территориально разбросанной сети согласно графику открытия новых фирм-франчайзи.

*Пример районного франчайзинга - сеть общественного питания «Сабвэй».*

**Субфранчайзинг.** Франчайзер наделяет франчайзи правом продажи франшизы третьим лицам. Доход от оплаты франшизы и роялти субфранчайзи распределяется между франчайзером и франчайзи. Такая форма франчайзинга по своей сути похожа на субаренду.

*Пример субфранчайзинга - сеть фитнес-клубов «Уорлд Класс».*

## 1.4. Франшиза

Франшиза (франчайзинговый пакет) - полная бизнес-система, которую франчайзер продает франчайзи. Франчайзинговый пакет обычно включает пособия по технологии ведения работ (так называемому «ноу-хау» - секретам производства) и другие важные материалы, принадлежащие франчайзеру в качестве объектов интеллектуальной собственности.

«Купить франшизу» означает заключить договор франчайзинга с франчайзером об открытии предприятия-франчайзи по технологии франчайзера, с использованием его бренда, консультаций и маркетинговых наработок.

Постоянно обновляемые статистические данные, приводимые Российской Ассоциацией Франчайзинга (РАФ), свидетельствуют о постоянном увеличении числа предприятий, использующих франшизу как средство ведения бизнеса.

Вместе с тем, анализ франшиз, функционирующих на российском рынке, позволяет сделать вывод об отсутствии единого подхода к регулированию отношений посредством франчайзинга, присущего для зарубежной практики, где во франшизу сегодня можно превратить любой вид бизнеса. Международная Ассоциация Франчайзинга выделяет сразу 70 отраслей экономики, в которых можно использовать методы франчайзинга.

## 1.5. Франчайзер

Франчайзер - владелец прав на франшизу, своего рода штаб-квартира компании, продающей те или иные права на пользование франшизой. Обычно права предоставляются на торговую марку, ноу-хау и производственную систему. Франчайзинг интересен фирме-

франчайзеру тем, что даёт возможность быстрого развития без серьёзных вложений и привлечения кредитных средств.

Стать франчайзером в один момент невозможно. Прежде чем приобрести такой статус, любая фирма должна потратить много усилий и средств. Например, создаётся и проверяется на практике особый стиль работы ресторана быстрого питания или гостиницы. Будущий франчайзер исследует и развивает бизнес, инвестирует средства в его продвижение, создает у клиентов и партнеров хорошую репутацию и узнаваемый имидж. Обязательно регистрируется торговая марка (бренд). Разрабатывается комплекс документов и стандартов качества, которые во всех деталях и с соблюдением конфиденциальности описывают разработанный формат ведения бизнеса. В документах нормируются все виды используемых ресурсов - по сырью, материалам, энергоносителям, персоналу и его квалификации. Достигаются экономические показатели, демонстрирующие высокую доходность, сокращенные сроки окупаемости инвестиций.

Только после того, как доказана работоспособность и эффективность нового бизнеса, этот формат можно предлагать другим предпринимателям, пожелавшим повторить подобный успех. В этот момент достигает своего требуемого значения и цена франшизы. Становится ясно, что цена не завышена, а потому найдётся много желающих заключить столь выгодную для себя сделку.

В соответствии с договором франчайзер обычно готов взять на себя следующие обязательства:

- консультирование франчайзи по вопросам выбора сферы деятельности, организации торговой и сбытовой сети, проведении рекламной кампании
- предоставление технической документации, рабочих

инструкций

- обеспечение необходимыми ресурсами, включая сырьё и материалы
- обучение методам работы и последующее консультирование

Первые зарубежные франчайзинговые сети вышли на российский рынок еще в начале девяностых. Но удержались немногие. Для кого-то роковым стал кризис 1998 года. Другие ушли, не сумев выстроить верную маркетинговую политику.

Но немало положительных примеров. В частности, такой первопроходец франчайзинга, как «Баскин Робинс», не только успешно стартовал, но и продолжает успешно работать поныне. Каждый год российский бизнес узнает новые зарубежные марки, предлагающие свои товары, услуги и технологии на условиях франчайзинга.

Франчайзеры-иностранцы работают в России, в основном, по двум схемам. В первом случае головная компания находится за границей, а в России работает её специальный представитель. По такому принципу продаёт свою франшизу американская сеть ресторанов быстрого питания «Сабвэй Раша», штаб-квартира которой находится в американском штате Невада. Все решения о выдаче франшизы принимает американский офис, на его же расчетный счет ежемесячно перечисляются роялти. Торговое оборудование российские франчайзи «Сабвэй» также получают из США.

Во втором случае иностранная компания продает генеральную франшизу российской компании. Владелец генеральной франшизы получает широкие полномочия и обязанности: он реализует франшизу на территории России, организует обучение персонала компаний - партнеров,

контролирует их работу и получает с них роялти. Часть платежей обладатель генеральной франшизы оставляет себе, часть перечисляет за границу. Та - кую схему выбрал, например, знаменитый производитель фототехники и фото- и кинотоваров «Кодак», поручив курировать свою сеть российскому юридическому лицу - ООО «Кодак».

Но постепенно и сами отечественные предприниматели пришли к выводу, что франчайзинг удобен для развития собственного бизнеса. При таком методе взаимоотношений компании-франчайзеру не нужно открывать новые представительства и филиалы, а значит, расходовать значительные суммы на оборудование и текущие затраты, расширять штат сотрудников. Франчайзи же может начать свою деятельность, используя торговую марку уже известной на рынке компании, тем самым снизив затраты по выходу на рынок.

В России активной франчайзинговой деятельностью стали известны такие отечественные компании как уже упомянутая компьютерная фирма 1С, «Х5 Ритэйл Групп» - сеть крупных магазинов-франчайзи («Пятёрочка», «Перекрёсток», «Карусель»), а также многие сети общественного питания - «Чайная ложка», «Теремок», «ДоДо пицца», кофейня «Шоколадница» и другие.

## 1.6. Франчайзи

**Франчайзи** - сторона, приобретающая право на использование франшизы в форме технологии, лицензии или торговой марки по договору франчайзинга. Франчайзи, заключая договор, принимает на себя обязательства, основное из которых - внесение платы за использование франшизы.

Способы оплаты могут быть разными. Обычно они включают в себя единовременный вступительный взнос

(паушальный взнос), плату за лицензию и периодические последующие платежи (роялти) в процентах от объема продаж (чаще) или прибыли (реже). Могут быть установлены и дополнительные виды оплаты, в частности за услуги по обучению, взносы в рекламный фонд франшизной системы.

Франчайзи обязан работать по заранее определённым правилам, которые устанавливает франчайзер. Прежде всего, это касается требований к качеству выпускаемой продукции или оказываемых услуг. В обмен на соблюдение обязательств франчайзи использует имя франчайзера, его деловую репутацию, товары и услуги, маркетинговые технологии, экспертизу и механизмы поддержки.

Таким образом, следование правилам франчайзера означает, что франчайзи имеет возможность извлечь из своего положения выгоды. Если всё идёт по плану, он ведёт успешный бизнес и его прибыль превосходит его затраты даже с учетом дополнительной нагрузки в виде роялти.

Чтобы приобрести свои права, франчайзи перечисляет франчайзеру первоначальный взнос, а затем выплачивает ежемесячные взносы. Это своего рода лизинг или аренда, потому что франчайзи не становится полным владельцем товарного знака, а получает временное право использовать товарный знак на период выплаты регулярных взносов, то есть арендует франшизу.

## 1.7. Как работает франчайзинг

Классическая схема отношений франчайзера и франчайзи выглядит так. Для вступления в семью фирм, работающих под единой торговой маркой, франчайзи вносит вступительный (паушальный) взнос. Российское законодательство трактует паушальный взнос как фиксированный разовый платёж, понимая под ним

определенную, зафиксированную в договоре сумму, которую франчайзи выплачивает единовременно или в рассрочку.

Зачем нужен паушальный взнос? Уплатой такого платежа франчайзи демонстрирует серьёзность своих намерений и одновременно получает за это технологии, ноу-хау и иную коммерческую информацию. Специалисты головной компании обучают его персонал, предоставляют пошаговый план действий, необходимый для запуска бизнеса. Этот платёж метко называют «входным билетом в бизнес», ибо он является гарантией того, что пользователь станет выполнять условия договора и будет заинтересован в поддержании партнёрских отношений.

Заметим, что некоторые российские компании-франчайзеры часто отказываются от применения паушального взноса, считая, что его отсутствие станет конкурентным преимуществом, привлекающим новых франчайзи.

Бизнес франчайзи находится под пристальным вниманием франчайзера. Он следит за соблюдением всех принятых им стандартов. Работая под торговой маркой франчайзера, франчайзи, как правило, регулярно выплачивает роялти. Роялти устанавливают в виде фиксированной суммы либо в виде отчислений от выручки или от прибыли. Часто в сумму роялти также включается взнос в рекламный и маркетинговый бюджет франчайзера. То есть определенная часть роялти должна покрывать расходы франчайзера на рекламу и маркетинговые услуги.

Особое вознаграждение может быть установлено также в виде наценки на оптовую цену товаров, передаваемых франчайзером. При этом франчайзер будет отпускать для франчайзи товары по цене, превышающей цену закупки у своих поставщиков. Доходом франчайзера

как раз и станет суммарная величина таких ценовых разниц.

Таким образом, вознаграждение франчайзеру может выплачиваться в таких формах:

- фиксированная разовая сумма (паушальный взнос);
- периодические отчисления от выручки или прибыли (роялти);
- наценка на оптовую цену товаров, передаваемых франчайзером для перепродажи (на российском рынке данная форма вознаграждения часто используется вместо роялти);
- в любой иной форме, зафиксированной в договоре сторон (франчайзинговом соглашении).

## 2. КАКИЕ ВОЗМОЖНОСТИ ДАЕТ ФРАНЧАЙЗИНГ, В ЧЕМ ЕГО ПРЕИМУЩЕСТВА

*Умение задавать правильные вопросы  
есть уже важный и необходимый признак ума и  
проницательности.*

Иммануил Кант,  
философ

*Умный взвешивает свои  
возможности, глупый надеется на авось.*  
Гарри Симанович, собиратель афоризмов

Какие возможности франчайзинга должен принять во внимание начинающий предприниматель? В чём преимущества, а в чём недостатки этого способа начала собственного дела? Первым и главным преимуществом франчайзинга называют повышенную «жизнеспособность» созданных с его помощью предприятий.

Вместе с тем, во франчайзинге есть не только «попутные ветры», но и свои «подводные камни», о которых лучше знать заранее.

### 2.1. Преимущества и недостатки с точки зрения франчайзера

Начнём с того, что проникнем в мысли того, кто не покупает, а продаёт франшизу, то есть с сопоставления плюсов и минусов франчайзинга с точки зрения франчайзера.

#### **Преимущества франчайзинга для франчайзера**

1. Франчайзинг через поступления от франчайзи даёт франчайзеру стабильный источник доходов.

2. Франчайзинг экономит деньги на развитие бизнеса франчайзера, ибо значительная часть издержек перекладывается на другое предприятие – франчайзи.
3. Франчайзер получает от франчайзи компенсацию за различные формы своей поддержки (обучение, консультации и т.д.).
4. Франчайзинг открывает возможности для быстрого захвата новых рынков.
5. Франчайзер получает преимущества потому, что франчайзи создают широкую сеть бизнеса, на самостоятельное развитие которой у франчайзера не хватило бы денег.
6. Для потребителей открывается возможность больше узнать о продукте и услугах, то есть франшиза становится более узнаваемой.
7. Успех франчайзинговой системы доказывается её успехами в работе франчайзи, а это тем более укрепляет репутацию франчайзера и рождает приток новых франчайзи.

### **Недостатки франчайзинга для франчайзера**

1. Проблемы с завершением отношений с франчайзи, не выполняющим обязательства.
2. Сотрудники франчайзи не состоят в штате франчайзера, поэтому трудно контролировать сделки.
3. Если один из франчайзи плохо ведёт бизнес, это бросает тень на всю франчайзинговую сеть.
4. Недоплата взносов, в том числе из-за того, что франчайзи может исказить данные отчётности или проявит неорганизованность.
5. Трудности охраны коммерческой тайны. Франчайзи, пройдя обучение на курсах франчайзера, получает доступ к ноу-хау.

6. Выход из франчайзинговой сети успешно работающих франчайзи. Расторгнув контракт с франчайзером, они могут открыть собственный бизнес, а он будет представлять прямую конкуренцию франчайзеру.
7. Франчайзер несёт расходы на разработку франчайзингового пакета и отбор достойных франчайзи, а затем и на мониторинг состояния дел у каждого из них. Ему необходимо уметь определять назревающие проблемы и принимать верные решения.

## 2.2. Преимущества и недостатки с точки зрения франчайзи

Еще важнее понять, в чём «за» и «против» франчайзинга с позиций франчайзи - того, кем предстоит стать самому начинающему предпринимателю. Приведем итоги такого сравнения в следующей таблице:

### Преимущества франчайзинга для франчайзи

1. Франчайзинг означает, что у Вас есть собственный бизнес, но Вы не остаетесь один на один со всеми проблемами.
2. Пользование известной торговой маркой, а значит, готовой «нишей» на рынке.
3. Финансовые выгоды. Иногда продажа франшизы может производиться в форме коммерческого кредита (отсрочки платежа). Во многих случаях, имея франчайзинговый проект, франчайзи может обратиться в банк за кредитом.
4. Высокая надежность: начало бизнеса в форме франчайзинга эффективней, чем обычное малое предпринимательство.
5. Реальная помощь от франчайзера: технология,

- обучение, консультирование, маркетинговая поддержка, каналы сбыта, снабжение и т.д.
6. Возможность в сжатые сроки стать специалистом в новом деле, не затрачивая годы на обучение.
  7. Нередко франчайзер устанавливает для каждого из франчайзи четкие территориальные границы, что снимает угрозу конкуренции со стороны других владельцев этой же франшизы.

### **Недостатки франчайзинга для франчайзи**

1. Существенные затраты в виде паушального взноса и регулярных выплат роялти.
2. Меньше свободы из-за необходимости исполнения условий договора франшизы, среди которых может быть и то, что франчайзи считает неправильным.
3. Ненадежность расчета на всемерную поддержку франчайзера в случаях, когда у франчайзи возникнут трудности с организацией бизнес-процессов.
4. Почти невозможно «попробовать и бросить», так как договор заключается на несколько лет и без существенных потерь со стороны франчайзи его не расторгнуть.
5. Франчайзинг сковывает инициативу франчайзи. Он обязан следовать специальным правилами ограничениям. Ограничения могут касаться часов работы, границ территории, ассортимента продукта и услуг.
6. Банкротство франчайзера может привести к продаже франшизы или ее аннуляции.
7. Нельзя конкурировать с другими франчайзи той же системы и проникать на их территорию.

### 2.3. Преимущества и недостатки в условиях начала бизнеса

Особое внимание обратим на плюсы и минусы франчайзинга, имеющие прямое отношение к начинающим предпринимателям.

**Во-первых**, для франчайзера не всегда важно, является ли предприниматель действующим, или только недавно получил этот статус. Главное - отвечать предъявляемым требованиям. В этом случае, как правило, речь идет о наличии собственного или арендованного помещения, небольшого стартового капитала, опыта работы и даже просто желания работать.

**Во-вторых**, серьезные франчайзеры с начинающими предпринимателями работают с повышенной опаской, так как в этом случае их риски возрастают. Пониженная планка требовательности со стороны франчайзера - это все-таки чаще плохо, нежели хорошо. Это можно сравнить с проходными баллами в ведущие и второстепенные вузы. Выигрываешь в простоте и стоимости, а проигрываешь во всём остальном.

**В-третьих**, несовершенство российского законодательства, регулирующего франчайзинговые отношения, часто приводит к тому, что некоторые компании отказываются от применения единого договора франчайзинга и заменяют его пакетом других договоров, индивидуально разработанных для конкретной системы франчайзинга. Например, договор франчайзинга заменяется лицензионным соглашением, договором комиссии, займа и продажи или лизинга оборудования. Иногда используются договоры о поставках продукции и аренде торгового места (павильона, киоска). С позиций неопытного в таких вопросах начинающего предпринимателя отмеченные правовые

тонкости являются еще одним недостатком, так как интересы франчайзи в таких измененных условиях защищены хуже.

**В-четвертых**, еще до подписания франчайзингового договора потенциальный франчайзи должен весьма тщательно ознакомиться с материалами, предоставляемыми франчайзером. Ему полезно встретиться с другими, уже состоявшимися фирмами-франчайзи этой системы, поинтересовавшись у них, как франчайзер выполняет свои обещания по предоставлению той или иной помощи. А если у франчайзера пока очень мало дилеров-франчайзи (или он избегает их называть), то перспективы сотрудничества с ним вообще сомнительны.

**В-пятых**, начинающему предпринимателю, ищущему наиболее выгодные условия приобретения франшизы, нельзя забывать о том, что самые хорошие франшизы (те, которые как раз и дают необходимые гарантии и сулят отличные перспективы) всегда дорогие, а условия договора с франчайзером обычно тяжелые, иногда просто кабальные. В итоге срок окупаемости приобретения раскрученного бренда, по оценкам экспертов, составляет до 3 лет, что при начале бизнеса «с нуля» далеко не всегда приемлемо.

#### **2.4. Сравнение франчайзи с дилером и торговым представителем**

Рассмотрим проблему выбора, которая возникает у начинающего предпринимателя, готовящегося работать в сфере розничной торговли. Определяя свой будущий статус, такой предприниматель чаще всего выбирает между дилером, торговым представителем и франчайзи. Взвешивая все «за» и «против», ему лучше всего составить бизнес-план и финансовый бюджет будущего предприятия и выбрать тот вариант, который оптимален с точки зрения соотношения рисков и финансовых затрат. Абсолютно идеальных

решений, что бы не сулили рекламные тексты от франчайзеров, все-таки не бывает.

В этом поиске Вам может помочь шаблон бизнес-плана для проекта приобретения франшизы. Он приведен в Приложении 1 к Пособию.

В следующей таблице проведено сравнение трёх форм ведения бизнеса - дилера, франчайзи и торгового представителя:

<b>Параметр сравнения</b>	<b>Дилер</b>	<b>Франчайзи</b>	<b>Торговый представитель</b>
Владение своей собственностью	+	+	-
Получаете ли Вы основную часть прибыли	+	+/-	-
Не нужно вкладывать большой начальный капитал	-	+	+
Есть ли у Вас независимость от других фирм	+	+/-	-
Вы хозяин своего бизнеса, Вас не могут уволить	+	+	-

Низкий риск потерять собственные деньги	-	+	+
Нет боязни, что Вы ошиблись в выборе схемы бизнеса	-	+/-	+
Возможность эффективно пользоваться чужим опытом	-	+	+

## 2.5. Тест для будущего франчайзи

Если, ознакомившись с приведенным на предыдущих страницах Пособия развернутым перечнем преимуществ и недостатков франчайзинга, Вы продолжаете сомневаться в своём решении, воспользуйтесь «Тестом для франчайзи», который предлагается в «Руководстве Барклайз Банка «Франчайзинг в малом бизнесе».

Тест состоит из 20 вопросов, каждый из которых имеет три возможных варианта ответа.

### **Вопрос 1** - Считают ли Вас:

Достаточно замкнутым человеком	2
Скорее общительным человеком	0
Среднее между первым и вторым вариантом ответа	1

### **Вопрос 2** - Считают ли, что Вы:

Поддаётесь унынию, когда вынуждены выполнять задания, которые Вам кажутся скучными	0
--	---

Способны в течение достаточно долгого времени выполнять скучную работу	1
Можете концентрироваться на любом задании, с каким бы Вам не пришлось столкнуться	2
<b><u>Вопрос 3 - Можете ли Вы суверенностью сказать, что:</u></b>	
Вы обладаете значительной умственной и физической энергией и у Вас отличное здоровье	2
Вы легко устаёте, если Вам приходится работать в течение длительного периода времени и Ваше самочувствие не всегда бывает хорошим	0
Для человека Вашего возраста Ваши здоровье и жизненная энергия на среднем уровне	1
<b><u>Вопрос 4 - Можете ли Вы суверенностью сказать, что:</u></b>	
Ошибки и неудачи очень расстраивают Вас	0
Вы считаете, что на ошибках учатся, и в них нет ничего страшного, если они не повторяются	2
Вы пытаетесь учиться на собственных ошибках, но часто Вам это легче сказать, чем сделать	1
<b><u>Вопрос 5 - Какое из утверждений наиболее точно описывает Вас:</u></b>	
Вы ставите перед собой цель и почти одержимо к ней стремитесь	2
Вам может надоесть прилагать усилия для достижения цели в течение очень долгого времени	1
Вы предпочитаете, чтобы жизнь текла спокойно, пытаетесь не создавать лишних проблем и бороться с теми, которые уже есть	0
<b><u>Вопрос 6 - Можете ли Вы суверенностью сказать, что:</u></b>	
Вам очень сложно принимать жёсткие решения, особенно если они касаются людей	0
Вы можете принимать непопулярные решения, когда это необходимо, но это дорого Вам обходится сточки зрения эмоций	1
Вы воспринимаете непопулярные решения как реальность, они не доставляют удовольствия, но иногда им не найти альтернативы	2
<b><u>Вопрос 7- Можете ли Вы суверенностью сказать, что:</u></b>	

Вы не можете спокойно переносить людей, вызывающих у Вас раздражение, и не делаете особых попыток скрыть свои чувства	0
Вы обладаете значительным терпением и самоконтролем	2
Вы - среднее между первым и вторым вариантом ответа	1
<b><u>Вопрос 8 - Можете ли Вы суверенностью сказать, что:</u></b>	
Ваше настроение легко меняется под влиянием разных событий	0
Практически не меняется под влиянием различных событий	1
Вы склонны принимать неприятности спокойно	2
<b><u>Вопрос 9 - Знают ли Вас как человека, который:</u></b>	
Не выносит неопределенности	0
Может мириться с неопределенностью	2
Может мириться со значительной долей неопределенности	1
<b><u>Вопрос 10 - Если Вы решите открыть собственное дело, будете ли Вы:</u></b>	
Избегать людей, которые пытаются сказать Вам, как вести собственное дело	0
Рассматривать советы других в качестве потенциального источника полезной информации и рекомендаций	2
Прислушиваться к советам других, когда у Вас есть время, но будете склонны относиться к ним сдержанно	1
<b><u>Вопрос 11 - Можно ли утверждать, что все Ваши активы и сбережения:</u></b>	
Превышают полную продажную стоимость франшизы	2
Превышают две трети продажной стоимости франшизы	1
Составляют меньше двух третей продажной стоимости франшизы	0
<b><u>Вопрос 12 - Считаете ли Вы, что Ваша жена (муж):</u></b>	
Считает, что то, каким образом Вы зарабатываете себе на жизнь, Ваша личная проблема	0
Будет рада (рад) знать, что Вы занимаетесь тем, что Вам нравится	1
Рада (рад), что Вы покупаете франшизу, и будет Вам помогать	2
<b><u>Вопрос 13 - Какой из пунктов соответствует Вашей жизни:</u></b>	
Ни Вы, ни кто-либо другой из Вашей семьи никогда раньше не занимались индивидуальной трудовой деятельностью	0

Вы сами раньше не занимались индивидуальной трудовой деятельностью, но кто-то из Ваших родственников был предпринимателем	1
Вы ранее занимались индивидуальной трудовой деятельностью	2
<b><u>Вопрос 14-</u></b> Какой из нижеперечисленных пунктов указывает основную причину, по которой Вы хотите стать франчайзи:	
Добиться высокого уровня жизни	2
Потому что не существует других способов зарабатывать на жизнь	0
Вам нравится чувство независимости и самостоятельности, связанное с возможностью иметь собственное предприятие	1
<b><u>Вопрос 15 -</u></b> Считаете ли Вы, что когда приобретёте франшизу:	
Вы получите проверенный и опробованный товар или услугу, которые будут продавать сами себя	0
Не имеет значения, насколько хорош товар (услуга), клиенты все еще реагируют на усилия по их продаже	1
Продажа будет являться Вашей основной деятельностью	2
<b><u>Вопрос 16 -</u></b> Ваша предыдущая работа:	
Никак не связана с бизнесом, являющимся предметом франшизы	0
Тесно связана с бизнесом, являющимся предметом франшизы	2
Частично связана с бизнесом, являющимся предметом франшизы	1
<b><u>Вопрос 17 -</u></b> Управляя собственным предприятием:	
Вы предпочтете, чтобы оно оставалось небольшим	0
Вы предпочтёте, чтобы оно выросло настолько, насколько позволят обстоятельства	2
Вы предпочтёте, чтобы оно увеличивалось до того размера, когда Вы сможете проводить больше времени вне предприятия	1
<b><u>Вопрос 18 -</u></b> Считаете ли Вы, что:	
Чтобы работа была сделана качественно, нужно делать её самому	0
Переложив часть работы на других, Вы сможете заняться тем, что у Вас лучше всего получается	2
Перекладывать часть работы на других необходимо, но ничего хорошего в этом нет	1

**Вопрос 19** - Считает ли Вы, что целесообразно:

Задумываться о будущем	2
Жить сегодняшним днем	0
Задумываться о не слишком дальних перспективах	1

**Вопрос 20** - Считаете ли Вы, что :

Ваше будущее находится полностью в Ваших руках	2
Вы, как минимум, можете оказывать влияние на будущее	1
Человек - это просто марионетка в руках судьбы	0

А теперь подсчитайте результат. Если Вы набрали меньше 20 баллов, то Вам, скорее всего, необходимо еще раз серьезно взвесить все «за» и «против». Не пытайтесь использовать франчайзинг как последнее средство, так как это может привести к печальным последствиям!

Хороший результат опроса находится в пределах 20-30 баллов. Если Ваш результат оказался в этом диапазоне, то Вы прирожденный франчайзи!

Этот или подобный тест может быть использован франчайзером наряду с другими методами оценки потенциального франчайзи. Система оценок может быть изменена в зависимости от представлений франчайзера о качествах, которыми должен обладать будущий франчайзи. Если результаты теста Вас все-таки не убедили, то воспользуйтесь еще одним способом самопроверки - ознакомьтесь с перечнем принципов успешного во франчайзинге предпринимателя. Если Вы обладаете большинством качеств, перечисленных в следующем разделе Пособия, то покупка франшизы для Вас - верное решение.

## **2.6. Главные качества франчайзи**

В следующей таблице предложен перечень основных качеств франчайзи, без которых трудно рассчитывать на

успех такого начинания:

Качества франчайзи	Содержательная характеристика
Целеустремлённость	Вы понимаете, что любое действие само по себе еще не является результатом, и склонны критически оценивать различные способы достижения цели. Если выбранный путь оказался неэффективным, Вы не будете упорствовать на прежнем решении, а незамедлительно измените свой план и найдёте новый способ, работающий лучше
Трудолюбие и упорство	Вы знаете, как должна выглядеть Ваша фирма в будущем. Чтобы сделать её такой, готовы работать долгие часы, выполнять рутинную работу, зная, что труды обязательно окупятся в будущем. Понимание того, что успешное будущее - это долгосрочный результат, мотивирует Вас на кропотливый ежедневный труд
Инициативность	Вы не из категории людей, которые пребывают в ожидании, что все мечты и планы осуществляются сами собой. Вы любите действовать и цените это качество в других

Качества франчайзи	Содержательная характеристика
Оптимизм	Вы склонны видеть стакан наполовину полным, а не наполовину пустым. Решения и возможности для Вас более очевидны, чем проблемы и препятствия. Вы решаете проблемы, а не тратите время на размышления на тему: откуда они взялись
Коммуникабельность	Главная движущая сила в бизнесе - это люди, то есть клиенты, сотрудники и партнёры. Умение выстраивать и поддерживать хорошие отношения с людьми - непреложное качество франчайзи
Избегание ненужных рисков	В принципы успешного человека входит желание подстраховаться. Вы соблюдаете меры предосторожности в повседневной жизни и стремитесь смягчить риски в предпринимательской деятельности. Вы не выбираете опасные пути, а стремитесь к безопасности
Готовность к возможным неудачам	Опыт к франчайзи приходит не сразу, поэтому нужно быть морально готовыми к неудачам. При возникновении проблемы Вы не поддаетесь пессимизму, а уверены в будущем

Качества франчайзи	Содержательная характеристика
Холодный рассудок и собранность	В любой ситуации Вы осознаете, что происходит вокруг, и не впадаете в панику. Ваше качество - акцентировать внимание на основной задаче и оставаться невозмутимым. Такое поведение даёт сотрудникам и клиентам чувство уверенности и стабильности
Хорошие навыки общения	Вспомните свои прежние места работы. Вам нравилось работать в коллективе, общаться с клиентами, вести переговоры с партнёрами, участвовать в других коммуникациях? Успешный франчайзи - всегда общительный человек
Навыки руководства людьми	Франчайзи не только много работает сам, но и управляет своим персоналом, иначе в коллективе не будет порядка. Вы готовы к тому, что придётся также налаживать связи с клиентами, завоёвывать их лояльность и доверие, сотрудничать с различными общественными организациями и группами

Качества франчайзи	Содержательная характеристика
Следование системе, желание получать советы и пользоваться помощью франчайзера	Суть франчайзинга - прислушиваться к опытному партнёру и учиться на его прежних ошибках. Именно это позволяет избежать рисков и добиться хороших результатов. Если Вы готовы проявлять подобную дисциплинированность, то франчайзинг - решение для Вас. Кроме того, Вы строите бизнес не своими руками, поэтому готовы к тому, что из

Если после выполнения предложенного теста и изучения перечня качеств будущего франчайзи Ваша решимость избрать такой способ начала своего дела только укрепилась, то от общих рассуждений пора переходить к конкретным шагам по открытию бизнеса на условиях франчайзинга. Именно об этом расскажет следующая глава нашего Пособия.

### **3. ИЗ КАКИХ ЭТАПОВ СОСТОИТ РАБОТА ПО ОТКРЫТИЮ БИЗНЕСА НА УСЛОВИЯХ ФРАНШИЗЫ**

*Любое препятствие преодолевается настойчивостью.*

Леонардо да Винчи, художник

*Высшим отличием человека является упорство в преодолении самых жестоких препятствий.*

Людвиг ван Бетховен,  
композитор

*Ковыляющий по прямой дороге, всегда опередит бегущего, который сбился с пути.*

Фрэнсис Бэкон, философ

Для начинающего предпринимателя франчайзинг - один из путей решения возникающих проблем. С какими только трудностями не сталкиваются российские предприниматели: отсутствие стартового капитала, сложности с получением приемлемого кредита, недостаток знаний и навыков при отсутствии времени на обучение и т.д. Но главная проблема была и остается одна и та же: как удержаться «на плаву» на начальном этапе становления бизнеса?

Для того, чтобы обрести уверенность, большое значение имеет последовательность и продуманный характер Ваших действий. Эти действия, в силу отсутствия опыта ведения бизнеса, могут быть не самыми эффективными. Но куда важнее, чтобы не был пропущен ни один из этапов.

О последовательности таких этапов, о содержании каждого из них пойдёт речь в очередной главе нашего Пособия.

### 3.1. Принятие решения о сфере деятельности

Сегодня в сфере франчайзинга доступны практически все области предпринимательской деятельности, включая общественное питание, розничную торговлю, услуги, производство.

Каждая из областей ведения бизнеса по-своему привлекательна, но у любой есть свои преимущества и недостатки. Например, в общественном питании при высокой востребованности со стороны клиентов довольно сложно оформить все необходимые разрешительные документы.

Производство даёт отличные шансы на перспективу, но требует больших капиталовложений, срок окупаемости которых намного выше, чем в сфере услуг и торговли.

Зато в сфере услуг, при её относительно невысоких инвестициях, ключевой проблемой был и остаётся подбор персонала.

Свои проблемы и в розничной торговле - при быстрой оборачиваемости капитала сказывается фактор сезонности, ощутимы проблемы с остатками нереализованных товаров (так называемых «неликвидов»), огромное значение имеет месторасположение торговых точек.

Советуем в своём выборе не останавливаться на какой-то одной области. Франчайзинг позволяет не иметь опыта в сфере общепита или торговли, но при этом владеть кофейней и магазином, приносящими своему владельцу стабильный доход. Свежий, незамысленный взгляд способен привести к нестандартным бизнес-идеям и удачным решениям, а в итоге

дать неожиданно высокий эффект.

Выбор сферы деятельности специалисты рекомендуют начать не со слепого следования моде и примеру других предпринимателей, а проанализировать свои собственные возможности и цели.

Ошибочным следует признать утверждение о том, что франчайзи - это предприниматели, решившие начать совершенно новый самостоятельный бизнес. На самом деле, это не совсем так. Работать по франчайзингу - значит, повторять успех уже существующего бизнеса. Чаще всего это говорит не о поиске оригинальных решений, а об аккуратном следовании проверенной и отработанной схеме. Зачастую лучшие франчайзи - не стремящиеся к независимости творцы новых бизнес-идей, а добросовестные исполнители.

При выборе сферы деятельности также нужно изучить интересующий сегмент рынка своего региона, на что есть спрос, а где он не удовлетворён.

Если ответ положительный, то открывайте каталоги франшиз (они широко представлены в сети Интернет в виде так называемых магазинов франшиз - некоторые из подобных ссылок можно найти в Приложении 4 к Пособию) и выбирайте несколько самых интересных предложений в интересующей Вас сфере.

Но прежде чем непосредственно связываться с представителями франчайзеров и договариваться с ними о личной встрече, в Ваших интересах чётко определить свои цели и внимательно взвесить собственные возможности, так как на первых же переговорах с франчайзером об этом будут заданы вопросы.

### **3.2. Оценка собственных возможностей**

Покупка франшизы оплачивается с помощью разового паушального взноса. Затем потребуются регулярные

выплаты в виде роялти, отчислений на рекламу и прочих платежей. Все эти расходы с лихвой окупятся только в том случае, если приобретаемая франшиза даёт возможность работать по успешной схеме, которая не только включила проверенные временем технологии, но и продолжает динамично развиваться.

Конечно, со стороны франчайзера предоставляется определенная маркетинговая помощь, обучение персонала и прочие привилегии, характерные для франчайзингового сотрудничества. Однако иметь на этот счёт завышенные ожидания не стоит.

Кроме того, необходимо учесть, что стоимость франшизы - только часть предстоящих затрат. Помимо вышеперечисленных выплат придётся вложить средства в оборудование, уплату пошлин и покрытие иных затрат, связанных с государственной регистрацией, разрешительной документацией, подготовкой помещения, первой закупкой сырья (или товаров, если речь о торговле), выплатой заработной платы, арендой. В ряде франшиз расходы на оформление, обучение, дизайн-проекты и подобное входят в стоимость франшизы, но куда чаще указанные затраты идут «за кадром». Рассмотрению всех групп затрат, возникающих у фирмы-франчайзи, уделено внимание в главе 5 нашего Пособия.

Прежде чем совершать очередной шаг, полезно проконсультироваться у специалиста. Вопрос, какую именно франшизу выбрать из десятка приглянувшихся, неопытному бизнесмену решить в одиночку весьма сложно. Совет обратиться в консалтинговую компанию за соответствующей помощью отнюдь не выглядит частью продвижения услуг консалтинговых агентств. Слишком велика цена ошибки, и риск лучше свести к минимуму. Консультанты сопоставят

необходимые объёмы инвестиций, оценят уровень поддержки, предостерегут от покупки убыточных и лже-франшиз. Они же выяснят, зарегистрирован ли товарный знак, на какой территории действительны права на него. Их квалифицированная (и, будем надеяться, доступная по стоимости) помощь будет важна и в дальнейшем, когда Вы приступите к сбору информации, необходимой для принятия окончательного решения о приобретении той или иной франшизы.

### 3.3. Сбор информации для принятия решения

Подобно любым инвестициям, покупка франшизы - всегда риск. При её выборе желательно тщательно рассмотреть все факторы, как то: требования, предъявляемые к качеству изделий или услуг, конкурентоспособность товара и его позиции на рынке, степень поддержки от франчайзера. Остановимся на перечисленных вопросах подробнее.

#### *Спрос*

Сначала нужно изучить спрос на соответствующие товары (услуги). Выясните, насколько велико число клиентов, готовых покупать товар, важна и разбивка во времени. Спрос сезонный, циклический, стабильный? Бизнес с сезонным спросом имеет проблемы с кассовыми разрывами. Например, оформление ландшафтов, туристические услуги, постройка и обслуживание плавательных бассейнов могут быть выгодны только весной и летом.

Финальной точкой анализа является уяснение долгосрочности спроса. Временные бизнесы вскоре теряют к себе интерес и должны окупаться в сжатые сроки. Будут ли товары и услуги популярны не только сегодня, но и в будущем? Возможно ли в перспективе расширение такого

бизнеса?

### ***Конкуренция***

Каков уровень конкуренции в этой области? Сколько точек продаж компании, принадлежащих франчайзеру или другим его франчайзи, уже есть в регионе, где будете работать Вы? Сколько конкурирующих компаний предлагают подобные изделия или услуги? Есть ли среди них широко известные и популярные? Они предлагают те же товары и услуги по таким же ценам или их цены существенно ниже?

### ***Торговая марка***

Основным мотивом покупки франшизы чаще всего является возможность выступать под известной торговой маркой. Чем популярнее бренд, тем больше клиентов. Поэтому подумайте: Насколько широко известно имя франчайзера и имеется ли у него своя зарегистрированная торговая марка? Как долго франчайзер находится на рынке? Пользуется ли франчайзер популярностью и уважением среди потребителей?

### ***Обучение и поддержка***

Важная причина покупки франшизы - получение поддержки франчайзера. В чём выражается такая поддержка? Как обучение франчайзера выглядит по сравнению с обычным обучением в аналогичной сфере деятельности? Насколько владельцы франшизы квалифицированы? Проходили ли они специальную подготовку, что помогло им успешно развивать свой бизнес? Обладаете ли Вы сами подобными знаниями уже сегодня?

### ***Опыт франчайзера***

Большинство франчайзеров - это успешные предприниматели, самостоятельно построившие свой прибыльный бизнес. Однако нет гарантий, что успешный

предприниматель может столь же грамотно управлять системой франшизы. Тщательно обдумайте, как долго франчайзер управляет франчайзинговым бизнесом. Будете ли Вы чувствовать себя удобно, если он придет с проверкой? Если у франчайзера небольшой опыт в управлении франчайзи, то его обещания, руководства, обучение и прочая поддержка могут быть ненадёжны.

### ***Рост франчайзинговой системы***

Растущая франчайзинговая система способна увеличить признание торговой марки и позволит привлечь больше клиентов. Но успех франшизы не гарантируется одним только ростом бизнеса. Компания, которая растёт слишком быстро, часто неспособна оказывать обещанную помощь всем своим франчайзи. Вы должны удостовериться в том, что франчайзер имеет финансовые активы и штат, которые позволят ему оказывать такую поддержку.

### ***Подбор помещения***

Подбирая помещение, есть смысл советоваться с самим франчайзером, так как опытный франчайзер чаще всего имеет обоснованные рекомендации по месту расположения нового предприятия. При выборе места расположения стоит учесть ряд факторов: человеко-поток, условия арендодателя, предыдущего арендатора, район расположения, техническое состояние помещения, необходимость в ремонте. Можно ли договориться с арендодателем об арендных каникулах на время ремонта помещения и о вычитании стоимости этого ремонта (так называемых «неотделимых улучшений») из арендной платы?

В процессе выбора места для бизнеса желательно знать демографическую информацию (возраст, доход, размер семьи и другое) о будущих клиентах, состав

конкурентов, транспортные условия рассматриваемого района. Несомненно, эти факторы являются основой для анализа месторасположения.

Для небольшой розничной точки на первом году её существования, при недостаточности средств на рекламу и продвижение, розничная совместимость может стать важнейшим фактором выживания. Будут ли рядом с Вами расположены фирмы, привлекающие людской поток и к Вашей точке? Не окажетесь ли Вы рядом с конкурирующим бизнесом, который будет конфликтовать с Вами?

Важно также знать о внимании владельца помещения к индивидуальным нуждам арендатора. К сожалению, некоторые арендодатели мешают работе бизнеса своих арендаторов больше, чем помогают. Это касается и требований к режиму работы, и готовности оперативно устранять неполадки в работе инженерных сетей, и гарантий стабильности размера арендной платы.

Прямое отношение к бизнесу имеет Ваш арендный договор. Предоставляет ли арендный договор возможность его продления через определенное время? Закрепляет ли договор арендную плату, или она может быть изменена без предупреждения? Защищает ли он Вас как арендатора? Учитывает ли договор в письменном виде обещания владельца помещения в отношении ремонта, строительства и реконструкции, декорирования, переделок и эксплуатации?

### ***Другая информация***

Разную степень значимости для выбора места расположения предприятия имеют и другие факторы. На первый взгляд, они менее важны, чем вышеперечисленные, но на деле способны серьезно повлиять на Вашу конкурентоспособность.

Ограничимся сжатым перечнем таких факторов:

- Достаточно ли площади для торгового зала (зала обслуживания), офиса, склада, производственного и подсобного помещения?
- Есть ли рядом автостоянка? Достаточно ли парковочных мест?
- Проживают ли ожидаемые клиенты поблизости? Удобно ли расположена точка относительно места Вашего проживания?
- Как обслуживается этот район общественным транспортом?
- Можно ли в этом районе найти будущих сотрудников?
- Каков уровень противопожарной и экономической безопасности?
- Нет ли проблем с санитарными и коммунально-бытовыми условиями?
- Имеются ли, если они требуются, специальное освещение, обогрев, охлаждение, возможность подключения к другим энергоносителям?
- Достаточно ли уличного освещения, чтобы привлекать вечерних покупателей и чтобы они чувствовали себя в безопасности?
- Намного ли изменятся Ваши доходы и расходы, если Вы остановитесь на варианте удалённого местоположения предприятия?

### 3.4. Оценка франчайзинговых предложений

#### *Сбор предварительной информации*

Ваше знакомство с компанией-франчайзером, скорее всего, начнётся с телефонного звонка, письма, а затем и личной встречи. Уже на этой стадии есть смысл обратить внимание на сервис. Как и что Вам ответил секретарь? На

кого перевели звонок? Франчайзеры должны быть заинтересованы в потенциальных партнёрах, и каждый сотрудник компании должен содействовать слаженной работе обеих сторон. Комфортно ли Вам общаться с представителями франчайзера? Отношение сотрудников франчайзера к Вам уже сейчас будет хорошим показателем того, какое обслуживание Вы получите затем, пребывая в статусе франчайзи.

Затем нужно внимательно ознакомиться с коммерческим предложением компании-франчайзера, а также узнать её историю, содержание программ обучения и маркетинга, а также размеры требуемых инвестиций, паушального взноса, роялти и других платежей, которые необходимо будет вносить.

В описании франчайзингового предложения Вы должны найти следующие данные о франшизе:

- концепция
- история бренда и его потенциал
- преимущества работы в данной франчайзинговой сети
- возможности франчайзера по поддержке франчайзи
- варианты формата франчайзинговой точки
- требования к помещению
- требования к будущему партнёру-франчайзи
- финансовые аспекты бизнеса
- отзывы работающих франчайзи
- контактные данные ответственных лиц

### ***Первая встреча с франчайзером***

Обязательно лично познакомьтесь с руководителями и ведущими сотрудниками компании-франчайзера, с которыми придётся поддерживать контакты. Тем самым Вы сможете составить собственное мнение о стиле их общения, профессионализме и компетентности. Если они будут

торопиться и не смогут уделить Вам достаточно времени, то, возможно, у компании-франчайзера недостаточно персонала и справляться с дальнейшим ростом сети франчайзинга ей будет не под силу?

Неприемлемой следует считать ситуацию, когда на первой же встрече прямые вопросы потенциального франчайзи остаются без столь же прямого ответа. Франчайзер должен дать ответы и даже предложить франчайзи дополнительную информацию, о которой тот еще не успел или не догадался спросить.

### *Дальнейшие переговоры с франчайзером*

В дальнейшем, пусть уже не на первой встрече с франчайзером, будущему франчайзи желательно также получить ответы на такие вопросы:

- Какова история компании и бренда?
- Когда основано предприятие, когда и как начала работать сеть?
- Сколько франчайзинговых точек функционирует сейчас?
- Сколько из точек сети закрылось? Каковы были причины закрытий?
- Сколько франчайзинговых точек планируется открыть в этом году?
- Каков портрет идеального франчайзи сети?
- Зарегистрирован ли товарный знак? Если нет, то будет ли товарный знак зарегистрирован в ближайшее время?
- Была ли компания-франчайзер кем-либо поглощена? Начиналось ли против неё дело о банкротстве?
- Были ли случаи, когда кто-то подавал жалобы против франчайзера в суд или местные подразделения по защите прав потребителя?
- Какова деловая репутация и опыт руководителей

фирмы - франчайзера?

- Наблюдается ли в бизнесе франчайзера стабильный рост?
- Какова организационная структура фирмы, её планы развития?
- Какие банки обслуживают сеть, их отзывы, аудиторские оценки?

Еще более конкретные и развёрнутые вопросы потенциальный франчайзи должен задать франчайзеру по поводу схемы взаимоотношений между ним и головной фирмой:

- Существует ли готовое пособие (руководство) для франчайзи и какие именно вопросы оно освещает?
- Осуществляет ли франчайзер поддержку франчайзи в процессе выбора помещения для места размещения? Каким образом?
- Какую поддержку оказывает франчайзер при открытии места размещения?
- Существует ли маркетинговая программа на национальном и региональном уровнях, как она реализуется?
- Как часто франчайзер посещает франчайзи?
- Есть ли у франчайзи персональный франчайзинговый менеджер, который курирует того или иного франчайзи?
- Если у франчайзи появятся проблемы, поможет ли франчайзер их решить?
- Как работает центр закупок для франчайзинговой сети?
- Какие дополнительные услуги предоставляются франчайзи при открытии и в процессе работы?
- Может ли франчайзер предоставить список всех франчайзинговых точек с контактами франчайзи?

Вопросы к франчайзеру могут затрагивать и возможные ограничения, касающиеся:

- поставщиков товаров, у которых франчайзер имеет право производить закупки товаров, сырья, оборудования;
- товаров или услуг, которые можно предлагать для продажи;
- клиентов, которым можно предлагать товары или услуги;
- территории, на которой их можно продавать;
- оставляет ли франчайзер за собой право выкупа франшизы и франчайзинговой точки и, если да, то на каких условиях.

*Вопросы относительно предлагаемого франчайзером обучения могут включать такой перечень:*

- Какое обучение предлагает компания, в чём оно состоит?
- Сколько работников имеет право на обучение?
- Смогут ли получить обучение новые работники Вашего предприятия? Если да, то на каких условиях?
- Как долго продолжается обучение каждого работника?
- Сколько времени в целом будет потрачено на техническое обучение, обучение управлению и маркетингу, другие виды обучения?
- Кто преподаёт на курсах обучения и какова квалификация преподавателей?
- К кому можно обратиться за консультацией в случае проблем, возникших уже после обучения?
- Какие учебные пособия и справочники можно получить в процессе работы?

### *Встречи с другими франчайзи*

Следующий примерный перечень поможет задать правильные вопросы другим франчайзи:

- Как долго франчайзи использует франшизу? В каком регионе?
- Сколько инвестиций потребовалось? Были ли среди затрат какие - либо скрытые или неожиданные затраты?
- Через какое время затраты окупились?
- Действительно ли франчайзи удовлетворены стоимостью, поставкой и качеством товаров или услуг франчайзера и рекомендованных поставщиков?
- Каково качество предложенного обучения?
- Какие другие виды помощи предоставил франчайзер?
- Удовлетворены ли франчайзи рекламной программой франчайзера?
- Полностью ли франчайзер выполняет договорные обязательства?
- Вложили бы франчайзи средства в этот же бизнес снова или предпочли бы поискать другие варианты вложения инвестиций?
- Предложил бы коллега-франчайзи Вам такого рода бизнес, зная Ваши цели, требования к доходам и уровень подготовки?

### **3.5. Составление бизнес-плана**

На предыдущем шаге, если только Вы не решили сэкономить на нём время, Вами должна быть собрана разнообразная и обширная информация об условиях работы с конкретными франчайзинговыми компаниями. Как и в случае покупки любого товара, разумно не хвататься за первый из попавшихся вариантов приобретения франшизы (тем более что их сегодня предлагается много), а выбрать тот, который подходит именно Вам.

Как это сделать? Самый верный путь для оценки собственных возможностей, а затем и выбора варианта с наиболее приемлемыми результатами - это составление бизнес-плана создания своего предприятия на основе приобретения франшизы. Для решения этой задачи Вам может пригодиться приведенный в Приложении 1 шаблон такого бизнес-плана. Дадим общие рекомендации по использованию шаблона.

### ***Шаблон текстовой части бизнес-плана***

Санкт-Петербургским Фондом развития бизнеса разработан и распространён по районным агентствам занятости населения нашего города шаблон текстовой части бизнес-плана. Этот документ подготовлен в текстовом редакторе MS Word и поможет с минимальными затратами времени подготовить пояснительную записку к своему проекту. В Приложении 1 к Пособию приведён шаблон, адаптированный для предприятия на основе приобретения франшизы.

Шаблон текстовой части в электронном виде - готовый файл с набором вопросов и таблиц исходных данных. Вам остаётся набрать с клавиатуры компьютера ответы на поставленные вопросы и ввести информацию в заготовленные таблицы. Конечно, не всё так просто, поскольку добывать исходные данные и формулировать ответы придется самому. Зато не придётся ломать голову над тем, как лучше оформить бизнес-план (шрифты, отступы, колонтитулы), в какой последовательности излагать материал и какая потребуется информация.

Важно также отметить, что шаблон текстовой части бизнес-плана соответствует методическим рекомендациям, подготовленным по заказу городской службы занятости населения для начинающих предпринимателей. Очевидно,

что бизнес-планы, составленные по оговоренному перечню вопросов, удобнее как разрабатывать, так и изучать.

### ***Шаблоны финансовой части бизнес-плана***

Санкт-Петербургским Фондом развития бизнеса также разработана и распространена по районным агентствам занятости населения Санкт-Петербурга электронная версия финансовых шаблонов. Это набор файлов в электронных таблицах MS Excel, представляющий собой комплект табличных и графических материалов, связанных в единую компьютерную модель.

В состав модели входят 4 рабочих листа:

1) Рабочий лист **«Исходные данные»** открыт для изменений исходных данных, вводимых в свободные (незаполненные) ячейки. **Красным шрифтом** на этом рабочем листе выделены подсказки и инструкции, которым Вам нужно следовать.

Кроме того, на рабочем листе «Исходные данные» **красным шрифтом** выделены **ставки налогов**, дифференцированные по 1-му и 2-му календарному году прогнозного периода.

При необходимости, ставки налогов должны быть уточнены. Сделать это нужно дважды - отдельно для 1-го и для 2-го календарного года.

2) Рабочие листы **«План финансовых результатов деятельности»**, **«План движения денежных средств»** и **«Оценка эффективности проекта»** являются производными от рабочего листа «Исходные данные» и защищены от случайных изменений

**Лист «Оценка эффективности проекта»** содержит диаграмму денежных потоков и таблицу итоговых показателей проекта, а именно:

- Сумма чистой прибыли за первый год работы, руб.
- Рентабельность продукции, %
- Рентабельность общих вложений, %
- Срок окупаемости общих вложений, мес.
- Рентабельность вложений собственных средств, %
- Срок окупаемости собственных вложений, мес.
- Остаток денежных средств в конце первого года работы предприятия, руб.
- Общая сумма затрат на реализацию проекта за первый год работы, руб.
- Общая выручка от реализации за первый год работы, руб.

Все показатели из этого списка (за исключением, сроков окупаемости) компьютерной программой рассчитываются только за первые 12 месяцев. Ниже в сводной таблице приведен полный перечень шаблонов финансового плана, из которого можно выбрать шаблон, пригодный для Вашего случая.

### Перечень шаблонов для расчета финансовой части бизнес-плана

Система налогообложения	Организационно-правовая форма	Вид деятельности		Имя шаблона
Общий режим налого обложения	Индивидуальный предприниматель	Торговля		Шаблон 01
		Производство		Шаблон 02
		Услуги		Шаблон 03
	Юридическое лицо	Торговля		Шаблон 04
		Производство		Шаблон 05
		Услуги		Шаблон 06
Упрощенная система налогообложения	Индивидуальный предприниматель	Торговля	Доходы	Шаблон 07
			Доходы - расходы	Шаблон 08

		Производство	Доходы	Шаблон 09
			Доходы - расходы	Шаблон 10
		Услуги	Доходы	Шаблон 11
			Доходы - расходы	Шаблон 12
	Юридическое лицо	Торговля	Доходы	Шаблон 13
			Доходы - расходы	Шаблон 14
		Производство	Доходы	Шаблон 15
			Доходы - расходы	Шаблон 16
		Услуги	Доходы	Шаблон 17
			Доходы - расходы	Шаблон 18
Патентная система налогообложения	Индивидуальный предприниматель	По утвержденному перечню		Шаблон 19
Вспомогательный универсальный шаблон для расчета сводных показателей по нескольким видам деятельности				Шаблон 20

### ***Дополнительные пояснения:***

- По каждому сценарию реализации проекта (комбинации исходных показателей проекта) рекомендуется составлять отдельный файл
- При использовании шаблона рекомендуется сразу после открытия соответствующего файла присвоить ему новое имя, соответствующие номеру (названию) сценария, а затем сохранить этот файл отдельно под новым именем. Это позволит сформировать неограниченное число вариантов бюджета проекта
- При изменении исходных параметров различных

сценариев и уточнении иных аспектов реализации проекта (или вариантов бюджета предприятия) можно пересчитывать итоговые показатели и автоматически перестраивать диаграмму денежных потоков

- При использовании **шаблона 19** (по патентной системе налогообложения) в поля, выделенные желтым фоном, следует вписать недостающую информацию - по сумме налога при патентной системе, потенциально возможному годовому доходу по виду деятельности и количеству месяцев, на которое приобретен патент. В ячейку «Стоимость патента» численное значение стоимости патента вписывать не требуется, так как оно будет рассчитано автоматически, как только вы заполните ячейки с вышеперечисленными исходными данными. Строку «Сумма налога при патентной системе» следует рассчитать и заполнить самостоятельно в соответствии с пояснениями, т.к. величина налога зависит, в том числе от срока, на который приобретен патент.
- **Шаблон 20** предназначен для расчета итоговых показателей проекта в тех случаях, когда предприятие занято сразу несколькими видами деятельности, каждый из которых подпадает под действие разных систем налогообложения.

В состав шаблона 20 входят только 2 рабочих листа:

**Лист 1 - Исходные данные.** Данные на этом листе вводятся

пользователем вручную на основе цифр, полученных в результате использования соответствующих шаблонов 1 -23.

**Лист 2 - Оценка эффективности проекта.** На этом листе программой автоматически, сразу после ввода исходных данных на листе 1, будут созданы сводный график и таблица сводных экономических показателей.

### 3.6. Проведение переговоров с франчайзером

На предыдущем шаге Вы составили бизнес-план, просчитали свои возможности и будущие экономические показатели, благодаря чему определились с выбором франчайзера. Пора вести с ним переговоры.

Основные этапы, которые должны быть пройдены от первого знакомства двух сторон до подписания договора, разбиваются на стадии, отраженные в таблице, приведенной в составе Приложения 3 к нашему Пособию.

Учитывая, что франчайзинг - не простая сделка купли-продажи, а долгие партнёрские отношения, процесс переговоров иногда затягивается на полгода, а то и дольше. При этом должна учитываться не только экономическая суть франчайзинга, но и его психологические особенности.

#### **Типичные ошибки тех, кто хочет купить франшизу**

Из обширной практики общения с желающими купить франшизу получился список их типичных ошибок. Таких ошибок, как минимум, четыре:

1) Те, кто хочет купить франшизу, преувеличивают значение количества уже проданных франшиз. Искусство любых продаж (продажи франшиз не исключение) достигло такого совершенства, что нередко бойко продаётся товар с посредственными характеристиками. К тому же в России пока нет официального реестра франшиз и об их достоинствах приходится судить со слов самого франчайзера.

2) Те, кто хочет купить франшизу, часто преувеличивают и значение масштабов фирмы самого франчайзера. К сожалению, эти масштабы никак не гарантируют защиту от разорения

3) Те, кто хочет купить франшизу, склонны

преувеличивать значение страны происхождения франчайзера. В последние годы происходит активный передел контроля над экономикой. Его следствием стало ослабление экономики США, затяжной кризис в Европе и бурный рост экономики азиатских стран, прежде всего, Китая

4) Главной же ошибкой является мнение, что бизнес - слишком сложный предмет, чтобы в нём смог разобраться обычный человек. Распространёнными причинами для этого являются заумная терминология, ссылки на непонятные рейтинги, цитирование неизвестных авторитетов. Поддаваться таким способам развития комплекса экономической неполноценности не стоит

Рекомендуем также воспользоваться «Пошаговой инструкцией по принятию решения о покупке франшизы» (Приложение 2 к Пособию) и «Рекомендациями по проведению переговоров с франчайзером» (Приложение 3 к Пособию).

## 4. КАК ЗАКЛЮЧИТЬ ФРАНЧАЙЗИНГОВОЕ СОГЛАШЕНИЕ

*Не принимай решения, выслушав только одну сторону.*  
Японская пословица

*Самое важное изобретение в истории человечества -  
письменный договор. Он позволяет людям изложить на  
бумаге все причины,  
по которым они не доверяют друг другу.*  
Неизвестный автор

### 4.1. Правовые основы франчайзинга

Обязательным условием договора франчайзинга является предоставление права на использование фирменного наименования и (или) коммерческого обозначения франчайзера, а также на охраняемую коммерческую информацию. Помимо этого, франчайзи может получить право на использование товарного знака (знака обслуживания). Перечисленные права предоставляются за чётко определенную плату и на оговоренный срок. При этом полная передача (уступка) этих прав от франчайзера к франчайзи не происходит.

Договор франчайзинга не следует путать с такими внешне схожими видами договоров как лицензионное соглашение, договор о совместной деятельности, агентский договор, договор комиссии и дистрибьютерский договор.

Их основные их отличия охарактеризованы в таблице:

Вид договора	Отличия от договора франчайзинга
Лицензионное соглашение	Предусматривает использование прав на объекты интеллектуальной собственности, но, в отличие от договора франчайзинга, имеет узкую направленность и не обязывает стороны работать в одной системе
Договор о совместной деятельности	Предполагает постоянное сотрудничество сторон и совпадение их конечных интересов, чего нет в договоре франчайзинга, где сотрудничество сторон оговорено их ограничительными обязательствами
Агентский договор комиссии	Стороны договоров таких видов действуют только от своего имени, в своих интересах и за свой счёт
Дистрибьютерский договор	Дистрибьютер, в отличие от франчайзи, платит за возможность работы с использованием товарного знака франчайзера не паушальный взнос и роялти, а получает часть прибыли в виде вознаграждения от продажи товаров фирмы-производителя

Франчайзинговое соглашение (далее - договор франчайзинга) может быть заключено на определенный срок или без указания срока. Если срок в договоре не указан, договор считается заключенным без указания срока. В этом случае любая из сторон вправе в любое время отказаться от договора, уведомив об этом другую сторону за шесть

месяцев, если договором не предусмотрен более продолжительный срок.

Исходя из зарубежной практики, договор франчайзинга заключается на сроки, достигающие нескольких десятков лет. Причем предприниматель не может прекратить работу, не понеся при этом финансовых потерь. Однако в связи с трудностями в долгосрочном прогнозировании в российских условиях, отечественные предприниматели не могут позволить себе заключать договор на 15-20 лет, и срок действия договора обычно не превышает трёх лет.

Гражданским законодательством РФ предусмотрена возможность заключения договора субфранчайзинга. При подписании такого документа следует внимательно относиться к первичному договору франчайзинга, на основании которого он заключается. Ведь если договор франчайзинга является недействительным, недействительны и заключенные на основании его договоры субфранчайзинга.

## 4.2. Форма договора франчайзинга

Договор заключается в письменной форме и подлежит обязательной государственной регистрации. Если иное не предусмотрено в договоре, его государственную регистрацию осуществляет франчайзер.

Если используется объект, охраняемый в соответствии с патентным законодательством (товарный знак, знак обслуживания, изобретение, полезная модель, промышленный образец, наименование мест происхождения товара), договор регистрируется в Роспатенте.

В договоре франчайзинга может быть прописано, что франчайзи выплачивает вознаграждение только в виде паушального платежа или только в виде роялти. Широко распространён и комбинированный способ: сразу после заключения договора - паушальный платеж, а в течение срока его действия - роялти.

## 4.3. Заключение договора франчайзинга

Договор франчайзинга является нормативной основой любых взаимоотношений между франчайзером и франчайзи. При заключении договора возникает ряд важных вопросов, которые необходимо отразить в его тексте. Особенно важен вопрос о том, при каких обстоятельствах франчайзи может выйти из договора и сколько это ему будет стоить.

Обычно франчайзер имеет право аннулировать договор, если франчайзи:

- не получает запланированной прибыли;
- бросает тень на репутацию других франчайзи;

- не предоставляет франчайзеру требуемых отчетов о состоянии дел.

Для аннулирования договора могут быть определены и иные основания.

Обычно франшизные права сохраняют силу в период от одного года до пяти лет с возможностью их продления. Но бывают исключения. Например, «Макдоналдс» продает право пользования франшизой в конкретном месте сроком на 20 лет. В отличие от этого, отдельные франшизные права могут длиться и без срока давности, но договор при этом содержит пункт, дающий франчайзеру или франчайзи право аннулирования договора суведомлением за 30-60 дней.

Наличие или отсутствие права продать или переуступить франшизу третьим лицам определяет, действительно ли франчайзи является независимым владельцем предприятия или, по сути, имеет статус филиала сети. Положения договора должны отражать права франчайзи на создание прибыльного предприятия и на последующую его продажу на рынке. Однако из такого правила бывают свои исключения.

Другим спорным моментом является цена, по которой франчайзи могут обязать продать франшизу либо другому предприятию, либо обратно франчайзеру. Это обязательство часто означает, что для перспективного покупателя франчайзи должен продавать своё бизнес не по справедливой, а по фиксированной, иногда даже заниженной цене, что спорно.

#### 4.4. Виды договоров франчайзинга

В таблице охарактеризованы основные виды франшиз и вытекающие из этого особенности договоров франчайзинга:

<b>Вид франшизы</b>	<b>Особенности договора</b>
Комбинированные франшизы	Договор подписывают двое и более франчайзи, использующие рабочие площади совместно, для более полного предложения товаров
Конвертируемые франшизы	Сторонами договора являются независимые фирмы-субфранчайзи, которые становятся подразделениями уже существующих предприятий-франчайзи
Дистрибьюторные франшизы	Субъекты договора - франчайзи, которые распространяют товары, произведённые франчайзером или полученные из других источников
Территориальные франшизы	Франчайзи обладают правом использовать франшизу по территориальному принципу, что позволяет им обслуживать весь закрепленный за ними регион

Вид франшизы	Особенности договора
Единичные франшизы	Франчайзи обладают правом использовать франшизу только в одном месте
Множественные франшизы	Франчайзи обладают правом открыть одновременно несколько точек продажи товаров (услуг)
Франшизы на фирменное имя	Франчайзи устанавливают связи с поставщиками, аналогичные дистрибьюторским соглашениям. Франчайзеры в этом случае поставляют товар, который франчайзи продает под товарным знаком франчайзера или под его логотипом
Субфраншизы	Франчайзи на закрепленной за ними территории имеют право продавать товары (услуги) по франшизе другим предпринимателям этого региона

## 4.5. Как заключить договор франчайзинга

Договор франчайзинга должен быть заключен в письменной форме. Кроме того, он подлежит:

- государственной регистрации в соответствующем органе, ведущем реестр юридических лиц и индивидуальных предпринимателей без образования юридического лица;
- регистрации в Роспатенте, если по договору передаются права на использование объектов, охраняемых патентом или свидетельством, зарегистрированным и выданным Российским агентством по патентам и товарным знакам.

Для договора франчайзинга предусмотрена специальная процедура регистрации, обусловленная особенностями порядка регистрации возникновения и закрепления исключительных прав на объекты нематериальных активов (фирменные наименования, товарные знаки и другие объекты), а также вытекающими из этого правилами передачи этих прав.

Несоблюдение требований, предъявляемых к моменту и форме заключения договора франчайзинга, влечёт серьёзные последствия для всех сторон - вплоть до признания договора недействительным.

Наконец, существует такая разновидность договора франчайзинга, которая для франчайзи предусматривает возможность разрешать другим лицам использовать предоставленные ему исключительные права на условиях субфранчайзинга.

Такой договор обязательно согласуется с франчайзером, либо заранее определяется в договоре. Предоставленные на основе субфранчайзинга права являются производными от прав, полученных франчайзи по

основному договору, и не выходят за их пределы. В противном случае это рассматривается как нарушение договорных обязательств франчайзи.

При досрочном прекращении договора последний, с согласия франчайзера, может быть преобразован в договор между франчайзером и вторичным франчайзи. Таким образом, вторичный франчайзи отвечает непосредственно перед франчайзером за причиненный вред, хотя и не состоит с ним в прямых договорных отношениях.

#### 4.6. Права и обязанности сторон договора

Договор франчайзинга содержит обязательные для сторон правила. Так, франчайзер обязан обеспечить франчайзи все необходимые условия для реализации предоставленных ему прав.

Франчайзи, со своей стороны, должен в полном объеме реализовать полученные права, то есть осуществлять предусмотренную договором хозяйственную деятельность в оговоренном масштабе и на таком уровне, который соответствует качеству товаров (услуг). При этом франчайзи не вправе вводить потребителя в заблуждение и обязан информировать его о том, что торговля товаром или иная деятельность осуществляется им не самостоятельно, а по договору франчайзинга.

В обязанности франчайзи также входит неразглашение предоставленной ему франчайзером конфиденциальной коммерческой информации. Нарушение последнего требования может нанести франчайзеру существенный экономический ущерб и составляет для него один из главных рисков, поскольку сохранение сведений в тайне служит необходимой предпосылкой их коммерческой

ценности.

В договор франчайзинга можно включить обязательства, ограничивающие свободу действий той или другой стороны в рамках договорных отношений. Речь может идти об отказе франчайзи от получения аналогичных франшиз по договорам с конкурентами франчайзера. При этом договорные условия, направленные на ограничение конкуренции, не должны подпадать под действие Закона о конкуренции. В противном случае они могут быть оспорены и признаны недействительными.

Обязательство франчайзера не выдавать франшизу другим франчайзи на той же территории и обязательство франчайзи не конкурировать с франчайзером на территории действия договора обусловлены необходимостью определить объем предоставляемых исключительных прав, включая разграничение территориальной и иной сферы их использования между франчайзером и франчайзи.

Кроме того, франчайзи должен согласовывать с франчайзером вопросы расположения и оформления коммерческих помещений. Это требование прямо вытекает из его обязанности соблюдать инструкции и указания франчайзера относительно внешнего и внутреннего оформления помещений. Франчайзи имеет преимущественное право на заключение нового договора в течение трёх лет с момента окончания срока действия первоначального договора.

Если франчайзер нарушил права франчайзи, заключив в указанный срок договор франчайзинга с другим лицом или выдав разрешение на субфранчайзинг, он обязан возместить франчайзи понесенные им вследствие этого убытки в полном объеме, включая упущенную выгоду.

Изменения, а также досрочное расторжение договора

оформляются в том же порядке, в котором был заключен сам договор.

Изменения в правах франчайзи на объекты нематериальных активов и интеллектуальной собственности следует внести в соответствующие государственные реестры, в которых зарегистрированы договор и выданные на его основе лицензии. В противном случае в отношениях с третьими лицами эти документы могут быть признаны недействительными.

Законодательством установлены и некоторые специальные основания прекращения договорных отношений:

- вследствие прекращения принадлежащих франчайзеру прав на фирменное наименование или коммерческое обозначение без приобретения другого наименования;
- вследствие объявления одной из сторон договора банкротом.

В завершающей части главы, посвященной юридическим аспектам заключения франчайзингового соглашения, еще раз подчеркнем, что рассмотренный документ имеет особый статус, ибо закрепляет важнейшие права и обязанности сторон, а заключается на весьма длительный срок. Поэтому договор франчайзинга нужно готовить особенно тщательно.

Вместе с тем, вступая в переговоры с франчайзером и пытаясь переубедить его в необходимости включения в договор тех или иных условий, не следует забывать, что аналогичные соглашения подписываются не только с Вами, но и с другими франчайзи. Следовательно, проблематично каждый раз менять договорные условия и тем самым породить недовольство со стороны тех, кто подписал такие

документы раньше.

Одним словом, договор франчайзинга должен быть единым для всех франчайзи. Если его условия Вам не подходят, скорее всего, речь идёт о том, что не подходит и сам вариант покупки именно этой франшизы.

Тем не менее, несмотря на то, что важнейшие положения договора франчайзинга носят стандартный характер, для каждого конкретного случая это соглашение является индивидуальным. Это касается таких условий, как условия поставки товаров, уровень текущих платежей, корректировка тех или иных параметров в зависимости от местоположения франчайзи, размера его предприятия и специализации.

Типовые договоры франчайзинга часто размещаются на сайтах компаний- франчайзеров для всеобщего обозрения. Поэтому прежде, чем приступить к решительным действиям и вступать в длительные переговоры с предполагаемым партнёром, есть смысл изучить типовую форму договора заранее. В большинстве случаев в проработке этих и других правовых вопросов не будут лишними услуги профессионального юриста. Экономия на этих услугах способна обернуться для Вас серьёзными экономическими потерями.

## 5. КАК ОЦЕНИТЬ ЗАТРАТЫ ФРАНЧАЙЗИ

*Конечно, обдумывай «что», но еще больше  
обдумывай «как»!*

Иоганн Вольфганг Гете, поэт

*Чем больше средства, тем трудней жить по  
средствам.*

Ричард Уэйтли, архиепископ

*Если проблему можно решить за деньги, то это не проблема:  
это рас - ходы.*

Народная мудрость

### 5.1. Платежи франчайзи в адрес франчайзера

В ходе принятия решения о приобретении франшизы Вам предстоит предельно внимательно отнестись к оценке всех видов будущих затрат. К сожалению, отвечая на этот вопрос, продавец франшизы не всегда даёт исчерпывающий ответ, часто подразумевая, что будущий франчайзи интересуется только теми затратами, которые касаются его расчетов с франчайзером и в состав которых входят:

- Первоначальный (паушальный) взнос, который по своей величине обычно составляет до 10% всех инвестиций
- Периодические, то есть ежемесячные или ежеквартальные, платежи в виде роялти, составляющие в среднем от 4 до 7% от фактического объема продаж (хотя у некоторых франчайзи этот норматив может быть и другим, в том числе в процентах от прибыли)
- Оплата товаров, приобретаемых у франчайзера с учетом предоставляемых ценовых скидок

- Платежи в рекламный фонд франшизной системы, которые на практике достигают 3 % от фактического объема продаж

Разумеется, это далеко не все затраты франчайзи! Вне списка оказались такие весомые статьи бюджета, как затраты на оборудование, инструмент, аренду помещений, не говоря уже о средствах на заработную плату, финансировании товарно-материальных запасов и накладных расходах.

Одним словом, нужно составить тот раздел бизнес-плана, который посвящён обоснованию всех видов затрат. Пояснения о содержании такого раздела приведены в Приложении 1 к Пособию.

Наконец, Вам необходимо верно посчитать налоги государству и взносы во внебюджетные фонды, а для этого определиться с системой налогообложения, по которой будет работать Ваша фирма.

А теперь обо всём по порядку.

## 5.2. Единовременные затраты франчайзи

Для корректного расчета налогов, прибыли и экономических показателей деятельности предприятия затраты фирмы-франчайзи следует разделить, прежде всего, на единовременные и текущие.

Единовременные затраты - это разовые расходы на приобретение основных средств, нематериальных активов и реализацию отдельных проектов. И основные средства, и нематериальные активы имеют свойство использоваться в бизнес-процессе многократно, не изменяя свою первоначальную форму. Свою стоимость на стоимость готовой продукции они переносят через амортизацию, по мере своего физического и морального износа. Отсюда их

обобщающее название - амортизируемое имущество.

Примеры основных средств - здания, сооружения, машины, оборудование, вычислительная техника, транспортные средства, инструмент, измерительные и регулирующие приборы и устройства.

Примеры нематериальных активов - деловая репутация, клиентская база, фирменное наименование, навыки руководства, квалификация персонала, запатентованные способы производства, изобретения, полезные модели, ноу-хау, товарные знаки, знаки обслуживания, авторские права, лицензии.

К амортизируемому имуществу относят те виды имущества, которые принадлежат Вам на правах собственности и имеют срок амортизации более 12 месяцев, а первоначальную стоимость выше 100000 рублей (ст. 257 НК РФ).

Наиболее распространенный метод начисления амортизации износа - равномерно-линейный метод. Для того, чтобы верно рассчитать амортизацию по равномерно-линейному методу, следует воспользоваться следующей формулой:

$$\text{Амортизация} = \text{Сперв} * \text{Наморт} / 100$$

где **Сперв** - первоначальная стоимость (включает в себя стоимость покупки, доставки и монтажа, а также иные затраты, сопровождающие ввод имущества в эксплуатацию)

**Наморт** - норма амортизации, %

Норму амортизации можно взять из справочника для соответствующей группы имущества или исходя из нормативного срока его службы. Для предварительной оценки, выполняемой при составлении бизнес-плана, норма амортизации рассчитывается, исходя из нормативного срока

службы. Например, когда он составляет 5 лет, годовая норма амортизации будет определена как  $100\% : 5 = 20\%$ .

В некоторых системах налогообложения (например, упрощенной системе) амортизация вообще не учитывается, а при любых системах налогообложения амортизации не подлежат земля, объекты природопользования, материально-производственные запасы и товары, объекты незавершенного капитального строительства и ценные бумаги.

### 5.3. Текущие затраты франчайзи

В отличие от единовременных затрат, текущие затраты (их принято называть себестоимостью) - это затраты не разовые, а возникающие каждый раз при производстве и реализации очередного товара или услуги. Разновидностью себестоимости будут также издержки, которыми называют текущие затраты в целом по предприятию, взятые за определенный отрезок времени: например, месячные, квартальные, годовые издержки.

Уровень себестоимости во многом определяет рентабельность предприятия, эффективность его работы, поскольку в отличие от внешних обстоятельств (конъюнктура спроса на продукцию, наличие конкурентов, их цены), снижение и оптимизация себестоимости, в основном, зависит от самой фирмы.

Основную долю в себестоимости для производственных фирм обычно занимают материальные затраты, стоимость которых включает не только цену приобретения ресурсов, но и комиссионные вознаграждения снабженческим организациям, наценки (надбавки), стоимость услуг брокеров, таможенные пошлины, а также

плату за транспортировку, хранение и доставку сторонними организациями. Стоимость возвратных материалов (например, остатков сырья, теплоносителей, оборотной тары) из итоговой величины стоимости при этом вычитается.

В составе материальных затрат принято выделять:

- *Сырье и основные материалы*, которые составляют основу будущей готовой продукции, «тело продукта» или являются его необходимым компонентом (для изделий из дерева это древесина, для одежды - ткани и т.д.)
- *Покупные фабрикаты и комплектующие изделия* подвергаются дополнительной обработке или сборке-монтажу (при сборке компьютера это отдельные компоненты - системный блок, материнская плата, процессор и т.д.)
- *Вспомогательные материалы* добавляются к основным с целью изменения их внешнего вида или иных характеристик, а также используются для обслуживания производственного процесса (красители, смазки, обтирочные материалы, материалы для уборки рабочих мест)
- *Топливо* (твердое, жидкое, газообразное) и *энергия* (электрическая, тепловая, сжатый воздух, холод) приобретаются на стороне и для некоторых видов бизнеса имеют повышенное значение и занимают значительный удельный вес в общей сумме затрат

Затраты на оплату труда отражают затраты на персонал предприятия. В эти затраты входят все выплаты работникам фирмы (не только из постоянного штата, но и его временных работников), премии по действующим положениям, вознаграждения по итогам года, а также оплата отпусков.

Что же касается прочих расходов, то к ним относят все

неупомянутые статьи затрат: арендную плату, расходы на рекламу, вспомогательные и расходные материалы, командировки, коммунальные услуги, услуги связи, транспортные расходы, услуги сторонних организаций, амортизация, текущий ремонт, организационные расходы, проценты за кредит, гарантийный ремонт и обслуживание, подготовка и переподготовка кадров, сертификация продукции, страхование имущества, уборка помещений и непредвиденные расходы.

Существует много способов классификации затрат. Наиболее важными являются способы разделения затрат на постоянные и переменные, а также на прямые и косвенные.

Величина постоянных затрат остается примерно одинаковой при изменениях объема производства (арендная плата, амортизация, содержание основных фондов, заработная плата управленческого персонала). То есть при колебаниях объёмов выпуска эти затраты не меняются или меняются незначительно и, во всяком случае, непропорционально изменению объема выпуска. В противоположность этому, переменные затраты под влиянием изменений объема выпуска увеличиваются или уменьшаются пропорционально таким изменениям.

Еще один признак классификации затрат состоит в том, что по способу отнесения на себестоимость отдельных видов продукции их принято делить на прямые и косвенные. Такое деление имеет смысл только для предприятий, выпускающих от двух и более видов продукции, поскольку при производстве одного вида продукции все затраты будут прямыми, ибо будут связаны со всей продукцией сразу.

Прямые затраты обычно образуются в процессе производства или сбыта продукции и исчезают при отказе от её выпуска. К ним чаще всего относят такие статьи как: сырье

и основные материалы; полуфабрикаты; транспортно-заготовительные расходы; энергия на технологические цели; заработная плата основных производственных рабочих и начисления на эту заработную плату (взносы во внебюджетные фонды, отчисления на социальное страхование от несчастных случаев).

Косвенные затраты нельзя рассчитать по отдельным изделиям, поскольку они связаны с выпуском нескольких видов продукции или с различными стадиями её обработки. Их неприятная особенность состоит в том, что они никуда не исчезают при отказе от выпуска какой-либо продукции, а при расчете полной себестоимости отдельных товаров (услуг) мы вынуждены их «размазывать» между всеми продуктами.

К косвенным затратам относятся: заработная плата и начисления на неё по административному и вспомогательному персоналу; арендная плата; расходы на содержание основных фондов; все виды общехозяйственных расходов, которые не имеют прямого отношения к производству и реализации конкретного вида продукции или услуг.

#### 5.4. Налоги франчайзи

Франчайзи, как и любой субъект предпринимательской деятельности, выступает в роли налогоплательщика.

В зависимости от вида и масштабов бизнеса, Вы должны выбрать одну из систем налогообложения:

- общий режим налогообложения;
- один из специальных режимов налогообложения, в том числе:
  - упрощенная система налогообложения (УСН);

- патентная система налогообложения.

Для детального изучения налогов и сборов, соответствующих перечисленным системам налогообложения, необходимо обратиться непосредственно к тексту Налогового Кодекса Российской Федерации (НК РФ) и соответствующих законодательных актов.

При выборе системы налогообложения следует выяснить:

- Сколько видов деятельности Вы будете осуществлять
- Удовлетворяют ли Ваши показатели условиям и ограничениям, установленным НК РФ, для применения УСН
- Если возможно применение УСН, то какова доля расходов по отношению к доходам, так как от этого зависит выбор объекта налогообложения «Доходы» или «Доходы минус расходы»

Для окончательного решения имеет смысл выполнить варианты расчеты с помощью шаблонов финансовой части бизнес-плана. Пояснения по указанным шаблонам приведены в Главе 3 нашего Пособия в разделе «Шаг 5. Составление бизнес-плана».

Для выбора системы налогообложения Вам нужно составить прогноз бюджета и сравнить итоговые финансовые показатели, предполагаемые доходы и расходы по разным вариантам налогообложения.

В нашем Пособии мы ограничимся сжатой характеристикой налогов и взносов, подлежащих уплате организациями и индивидуальными предпринимателями по разным системам налогообложения.

## Выбор варианта налогообложения и расчет налогов

При составлении бизнес-плана нужно выбрать систему налогообложения и рассчитать величину налогов, которые зависят от выбранной организационно- правовой формы предприятия и системы налогообложения.

В Санкт-Петербурге параллельно действуют несколько систем налогообложения, в частности:

- **Общий режим налогообложения (ОСН)**  
**и специальные налоговые режимы**
- Упрощенная система налогообложения (УСН).
- Патентная система налогообложения для

индивидуальных предпринимателей (ПСН).

Ниже приведены основные отличия этих систем налогообложения, а также даны рекомендации для расчета налогов отдельно для юридических лиц и для индивидуальных предпринимателей.

### Условия применения ОСН

Для общей системы налогообложения нет специальных условий. Организации и ИП применяют ее автоматически с момента создания (регистрации), если не заявят о переходе на специальный налоговый режим. А вот для перехода на спецрежим вам нужно: соответствовать определенным условиям; подать заявление или уведомление о переходе.

### Какие налоги, сборы и взносы платят организации на ОСН

Общий режим налогообложения предусматривает достаточно много налогов, сборов и взносов. Однако все их можно условно разделить на:

- основные, которые платят большинство организаций;

- прочие, которые нужно платить, только когда есть какие-то особые операции или объекты налогообложения.

#### **Основные налоги и взносы - это:**

- 1) налог на прибыль;
- 2) НДС;
- 3) страховые взносы за работников;
- 4) НДФЛ за работников, который организация платит как налоговый агент.

Кроме того, как налоговый агент организация в определенных случаях платит НДС и налог на прибыль.

#### **Прочие налоги и сборы:**

- 1) налог на имущество организаций - если у вас есть облагаемая недвижимость (п. 1 ст. 374 НК РФ);
- 2) земельный налог - если есть облагаемые земельные участки в собственности, на праве постоянного (бессрочного) пользования либо которые получила управляющая компания ПИФ (ст. ст. 388, 389 НК РФ);
- 3) транспортный налог - если на вашу организацию зарегистрированы транспортные средства (ст. ст. 357, 358 НК РФ);
- 4) акцизы - если у вас есть операции с подакцизными товарами (пп. 1, 3 п. 1, п. 2 ст. 179, ст. 182 НК РФ);
- 5) водный налог - если вы по лицензии пользуетесь водными объектами согласно п. 1 ст. 333.9 НК РФ (п. 1 ст. 333.8 НК РФ);
- 6) сборы за пользование объектами животного мира и водных биологических ресурсов - если у вас есть разрешения на добычу (вылов) животных (ст. 333.1 НК РФ);

- 7) налог на добычу полезных ископаемых - если пользуетесь недрами и добываете полезные ископаемые (ст. ст. 334, 336 НК РФ);
- 8) налог на дополнительный доход от добычи углеводородного сырья - если являетесь пользователем недр в соответствии с п. 1 ст. 333.43 НК РФ, ведете деятельность по освоению участков недр и получаете дополнительный доход от добычи углеводородного сырья на участках согласно п. 1 ст. 333.45 НК РФ;
- 9) налог на игорный бизнес - если организуете и проводите азартные игры и получаете доход в виде выигрыша или платы за их проведение (ст. ст. 364, 365 НК РФ);

### **Какие налоги, сборы и взносы платят ИП на ОСН**

Все налоги (сборы, взносы), которые должен платить ИП на ОСН и по которым он должен сдавать отчетность (если она предусмотрена для конкретного налога, взноса, сбора), можно условно разделить:

- на основные, которые платят практически все ИП;
- прочие, которые нужно платить, только когда есть какие-либо особые операции или объекты обложения.

### **Основные налоги для ИП на ОСН - это:**

- НДФЛ, который он платит со своих доходов.  
По нему нужно вести книгу учета доходов и расходов, а также заполнять и сдавать декларацию по форме 3-НДФЛ (п. 2 ст. 54, пп. 1 п. 1, п. 5 ст. 227, п. 1 ст. 229 НК РФ, п. п. 2, 4 Порядка, утвержденного Приказом Минфина России N 86н, МНС России N БГ-3-04/430 от 13.08.2002);
- НДС;

- страховые взносы за себя.

По страховым взносам за себя отчетность не предусмотрена.

Если у ИП есть работники, то ему придется платить за них страховые взносы и НДФЛ в качестве налогового агента, а также подавать отчетность.

В некоторых случаях предприниматель также должен исполнять обязанности налогового агента по НДС и по налогу на прибыль.

### **Прочие налоги и сборы для ИП на ОСН - это:**

- налог на имущество физических лиц - если в собственности есть облагаемая недвижимость. Налог вы платите в том же порядке, что и обычные физлица (ст. ст. 400, 401 НК РФ).

Отчетность по этому налогу не предусмотрена. Инспекция сама рассчитает налог и пришлет вам уведомление (п. 1 ст. 408, п. 2 ст. 409 НК РФ);

- земельный налог - если в собственности, на праве постоянного (бессрочного) пользования или пожизненного наследуемого владения есть облагаемые земельные участки. Налог вы платите в том же порядке, что и обычные физлица (ст. ст. 388, 389 НК РФ).

Отчетность по этому налогу не предусмотрена. Инспекция сама рассчитает налог и пришлет вам уведомление (п. 3 ст. 396, п. 4 ст. 397 НК РФ);

- транспортный налог - если на ИП зарегистрированы облагаемые транспортные средства. Налог вы платите в том же порядке, что и обычные физлица (ст. ст. 357, 358 НК РФ).

Отчетность по этому налогу не предусмотрена. Инспекция сама рассчитывает налог и пришлет вам уведомление (п. 1 ст. 362, п. 3 ст. 363 НК РФ);

- акцизы - если у вас есть операции с подакцизными товарами (пп. 2, 3 п. 1, п. 2 ст. 179, ст. 182 НК РФ).

По акцизам нужно заполнять и подавать декларации (п. 5 ст. 204 НК РФ). Формы деклараций отличаются для разных видов подакцизных товаров;

- водный налог - если по лицензии пользуетесь водными объектами согласно п. 1 ст. 333.9 НК РФ (п. 1 ст. 333.8 НК РФ).

По водному налогу нужно заполнять и подавать декларации (ст. 333.15 НК РФ);

- сборы за пользование объектами животного мира и водных биологических ресурсов - если у вас есть разрешения на добычу (вылов) животных (ст. 333.1 НК РФ).

В определенных случаях ИП должны подавать в налоговые органы сведения, предусмотренные ст. 333.7 НК РФ;

- налог на добычу полезных ископаемых (НДПИ) - если пользуетесь недрами и добываете полезные ископаемые (ст. ст. 334, 336 НК РФ).

По НДПИ нужно заполнять и подавать декларации начиная с периода, в котором стали добывать полезные ископаемые (ст. 345 НК РФ).

Форма декларации, Порядок ее заполнения, а также Формат представления в электронном виде утверждены Приказом ФНС России от 20.12.2018 N ММВ-7-3/827@;

**Предприниматели на ОСН не платят** налог на дополнительный доход от добычи углеводородного сырья, налог на игорный бизнес (п. 1 ст. 333.43, ст. 365 НК РФ).

### **ОСН в сравнении с другими режимами налогообложения**

На ОСН есть как плюсы, так и минусы по сравнению со специальными налоговыми режимами.

#### **Минусы:**

- налоговая нагрузка, как правило, выше, чем при спецрежиме.  
Однако в отдельных случаях возможны льготы по налогам (освобождение от налога по отдельным операциям, пониженные ставки налога и т.п.);
- больше отчетности, чем на спецрежиме, так как число налогов больше. Причем по НДС декларацию нужно сдавать только в электронном виде (п. 5 ст. 174 НК РФ);
- больше внимания со стороны налоговых органов, чем к плательщикам на спецрежимах.

#### **Плюсы:**

- не нужно следить за ограничениями, которые есть на спецрежимах. Это значит, что вы свободно можете переходить на новые виды деятельности, расширять бизнес: закупать основные средства, нанимать новых работников, не меняя при этом режим налогообложения;
- у вас может быть больше покупателей, чем на спецрежиме, за счет тех, кто также применяет ОСН. Им выгоднее работать с продавцами на ОСН, так как можно получить вычет по НДС.

## Упрощенная система налогообложения

Правовые основы введения и применения упрощенной системы налогообложения (УСН) определены главой 26.2 НК РФ «Упрощенная система налогообложения».

### Условия для перехода на УСН и ее применения организациями

**Чтобы перейти на УСН**, ваша организация должна соответствовать следующим условиям:

- размер дохода за 9 месяцев года, в котором вы подаете уведомление о переходе на УСН, не должен превышать значение 112,5 млн руб., умноженное на коэффициент-дефлятор. На 2021 г. коэффициент-дефлятор равен 1,032. С учетом индексации на этот коэффициент лимит составляет 116,1 млн руб. (п. 2 ст. 346.12 НК РФ, Приказ Минэкономразвития России от 30.10.2020 N 720). Для вновь созданных организаций это условие не действует;
- вы должны вовремя уведомить вашу инспекцию о переходе на УСН. Если вы нарушите срок, то не сможете применять этот спецрежим.

Когда вы переходите на УСН, проверьте, чтобы у вас выполнялись и условия для ее дальнейшего применения.

**В период применения УСН** соблюдайте следующие ограничения:

- размер доходов за год или любой отчетный период на УСН не должен превышать 150 млн руб. На 2021 г. этот лимит на коэффициент-дефлятор не индексируется (п. 1.1, 2.1 ст. 346.20 НК РФ, Письмо Минфина России от 27.01.2021 N 03-11-06/2/4855);

- остаточная стоимость ОС не должна быть больше 150 млн руб. (пп. 16 п. 3 ст. 346.12 НК РФ);
- средняя численность работников не должна превышать 100 человек (п. п. 1.1, 2.1 ст. 346.20 НК РФ);
- вид деятельности не должен быть запрещен для УСН (п. 3 ст. 346.12 НК РФ);
- доля участия других компаний в вашей организации не должна превышать 25%. Размер участия физлиц или государства значения не имеет (пп. 14 п. 3 ст. 346.12 НК РФ). Некоторым организациям это условие соблюдать не нужно;
- у вас не должно быть филиалов (пп. 1 п. 3 ст. 346.12 НК РФ). При этом другие обособленные подразделения, в том числе представительства, на УСН иметь можно.

При нарушении любого из перечисленных ограничений, кроме лимита доходов и средней численности работников, вы утратите право на УСН (п. 4 ст. 346.13 НК РФ).

Когда ограничения по размеру доходов и (или) средней численности работников не соблюдены, последствия будут следующими.

**Если превышение** небольшое, право на УСН вы сохраняете. Организация продолжает использовать УСН, даже когда:

- за год или за любой отчетный период доходы превышают 150 млн руб., но остаются в пределах 200 млн руб. На 2021 г. лимиты 150 млн руб. и 200 млн руб. на коэффициент-дефлятор не индексируются (Письмо Минфина России от 27.01.2021 N 03-11-06/2/4855);
- средняя численность работников превышает 100 человек, но остается в пределах 130 человек.

Допускать такие превышения пороговых величин нежелательно. При любом из них налог на УСН придется

уплачивать по более высокой ставке. В зависимости от объекта налогообложения ставка составит (п. п. 1.1, 2.1 ст. 346.20 НК РФ):

- 5) 20% - при объекте "доходы минус расходы";
- 6) 8% - при объекте "доходы".

**Если превышение значительное** (средняя численность работников более 130 человек или доход более 200 млн руб.), организация утрачивает право на УСН с начала квартала, в котором допущено превышение (п. 4 ст. 346.13 НК РФ). На 2021 г. лимит дохода не индексируется (Письмо Минфина России от 27.01.2021 N 03-11-06/2/4855). Ограничение по средней численности работников не применяется к организациям потребительской кооперации и некоторым другим лицам (пп. 15 п. 3 ст. 346.12 НК РФ).

## **Условия для перехода на УСН и ее применения индивидуальными предпринимателями**

**Чтобы перейти на УСН**, нужно вовремя уведомить свою инспекцию о переходе, иначе вы не сможете применять этот спецрежим.

Также вам надо проверить, выполняются ли условия для дальнейшего применения УСН.

**В период использования УСН** соблюдайте следующие ограничения:

- размер доходов за год или любой отчетный период на УСН не должен превышать 150 млн руб. На 2021 г. указанный лимит на коэффициент-дефлятор не индексируется (п. п. 1.1, 2.1 ст. 346.20 НК РФ, Письмо Минфина России от 27.01.2021 N 03-11-06/2/4855);
- остаточная стоимость ОС не должна быть больше 150 млн руб. (пп. 16 п. 3 ст. 346.12 НК РФ);

- средняя численность работников не должна превышать 100 человек (п. п. 1.1, 2.1 ст. 346.20 НК РФ);
- вид деятельности ИП не должен быть запрещен для УСН (п. 3 ст. 346.12 НК РФ).

При нарушении любого из перечисленных условий, кроме лимита доходов и средней численности работников, вы утратите право на УСН (п. 4 ст. 346.13 НК РФ).

В случае несоблюдения ограничений по размеру доходов и (или) средней численности работников, последствия будут следующими.

**Если превышение небольшое**, ИП не утрачивает право на УСН. Он продолжает использовать УСН, даже когда:

- доходы за год или за любой отчетный период превышают 150 млн руб., но остаются в пределах 200 млн руб. На 2021 г. указанные лимиты на коэффициент-дефлятор не индексируются (Письмо Минфина России от 27.01.2021 N 03-11-06/2/4855);
- средняя численность работников превышает 100 человек, но остается в пределах 130 человек.

Допускать такие превышения пороговых величин нежелательно. При любом из них налог на УСН придется уплачивать по более высокой ставке. В зависимости от объекта налогообложения ставка составит (п. п. 1.1, 2.1 ст. 346.20 НК РФ):

- 20% - при объекте "доходы минус расходы";
- 8% - при объекте "доходы".

**Если превышение более значительное** (средняя численность работников или доход за соответствующий период превышает 130 человек или 200 млн руб.), ИП утрачивает право на УСН с начала квартала, в котором допущено превышение (п. 4 ст. 346.13 НК РФ). Учтите: на 2021 г. лимит дохода на коэффициент-дефлятор не

индексируется (Письмо Минфина России от 27.01.2021 N 03-11-06/2/4855).

С 1 января 2021 года по настоящее время в Санкт-Петербурге **7% - при объекте "доходы минус расходы"; 6% - при объекте "доходы"** (ст. 1 Закона Санкт-Петербурга от 05.05.2009 N 185-36 (ред. от 24.12.2020))

## Патентная система налогообложения

Патентную систему налогообложения (ПСН) может применять только индивидуальный предприниматель и только по определенным видам деятельности.

Среди них - розница, общепит, перевозки. Другие ограничения: средняя численность работников - не больше 15 человек, а доходы - не больше 60 млн руб. в год (ст. 346.43 НК РФ, Письмо Минфина от 17.12.2019 N 03-11-11/98730).

ПСН нельзя применять при торговле маркированными одеждой, обувью и лекарствами. При продаже других маркированных товаров - можно (Письма Минфина от 11.02.2021 N 03-11-11/9013, от 22.09.2020 N 03-11-06/3/82896).

Патент заменяет НДФЛ и НДС. Налог на имущество за недвижимость, используемую для деятельности на патенте, надо платить только по кадастровой стоимости (ст. 346.43 НК РФ).

ИП на патенте платит страховые взносы за себя, а также НДФЛ и взносы за работников.

Декларации по ПСН нет, но надо вести книгу учета доходов. ИП с работниками сдает отчетность по страховым взносам и НДФЛ с доходов работников (ст. ст. 346.52, 346.53 НК РФ).

Получить патент можно на календарный год или на несколько месяцев в течение года, подав заявление в ИФНС по месту жительства. Если же планируете работать в другом регионе, подавайте заявление в ИФНС того субъекта РФ, где будете вести деятельность (форма 26.5-1). А при перевозках - туда, где будете заключать договоры (п. п. 2, 5 ст. 346.45 НК РФ).

Через 5 рабочих дней ИФНС выдаст патент. В нем будет указана стоимость и срок оплаты.

Срок оплаты патента зависит от срока его действия. Патент на срок до 6 месяцев можно оплатить в течение срока действия патента. Патент на 6 - 12 месяцев оплачивайте двумя платежами - 1/3 в течение 90 календарных дней после начала действия патента и 2/3 - в течение срока действия патента.

ИП с работниками уменьшает стоимость патента на страховые взносы, уплаченные за себя и за работников, но не более чем на 50%. ИП без работников может уменьшить патент на всю сумму уплаченных за себя взносов. Уведомление об уменьшении стоимости патента подайте в ИФНС в любое время после уплаты взносов, но лучше до оплаты патента (ст. 346.51 НК РФ, Письмо ФНС от 02.06.2021 N СД-4-3/7704@).

Налоговая ставка при применении патентной системы равна 6%.

Рассчитать стоимость патента вы можете сами на сайте ФНС.

## Пример 1

Укажите информацию для расчета

Период:\*  
2021

Период:\*  
01.11.2021 31.12.2021

УФНС:\*  
78 Санкт-Петербург

Вид деятельности:\*  
Ремонт и пошив швейных, меховых и кожаных изделий, головных уборов и изделий из текстильной галант...

Рассчитать

---

**СТОИМОСТЬ ПАТЕНТА: 6016 РУБ.**

Налогоплательщик вправе уменьшить суммы налога, уплачиваемого в связи с применением патентной системы налогообложения, на сумму указанных в пункте 1.2 статьи 346.51 Налогового кодекса Российской Федерации страховых платежей (взносов) и пособий.

Сумма налога, при применении патентной системы налогообложения для данного вида предпринимательской деятельности за выбранный период составит: **6016 руб.**

Оплачивается полная стоимость патента **6016 руб.** одним платежом в срок не позднее срока окончания действия патента.

## Пример 2

Укажите информацию для расчета

Период:\*  
2021

Период:\*  
01.12.2021 31.12.2021

УФНС:\*  
78 Санкт-Петербург

Вид деятельности:\*  
Парикмахерские и косметические услуги

Рассчитать

---

**СТОИМОСТЬ ПАТЕНТА: 4077 РУБ.**

Налогоплательщик вправе уменьшить суммы налога, уплачиваемого в связи с применением патентной системы налогообложения, на сумму указанных в пункте 1.2 статьи 346.51 Налогового кодекса Российской Федерации страховых платежей (взносов) и пособий.

Сумма налога, при применении патентной системы налогообложения для данного вида предпринимательской деятельности за выбранный период составит: **4077 руб.**

Оплачивается полная стоимость патента **4077 руб.** одним платежом в срок не позднее срока окончания действия патента.

## Пример 3

Укажите информацию для расчета

Период:\*  
2021

Период:\*  
01.01.2021 31.12.2021

УФНС:\*  
78 Санкт-Петербург

Вид деятельности:\*  
Услуги в области фотографии

Рассчитать

---

**СТОИМОСТЬ ПАТЕНТА: 42000 РУБ.**

Налогоплательщик вправе уменьшить суммы налога, уплачиваемого в связи с применением патентной системы налогообложения, на сумму указанных в пункте 1.2 статьи 346.51 Налогового кодекса Российской Федерации страховых платежей (взносов) и пособий.

Сумма налога, при применении патентной системы налогообложения для данного вида предпринимательской деятельности за выбранный период составит: **42000 руб.**

Сумма налога оплачивается двумя платежами - 1 платеж равен **14000 руб.** в срок не позднее девяноста календарных дней после начала действия патента, 2 платеж равен **28000 руб.** в срок не позднее срока окончания действия патента.

Завершая рассказ о затратах и налогах, попробуем также разобраться, все ли расходы, возникающие у предпринимателей-франчайзи в процессе исполнения договора франчайзинга, можно включать в состав затрат, учитываемых в составе себестоимости, а значит, уменьшающих налогооблагаемую базу. Рассмотрим важнейшие из них - расходы на вознаграждение франчайзера, расходы на покупку товаров, приобретаемых у франчайзера или сторонних поставщиков, расходы на оплату обучения франчайзинговому бизнесу, затраты на рекламу.

### *Расходы на вознаграждение франчайзера*

Согласно действующему налоговому законодательству, франчайзи, применяющие упрощённую систему

налогообложения, могут учесть роялти в составе расходов, уменьшающих налоговую базу по единому налогу. Включению в состав расходов также подлежит сумма паушального платежа. Следовательно, объект налогообложения «доходы, уменьшенные на величину произведенных расходов» сейчас для франчайзи является более выгодным.

***Расходы в виде покупной стоимости товаров, приобретаемых у франчайзера или сторонних поставщиков***

Расходы по приобретению сырья, материалов, полуфабрикатов, которые затем используются в производстве, следует учитывать по мере их списания в производство. При перепродаже товаров, приобретаемых у франчайзера или других поставщиков, расходы в виде их покупной стоимости включаются в состав расходов, уменьшающих налоговую базу по единому налогу лишь по мере их реализации. Кроме того, индивидуальные предприниматели имеют возможность учитывать в составе расходов затраты, непосредственно связанные с реализацией, в том числе по хранению, обслуживанию и транспортировке. «Входной» НДС, уплаченный предпринимателями, применяющими УСН, по товарам и товарно-материальным ценностям является самостоятельным видом расходов. Он учитывается в полной сумме в составе расходов в отчетном периоде его уплаты поставщикам.

***Расходы на оплату обучения франчайзинговому бизнесу***

Предпринимателям, применяющим УСН, также можно учитывать расходы на подготовку и переподготовку кадров, состоящих в штате налогоплательщика на договорной основе.

### *Затраты на рекламу*

Франчайзи, применяющий УСН, вправе учесть в составе своих расходов и затраты на рекламу производимых (приобретенных) и (или) реализуемых товаров (работ, услуг), товарного знака или знака обслуживания. Не перечисленные в данной статье расходы на виды рекламы признаются в размере, не превышающем 1% выручки от реализации.

## **6. КАК ПОЛУЧИТЬ КРЕДИТ ПОД ФРАНЧАЙЗИНГОВЫЙ ПРОЕКТ**

*Ваши дела процветают, если у вас достаточно денег,  
чтобы получить кредит в банке.*

Эндрю Маккензи, модельер

*Если бы получить кредит в банке было так просто,  
как утверждает реклама, никто бы не грабил банки.*

Американская пословица

### **6.1. Налоги франчайзи**

#### **6.1.1. КОММЕРЧЕСКАЯ КОНЦЕССИЯ (СУБКОНЦЕССИЯ). ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ (ВТОРИЧНЫЙ ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ)**

##### **1. НДС у пользователя при получении комплекса прав по договору коммерческой концессии**

Сам факт получения комплекса прав по договору коммерческой концессии не влечет для пользователя каких-либо последствий по НДС, поскольку исключительные права на объекты интеллектуальной собственности к нему не переходят и налог к уплате ему не предъявляется (п. 1 ст. 1027 ГК РФ, пп. 1 п. 1 ст. 146 НК РФ). При этом не имеет значения, резидентом какой страны - России или иностранного государства, в том числе государства - члена ЕАЭС, является правообладатель.

Также не возникает никаких налоговых последствий по НДС у вторичного пользователя при заключении договора коммерческой субконцессии. Это обусловлено тем, что по

договору коммерческой субконцессии пользователь по договору коммерческой концессии (вторичный правообладатель по договору коммерческой субконцессии) передает вторичному пользователю право пользования комплексом исключительных прав или части этого комплекса, принадлежащего правообладателю. Кроме того, к договору коммерческой субконцессии применяются гл. 54 ГК РФ правила о договоре коммерческой концессии (п. 5 ст. 1029 ГК РФ).

## **2. Налог на прибыль у пользователя при получении комплекса прав по договору коммерческой концессии**

Сам по себе факт получения комплекса прав по договору коммерческой концессии (субконцессии) не влияет на налогообложение прибыли пользователя (вторичного пользователя).

2.1. Налог на прибыль у пользователя при получении комплекса прав по договору коммерческой концессии, в соответствии с которым расходы по уплате патентной пошлины за регистрацию предоставления права использования комплекса исключительных прав несет пользователь (вторичный пользователь)

Если по условиям договора расходы по уплате патентной пошлины за регистрацию предоставления права использования комплекса исключительных прав по договору коммерческой концессии (субконцессии) несет пользователь (вторичный пользователь), то соответствующие суммы учитываются у него в составе прочих расходов, связанных с производством и реализацией (п. 2 ст. 1028, п. 2 ст. 1031, п. 5 ст. 1029 ГК РФ, пп. 49 п. 1 ст. 264 НК РФ). При методе начисления указанные расходы признаются на дату

начисления (пп. 1 п. 7 ст. 272 НК РФ).

### 3. Бухучет у пользователя при получении комплекса прав по договору коммерческой концессии

Нематериальные активы (НМА), полученные в пользование, учитываются пользователем (вторичным пользователем) на забалансовом счете (например, на счете 017 "Нематериальные активы, полученные в пользование по договору коммерческой концессии (субконцессии)") в оценке, определяемой исходя из размера вознаграждения, установленного в договоре (п. 39 ПБУ 14/2007).

3.1. Бухучет у пользователя при получении комплекса прав по договору коммерческой концессии, в соответствии с которым расходы по уплате патентной пошлины за регистрацию предоставления права использования комплекса исключительных прав несет пользователь (вторичный пользователь).

Понесенные пользователем (вторичным пользователем) в соответствии с договором расходы по уплате патентной пошлины за регистрацию предоставления права использования комплекса исключительных прав по договору коммерческой концессии (субконцессии) в бухгалтерском учете отражаются в составе расходов по обычным видам деятельности (п. п. 5, 7 ПБУ 10/99).

Дебет	Кредит	Содержание операций
Учет НМА, полученных в пользование		
017		Приняты на забалансовый учет НМА, полученные в пользование

Учет патентной пошлины за регистрацию предоставления права использования комплекса исключительных прав		
20 (44)	76	Начислена патентная пошлина

**ВНИМАНИЕ!** Инструкцией по применению Плана счетов не предусмотрено забалансового счета для учета НМА, полученных в пользование. Пользователь (вторичный пользователь) может самостоятельно открыть отдельный забалансовый счет.

## 6.1.2. ПЕРЕЧИСЛЕНИЕ ВОЗНАГРАЖДЕНИЯ ПО ДОГОВОРУ КОММЕРЧЕСКОЙ КОНЦЕССИИ

### 1. НДС у пользователя при перечислении вознаграждения по договору коммерческой концессии

Сумма "входного" НДС, предъявленного правообладателем (вторичным правообладателем), принимается к вычету в общеустановленном порядке: после принятия на учет полученного в пользование комплекса исключительных прав или части этого комплекса (в случае разового (паушального) платежа) или на последнее число текущего месяца (при периодических платежах), а также при наличии правильно оформленного счета-фактуры правообладателя (вторичного правообладателя) и при условии, что исключительные права предназначены для использования в деятельности, облагаемой НДС (пп. 1 п. 2 ст. 171, п. 1 ст. 172 НК РФ).

#### 1.1. НДС у пользователя при перечислении по договору коммерческой концессии вознаграждения, сумма которого установлена в иностранной валюте (у. е.), а оплата

## **производится в рублях**

В Налоговом кодексе РФ предусмотрена прямая норма, согласно которой при последующей оплате в рублях суммы платежа, установленной в иностранной валюте (у. е.), налоговые вычеты не корректируются (абз. 5 п. 1 ст. 172 НК РФ). На дату принятия к учету полученного комплекса прав (в случае разового (паушального) платежа) или на последнее число текущего месяца (при периодических платежах), при наличии правильно оформленного счета-фактуры правообладателя (вторичного правообладателя) и при условии, что исключительные права предназначены для использования в деятельности, облагаемой НДС, у пользователя (вторичного пользователя) есть все основания для применения вычета (п. 1 ст. 169, пп. 1 п. 2 ст. 171, п. 1 ст. 172 НК РФ).

Разницы в сумме НДС, возникающие у пользователя (вторичного пользователя) при последующей оплате, учитываются в составе внереализационных доходов в соответствии со ст. 250 НК РФ или в составе внереализационных расходов в соответствии со ст. 265 НК РФ (абз. 5 п. 1 ст. 172 НК РФ).

Счета-фактуры в таком случае оформляются только в рублях (пп. "м" п. 1 Правил заполнения счета-фактуры, применяемого при расчетах по налогу на добавленную стоимость, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 26.12.2011 N 1137).

## **1.2. НДС у пользователя при перечислении по договору коммерческой концессии вознаграждения, сумма которого установлена и фактически оплачивается в иностранной валюте**

В этом случае сумма НДС, принимаемая к вычету,

пересчитывается в рубли по курсу иностранной валюты на дату перечисления вознаграждения иностранному правообладателю (вторичному правообладателю) (п. 3 ст. 153, п. 3 ст. 171, абз. 2, 3 п. 4 ст. 174 НК РФ).

## **2. Налог на прибыль у пользователя при перечислении вознаграждения по договору коммерческой концессии**

Вознаграждение по договору коммерческой концессии (субконцессии) может уплачиваться как периодически в течение срока действия договора (в виде фиксированных платежей, как процент от выручки и т.д.), так и единовременно (разовым (паушальным) платежом) (ст. 1030, п. 5 ст. 1029 ГК РФ).

В случае разового платежа сумма вознаграждения может включаться в расходы в соответствии с пп. 49 п. 1 ст. 264 НК РФ. При этом пользователь (вторичный пользователь), применяющий метод начисления, должен распределить сумму такого платежа и включать ее в расходы равномерно в течение срока действия договора (абз. 2 п. 1 ст. 272 НК РФ).

Суммы периодических платежей признаются в составе прочих расходов, связанных с производством и реализацией, на основании пп. 37 п. 1 ст. 264 НК РФ.

При методе начисления признаваемая расходом сумма вознаграждения учитывается на последнее число отчетного (налогового) периода независимо от факта оплаты (п. 1, пп. 3 п. 7 ст. 272 НК РФ).

### **2.1. Налог на прибыль у пользователя при перечислении вознаграждения по договору коммерческой концессии иностранному правообладателю (вторичному правообладателю), в том числе белорусскому,**

## казахстанскому, армянскому, киргизскому (резиденту государства - члена ЕАЭС)

Доход иностранного правообладателя (вторичного правообладателя), не связанный с его предпринимательской деятельностью в РФ, относится к доходам иностранной организации от источников в РФ и облагается налогом на прибыль, который удерживается у источника выплаты дохода (пп. 4 п. 1, п. 1.1 ст. 309 НК РФ). Следовательно, по общему правилу российский пользователь (вторичный пользователь) признается налоговым агентом, который обязан удерживать налог из доходов иностранного правообладателя (вторичного правообладателя) по ставке 20 процентов (абз. 1, 4 п. 1 ст. 310, пп. 1 п. 2 ст. 284 НК РФ).

Исключение составляют случаи, когда в порядке, установленном п. 1 ст. 312 НК РФ, иностранная организация, имеющая фактическое право на получение дохода, предоставит налоговому агенту до даты выплаты дохода, в отношении которого международным договором РФ предусмотрен льготный режим налогообложения в РФ:

- подтверждение того, что она имеет постоянное местонахождение в государстве, с которым РФ заключила международный договор РФ;

- подтверждение того, что у этой организации есть фактическое право на получение соответствующего дохода.

При наличии до даты выплаты дохода таких подтверждений налог на прибыль не удерживается либо удерживается по пониженным ставкам в зависимости от конкретных условий международного договора РФ. Это следует из совокупности норм пп. 4 п. 2, п. 3 ст. 310, п. 1 ст. 312 НК РФ).

Так, например, сумма вознаграждения, выплачиваемая белорусскому правообладателю (вторичному

правообладателю), может облагаться налогом на прибыль по ставке, не превышающей 10 процентов валовой суммы доходов от авторских прав и лицензий (п. п. 2, 3 ст. 11 Соглашения между Правительством РФ и Правительством Республики Беларусь от 21.04.1995 "Об избежании двойного налогообложения и предотвращении уклонения от уплаты налогов в отношении налогов на доходы и имущество").

Таким образом, при выплате соответствующих сумм пользователь (вторичный пользователь) как налоговый агент вправе удерживать налог на прибыль по льготной ставке 10 процентов, если до даты выплаты дохода белорусский правообладатель (вторичный правообладатель), имеющий фактическое право на получение дохода, представит российской стороне подтверждение своего постоянного места нахождения на территории Республики Беларусь, а также подтверждение, что он имеет фактическое право на получение соответствующего дохода. Это следует из совокупности норм п. 3 ст. 310, п. 1 ст. 312 НК РФ.

## **2.2. Налог на прибыль у пользователя при перечислении по договору коммерческой концессии вознаграждения, сумма которого установлена в иностранной валюте (у. е.), а оплата производится в рублях**

При применении метода начисления обязательства пересчитываются в рубли на дату их возникновения, на дату прекращения (исполнения) обязательств и (или) на последнее число текущего месяца в зависимости от того, что произошло раньше. Пересчет обязательств (кредиторской задолженности) перед правообладателем производится на указанные даты по курсу Банка России либо по иному курсу, установленному законом или соглашением сторон (абз. 2, 3 п. 8 ст. 271, абз. 2, 3 п. 10 ст. 272 НК РФ). В связи с

изменением курса иностранной валюты (условных денежных единиц) к рублю по расчетам с правообладателем возникают курсовые разницы. Положительная курсовая разница возникает при уценке обязательств, а отрицательная - при их дооценке. Такие разницы включаются в состав внереализационных доходов или внереализационных расходов соответственно (п. 11 ч. 2 ст. 250, пп. 5 п. 1 ст. 265 НК РФ).

Курсовые разницы признаются в составе внереализационных доходов или внереализационных расходов на дату прекращения (исполнения) обязательств и (или) на последнее число текущего месяца в зависимости от того, что произошло раньше (пп. 7 п. 4, абз. 2 п. 8 ст. 271, пп. 6 п. 7, абз. 2 п. 10 ст. 272 НК РФ). Курсовые разницы учитываются со всей суммы задолженности, которая включает и предъявленный правообладателем (вторичным правообладателем) НДС (абз. 5 п. 1 ст. 172 НК РФ).

Вместе с тем в соответствии с ч. 3 ст. 3 Федерального закона от 20.04.2014 N 81-ФЗ доходы (расходы) в виде суммовой разницы, возникшие у налогоплательщика по сделкам, заключенным до 1 января 2015 г., признаются в целях налогообложения прибыли в порядке, установленном до этой даты.

Так, при применении метода начисления кредиторская задолженность перед правообладателем (вторичным правообладателем) пересчитывается в рубли на дату ее возникновения и на дату погашения этой задолженности (пп. 2 п. 7 ст. 271, абз. 3 п. 9 ст. 272 НК РФ). Возникшие при таком пересчете суммовые разницы признаются для целей налогообложения: положительные суммовые разницы - в составе внереализационных доходов (п. 11.1 ч. 2 ст. 250 НК РФ), а отрицательные - в составе внереализационных

расходов (пп. 5.1 п. 1 ст. 265 НК РФ).

Разница в сумме НДС, возникающая у пользователя (вторичного пользователя) при последующей уплате платежа правообладателю (вторичному правообладателю), учитывается в составе внереализационных доходов или в составе внереализационных расходов соответственно (абз. 5 п. 1 ст. 172, п. 11.1 ч. 2 ст. 250, пп. 5.1 п. 1 ст. 265 НК РФ).

**ВНИМАНИЕ!** Суммовые разницы (курсовые разницы) возникают только по уже возникшим обязательствам и требованиям. По мнению Минфина России (см., например, Письма от 15.04.2016 N 03-03-06/1/21802, от 01.10.2015 N 03-03-06/1/56180, от 14.05.2015 N 03-03-10/27647 (направлено ФНС России для сведения и использования в работе Письмом от 26.06.2015 N ГД-4-3/11191)), сделкой является как заключение соглашения, так и отгрузка. При определении даты заключения сделки для применения нормы ч. 3 ст. 3 Федерального закона от 20.04.2014 N 81-ФЗ следует ориентироваться на дату совершения операции, в результате которой возникают требования и обязательства (кредиторская и дебиторская задолженности). На основании приведенных разъяснений финансового ведомства, на наш взгляд, можно предположить, что, если принятие к учету вознаграждения за предоставление комплекса исключительных прав, в результате которого возникают обязательства (кредиторская задолженность), осуществлено:

- с 1 января 2015 г., разницы, возникающие при дооценке (уценке) обязательств, необходимо учитывать в виде курсовой разницы;

- до 1 января 2015 г., разницы, возникающие при дооценке (уценке) обязательств, необходимо учитывать в виде суммовой разницы.

Заметим, что ранее Минфин России (Письмо от

30.03.2015 N 03-03-06/1/17387) придерживался иной точки зрения, согласно которой по заключенным до 1 января 2015 г. сделкам, исполнение которых возникает после 1 января 2015 г., организациям необходимо учитывать в доходах (расходах) для целей налогообложения доходы (расходы) в виде суммовой разницы.

### **2.3. Налог на прибыль у пользователя при перечислении по договору коммерческой концессии вознаграждения, сумма которого установлена и фактически оплачивается в иностранной валюте**

Расходы в виде вознаграждения по договору, подлежащего уплате в иностранной валюте, должны быть пересчитаны в рубли (абз. 1, 3 п. 5 ст. 252 НК РФ).

При применении метода начисления обязательства, выраженные в иностранной валюте, пересчитываются на последний день текущего месяца и на дату уплаты вознаграждения (абз. 2 п. 8 ст. 271, пп. 3 п. 7, абз. 2 п. 10 ст. 272 НК РФ). Таким образом, при колебании курса иностранной валюты на указанные даты у пользователя (вторичного пользователя) могут возникать как положительные, так и отрицательные курсовые разницы, которые включаются соответственно в состав внереализационных доходов или внереализационных расходов (п. 11 ч. 2 ст. 250, пп. 5 п. 1 ст. 265, пп. 7 п. 4 ст. 271, пп. 6 п. 7 ст. 272 НК РФ).

### **3. Бухучет у пользователя при перечислении вознаграждения по договору коммерческой концессии**

Периодические платежи за предоставленное право использования результатов интеллектуальной деятельности, исчисляемые и уплачиваемые в порядке и сроки, установленные договором коммерческой концессии

(субконцессии), включаются пользователем (вторичным пользователем) в расходы отчетного периода (абз. 2 п. 39 ПБУ 14/2007, п. п. 5, 7, 16, 18 ПБУ 10/99).

Данные расходы отражаются по дебету счета учета затрат на производство (расходов на продажу) в корреспонденции с кредитом счета учета расчетов с правообладателем (вторичным правообладателем) (Инструкция по применению Плана счетов).

При применении в налоговом учете метода начисления различий между порядком признания расходов в виде вознаграждения в бухгалтерском и налоговом учете не возникает.

Если вознаграждение уплачивается разовым платежом, то этот платеж отражается в бухгалтерском учете пользователя (вторичного пользователя) в составе расходов будущих периодов (на счете 97 "Расходы будущих периодов"). Данные расходы подлежат списанию в расходы по обычным видам деятельности текущего периода в течение срока действия договора коммерческой концессии (абз. 2 п. 39 ПБУ 14/2007, п. 65 Положения по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в Российской Федерации, Инструкция по применению Плана счетов, п. п. 5, 7, 19 ПБУ 10/99).

При применении в налоговом учете метода начисления различий между порядком признания расходов в виде разового платежа в бухгалтерском и налоговом учете не возникает.

В таблице используется следующее обозначение аналитического счета по счету 68 "Расчеты по налогам и сборам":

68-НДС "Расчеты по НДС".

Дебет	Кредит	Содержание операций
1. Вознаграждение уплачивается пользователем (вторичным пользователем) ежемесячно		
20 (44)	76	Признан расход в виде вознаграждения
19	76	Отражен НДС, предъявленный правообладателем (вторичным правообладателем)
68-НДС	19	Принят к вычету "входной" НДС (при наличии у пользователя (вторичного пользователя) права на налоговый вычет)
76	51	Перечислено вознаграждение
2. Вознаграждение уплачивается пользователем (вторичным пользователем) одновременно		
76	51	Перечислено вознаграждение в виде разового платежа
97	76	Разовый платеж признан в составе расходов будущих

		периодов
19	76	Отражен НДС, предъявленный правообладателем (вторичным правообладателем)
68-НДС	19	Принят к вычету "входной" НДС (при наличии у пользователя (вторичного пользователя) права на налоговый вычет)
Ежемесячно в течение срока действия договора коммерческой концессии (субконцессии)		
20 (44)	97	Часть разового платежа признана в составе расходов текущего месяца

**3.1. Бухучет у пользователя при перечислении вознаграждения по договору коммерческой концессии иностранному правообладателю (вторичному правообладателю), в том числе белорусскому, казахстанскому, армянскому, киргизскому (резиденту государства - члена ЕАЭС)**

Сумма расхода в виде ежемесячного вознаграждения отражается в бухгалтерском учете в оценке в рублях по курсу иностранной валюты, установленному Банком России, на дату его принятия к учету и в последующем не

пересчитывается в связи с изменением курса иностранной валюты (п. п. 4, 6 ПБУ 3/2006).

Если пользователь (вторичный пользователь) признается налоговым агентом, то сумма налога, удержанного с дохода иностранного правообладателя (вторичного правообладателя) при перечислении вознаграждения, отражается в бухгалтерском учете налогового агента по дебету счета 76 "Расчеты с разными дебиторами и кредиторами" в корреспонденции с кредитом счета 68 "Расчеты по налогам и сборам".

В таблице используются следующие обозначения аналитических счетов по счету 68:

68-НДС "Расчеты по НДС"; 68-пр "Расчеты по налогу на прибыль".

Дебет	Кредит	Содержание операций
Договор коммерческой концессии (субконцессии) заключен с иностранным правообладателем (вторичным правообладателем), в том числе резидентом государства - члена ЕАЭС		
20 (44)	76	Признан расход в виде вознаграждения
19	76	Отражен НДС с вознаграждения
76	68-НДС	Удержан НДС с дохода иностранного правообладателя (вторичного правообладателя)

76	68-пр	Удержан налог на прибыль с дохода иностранного правообладателя (вторичного правообладателя)
76	52 (51)	Уплачено вознаграждение за текущий месяц (за вычетом удержанных налогов)
68-НДС	51	Уплачен в бюджет удержанный НДС
68-пр	51	Уплачен в бюджет удержанный налог на прибыль
68-НДС	19	Принят к вычету НДС (при наличии у пользователя (вторичного пользователя) права на налоговый вычет)

**3.2. Бухучет у пользователя при перечислении по договору коммерческой концессии вознаграждения, сумма которого установлена в иностранной валюте (у. е.), а оплата производится в рублях**

Сумма расхода в виде ежемесячного вознаграждения отражается в учете в оценке в рублях по курсу иностранной валюты (у. е.), установленному Банком России, либо по иному

курсу, установленному законом или соглашением сторон, на дату его принятия к учету и в последующем не пересчитывается в связи с изменением курса (п. п. 4, 5, 6 ПБУ 3/2006).

По расчетам с правообладателем (вторичным правообладателем) могут возникать положительные (отрицательные) курсовые разницы, которые учитываются на счете 91 "Прочие доходы и расходы" (субсчет 91-1 "Прочие доходы" или субсчет 91-2 "Прочие расходы") по правилам, установленным п. п. 5 - 7, 11 - 13 ПБУ 3/2006.

Дебет	Кредит	Содержание операций
76 (91-2)	91-1 (76)	На дату перечисления вознаграждения (или на отчетную дату) отражена положительная (отрицательная) курсовая разница по расчетам с правообладателем (вторичным правообладателем), если по условиям договора вознаграждение установлено в иностранной валюте (у. е.), а оплата производится в рублях по курсу на день оплаты
76	51	Перечислено вознаграждение

Учетной политикой организации может быть предусмотрено, что промежуточная бухгалтерская

отчетность составляется ежемесячно, т.е. отчетными периодами являются месяц, два месяца и так далее до окончания года (п. 6 ст. 3, ч. 5 ст. 13, ч. 4, 6 ст. 15 Федерального закона от 06.12.2011 N 402-ФЗ "О бухгалтерском учете", п. 48 ПБУ 4/99).

В таком случае при применении в налоговом учете метода начисления порядок признания курсовых разниц в бухгалтерском и налоговом учете одинаковый. В связи с этим в бухгалтерском учете не возникает разниц, учитываемых в порядке, установленном ПБУ 18/02.

Если по сделкам, заключенным до 1 января 2015 г., на отчетные даты в бухгалтерском учете отражаются положительные или отрицательные курсовые разницы, то возникают постоянные разницы (ПР) и соответствующие им постоянные налоговые активы (ПНА) или постоянные налоговые обязательства (ПНО). В этом случае при перечислении вознаграждения правообладателю (вторичному правообладателю) также возникают ПР и соответствующие им ПНО или ПНА. В бухгалтерском учете ПНА отражается по кредиту счета 99 "Прибыли и убытки" (субсчет "Постоянные налоговые обязательства (активы)") в корреспонденции с дебетом счета 68 "Расчеты по налогам и сборам", а ПНО - по дебету счета 99 в корреспонденции с кредитом счета 68 (Инструкция по применению Плана счетов). Такая позиция следует из буквального прочтения норм п. п. 4, 7 ПБУ 18/02.

В то же время заметим, что возможен и иной порядок учета разниц, возникающих при пересчете требований и обязательств, выраженных в иностранной валюте (у. е.), но подлежащих оплате в рублях. Исходя из разъяснений, содержащихся в Толковании Р82 "Временные разницы по налогу на прибыль" (утв. Бухгалтерским методологическим

центром 15.10.2008), разницы, возникающие в связи с различием в порядке признания доходов и расходов в виде курсовых и суммовых разниц, признаются в качестве временных разниц, приводящих к образованию отложенных налоговых активов или обязательств (п. п. 8, 9, 10, 14, 15 ПБУ 18/02, п. п. 6, 7, 8, 9 Толкования Р82).

### **3.3. Бухучет у пользователя при перечислении по договору коммерческой концессии вознаграждения, сумма которого установлена и фактически оплачивается в иностранной валюте**

Сумма расхода в виде ежемесячного вознаграждения отражается в учете в оценке в рублях по курсу иностранной валюты, установленному Банком России, на дату его принятия к учету и в последующем не пересчитывается в связи с изменением курса (п. п. 4, 6 ПБУ 3/2006).

По расчетам с правообладателем (вторичным правообладателем) могут возникать положительные (отрицательные) курсовые разницы, которые учитываются на счете 91 "Прочие доходы и расходы" (субсчет 91-1 "Прочие доходы" или субсчет 91-2 "Прочие расходы") по правилам, установленным п. п. 5 - 7, 11 - 13 ПБУ 3/2006.

Дебет	Кредит	Содержание операций
76 (91-2)	91-1 (76)	На дату перечисления вознаграждения (или на отчетную дату) отражена положительная (отрицательная) курсовая

		разница по расчетам с правообладателем (вторичным правообладателем), если по условиям договора вознаграждение установлено и выплачивается в иностранной валюте
76	52	Перечислено вознаграждение

#### 4. Договор коммерческой концессии: что влияет на налоги и бухучет у пользователя

##### 4.1. Условие договора коммерческой концессии о предоплате (авансе) (информация для пользователя)

Порядок уплаты вознаграждения по договору коммерческой концессии устанавливается по соглашению сторон, которые по своему усмотрению определяют в том числе срок его уплаты (ст. 1030, п. 4 ст. 421 ГК РФ). В частности, правообладатель и пользователь могут договориться об уплате вознаграждения на условиях предоплаты (аванса).

*Формулировка договора в этом случае может быть следующей:*

"Сумму вознаграждения по договору Пользователь вносит не позднее чем за \_\_ дней до \_\_\_\_\_ начала очередного периода использования предоставленного по договору комплекса прав".

#### **4.1.1. НДС при перечислении предоплаты (аванса) по договору коммерческой концессии**

Пользователь, перечисливший предоплату (аванс), имеет право на вычет НДС с соответствующей суммы (п. 12 ст. 171 НК РФ). Указанный вычет производится, если при получении предоплаты (аванса) правообладатель выставит пользователю счет-фактуру, а также при наличии документов, подтверждающих фактическое перечисление сумм предоплаты (аванса), и договора, предусматривающего такой порядок расчетов (п. 9 ст. 172 НК РФ).

В периоде получения от правообладателя счета-фактуры и возникновения права на вычет "входного" НДС с суммы вознаграждения по договору сумму принятого к вычету НДС с предоплаты (аванса) следует восстановить (пп. 3 п. 3 ст. 170 НК РФ).

В аналогичном порядке учитывается вторичным пользователем сумма НДС с предоплаты (аванса), перечисленной вторичному правообладателю (пользователю по договору коммерческой концессии).

#### **4.1.2. Налог на прибыль при перечислении предоплаты (аванса) по договору коммерческой концессии**

Если пользователь (вторичный пользователь) применяет метод начисления, то при перечислении предоплаты (аванса) расход в налоговом учете не признается на основании п. 14 ст. 270 НК РФ.

#### **4.1.3. Бухучет при перечислении предоплаты (аванса) по договору коммерческой концессии**

Перечисленная по договору коммерческой концессии предоплата (аванс) не признается расходом и учитывается в

составе дебиторской задолженности (абз. 6, 7 п. 3, п. 16 ПБУ 10/99). Признание расхода в виде вознаграждения производится на последнее число месяца пользования объектами интеллектуальной собственности (п. 16 ПБУ 10/99).

Принятие к вычету НДС с суммы предоплаты (аванса) может отражаться в учете пользователя записью по дебету счета 68 "Расчеты по налогам и сборам", например, аналитический счет 68-НДС "Расчеты по НДС", в корреспонденции с кредитом счета 76 "Расчеты с разными дебиторами и кредиторами", к которому открывается отдельный аналитический счет, например 76-НДС "Расчеты по НДС с сумм перечисленной предоплаты (аванса)". Восстановление указанной суммы к уплате в бюджет отражается обратной записью.

Сумма НДС, предъявленная правообладателем с вознаграждения, отражается по дебету счета 19 "Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям" в корреспонденции со счетом 76. Принятие к вычету указанной суммы отражается записью по дебету счета 68 и кредиту счета 19.

Вышеуказанный порядок применяется и вторичным пользователем в отношении предоплаты (аванса), перечисленной вторичному правообладателю (пользователю по договору коммерческой концессии).

В таблице используются следующие обозначения аналитических счетов по счету 76:

76-а "Расчеты по предоплате (авансам)";

76-в "Расчеты по вознаграждению".

Дебет	Кредит	Содержание операций
76-а	51	Перечислена предоплата

		(аванс) по договору коммерческой концессии (субконцессии)
68-НДС	76-НДС	Принят к вычету НДС с перечисленной предоплаты (аванса) (при наличии у пользователя (вторичного пользователя) права на вычет)
На дату признания расхода в виде вознаграждения		
20 (44)	76-в	Признан расход в виде вознаграждения
19	76-в	Отражен НДС, предъявленный правообладателем (вторичным правообладателем)
68-НДС	19	Принят к вычету "входной" НДС (при наличии у пользователя (вторичного пользователя) права на налоговый вычет)
76-НДС	68-НДС	Восстановлен к уплате в бюджет НДС, принятый к вычету с суммы предоплаты (аванса)
76-в	76-а	Зачтена предоплата (аванс) в счет оплаты вознаграждения

Порядок отражения в учете НДС с перечисленной предоплаты (аванса) нормативно не урегулирован. На практике для отражения НДС, принимаемого к вычету с сумм перечисленной предоплаты (аванса), используется счет 76, к которому открывается отдельный аналитический счет, например "Расчеты по НДС с сумм перечисленной предоплаты (аванса)". В то же время Минфин России (Письмо от 12.04.2013 N 07-01-06/12203), рассматривая вопрос о порядке отражения в бухгалтерском учете НДС с сумм перечисленной оплаты, частичной оплаты в счет предстоящей поставки товаров (выполнения работ, оказания услуг), указывает, что согласно Инструкции по применению Плана счетов для обобщения информации об уплаченных (причитающихся к уплате) организацией суммах НДС по приобретенным ценностям, а также работам и услугам предназначен счет 19.

Отметим, что в Толковании Т-16/2013-КпТ "НДС с авансов выданных и полученных" рекомендуется применять счет 19 (в корреспонденции с техническим счетом (ТС), в качестве которого используется один из счетов учета расчетов с дебиторами и кредиторами) для отражения НДС, предъявленного с перечисленного аванса, в случае, когда организация не применяет право на вычет НДС с предоплаты (аванса) независимо от причины или когда между уплатой предоплаты (аванса) и предъявлением НДС к вычету проходит какое-то время.

На основании изложенного считаем, что независимо от реализации права на вычет НДС с суммы предварительной оплаты НДС, предъявленный правообладателем (вторичным правообладателем) с суммы предоплаты (аванса), может отражаться в учете организации с использованием счета 19. В таком случае на сумму НДС с перечисленной организацией

предоплаты (аванса) в учете производится запись по дебету счета 19 и кредиту счета 76, аналитический счет "Расчеты по НДС с сумм перечисленной предоплаты (аванса)". При этом принятие к вычету данного НДС отражается по дебету счета 68, аналитический счет 68-НДС "Расчеты по НДС", и кредиту счета 19. Восстановление этой суммы НДС производится записью по дебету счета 76, аналитический счет "Расчеты по НДС с сумм перечисленной предоплаты (аванса)", в корреспонденции с кредитом счета 68, аналитический счет 68-НДС.

Суммы перечисленной предоплаты (аванса) учитываются на счете 76 обособленно.

### **6.1.3. ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ПРАВ ПО ДОГОВОРУ КОММЕРЧЕСКОЙ СУБКОНЦЕССИИ**

**1. Предоставление прав пользователем (вторичным правообладателем) по договору коммерческой субконцессии**

**1.1. НДС у пользователя (вторичного правообладателя) при предоставлении прав по договору коммерческой субконцессии**

При заключении договора коммерческой субконцессии исключительные права на объекты интеллектуальной собственности вторичному пользователю не передаются, а остаются у правообладателя. Вторичному пользователю передается право использования комплекса исключительных прав на объекты интеллектуальной собственности (части этого комплекса) (п. 1 ст. 1029, п. 1 ст. 1027 ГК РФ). Следовательно, отсутствует реализация пользователем (вторичным правообладателем)

исключительных прав вторичному пользователю, а также выручка от реализации исключительных прав (пп. 1 п. 1 ст. 146 НК РФ).

О налоговых последствиях в связи с предоставлением права использования объектов интеллектуальной собственности см. раздел "НДС у пользователя (вторичного правообладателя) при получении вознаграждения по договору коммерческой субконцессии".

## **1.2. Налог на прибыль у пользователя (вторичного правообладателя) при предоставлении прав по договору коммерческой субконцессии**

При заключении договора коммерческой субконцессии исключительные права на объекты интеллектуальной собственности вторичному пользователю не передаются, а остаются у правообладателя (п. 1 ст. 1029, п. 1 ст. 1027 ГК РФ). Следовательно, отсутствует реализация пользователем (вторичным правообладателем) исключительных прав вторичному пользователю, а также доход от реализации исключительных прав (п. 1 ст. 249 НК РФ).

О налоговых последствиях в связи с предоставлением права использования объектов интеллектуальной собственности см. раздел "Налог на прибыль у пользователя (вторичного правообладателя) при получении вознаграждения по договору коммерческой субконцессии".

Пользователь по договору коммерческой концессии (вторичный правообладатель), как правило, продолжает использовать комплекс исключительных прав (часть этого комплекса), переданный по договору коммерческой субконцессии. Если вознаграждение по договору коммерческой субконцессии формирует доходы от

реализации, то в течение всего срока действия договора коммерческой субконцессии пользователь продолжает учитывать расходы в виде вознаграждения, причитающегося правообладателю, в составе прочих расходов, связанных с производством и реализацией.

В ином случае, когда вознаграждение по договору коммерческой субконцессии признается в составе внереализационных доходов и пользователь (вторичный правообладатель) продолжает использовать комплекс исключительных прав (часть этого комплекса), переданный по договору коммерческой субконцессии, сумму вознаграждения, причитающуюся к уплате по договору коммерческой концессии, необходимо распределять пропорционально соотношению этого дохода в общем объеме доходов (ст. 315, абз. 4 п. 1 ст. 272 НК РФ).

Если вторичный правообладатель не использует комплекс исключительных прав (часть этого комплекса), переданный по договору коммерческой субконцессии, и вознаграждение по договору коммерческой субконцессии признается в составе внереализационных доходов, то вознаграждение, причитающееся правообладателю по договору коммерческой концессии, учитывается в составе внереализационных расходов (абз. 2 пп. 1 п. 1 ст. 265 НК РФ).

### **1.3. Бухучет у пользователя (вторичного правообладателя) при предоставлении прав по договору коммерческой субконцессии**

Как правило, при заключении договора коммерческой субконцессии пользователь по договору коммерческой концессии (вторичный правообладатель) продолжает использовать комплекс исключительных прав (часть этого

комплекса), переданный по договору коммерческой субконцессии. В этом случае никаких записей в аналитическом учете по счету 017 "Нематериальные активы, полученные в пользование по договору коммерческой концессии (субконцессии)" не производится.

Если вознаграждение по договору коммерческой субконцессии признается в составе прочих доходов и пользователь (вторичный правообладатель) продолжает использовать комплекс исключительных прав, переданный по договору коммерческой субконцессии, то сумму вознаграждения, причитающуюся к уплате по договору коммерческой концессии, необходимо распределять между расходами по обычным видам деятельности и прочими расходами. Такое распределение осуществляется в порядке, установленном пользователем (вторичным правообладателем), например пропорционально соотношению доходов, полученных от вторичного пользователя, в общем объеме доходов (п. 7.1 ПБУ 1/2008, п. 5, 11, 21 ПБУ 10/99, п. 18 ПБУ 9/99).

В том случае, когда вторичный правообладатель не использует комплекс исключительных прав (часть этого комплекса), переданный по договору коммерческой субконцессии, и вознаграждение по договору коммерческой субконцессии учитывается в составе прочих доходов, вознаграждение, причитающееся правообладателю по договору коммерческой концессии, признается в составе прочих расходов (п. 11 ПБУ 10/99).

## **2. Получение пользователем (вторичным правообладателем) вознаграждения по договору коммерческой субконцессии**

## **2.1. НДС у пользователя (вторичного правообладателя) при получении вознаграждения по договору коммерческой субконцессии**

У пользователя (вторичного правообладателя) в связи с получением вознаграждения по договору коммерческой субконцессии от вторичного пользователя налоговые последствия в части НДС аналогичны тем, которые возникают у правообладателя при получении вознаграждения по договору коммерческой концессии от пользователя.

Если пользователь (вторичный правообладатель) получает от вторичного пользователя предоплату (аванс), то у него возникает обязательство по уплате НДС так же, как и в случае получения правообладателем предоплаты (аванса) от пользователя.

## **2.2. Налог на прибыль у пользователя (вторичного правообладателя) при получении вознаграждения по договору коммерческой субконцессии**

Вознаграждение, причитающееся к получению от вторичного пользователя, признается пользователем по договору коммерческой концессии (вторичным правообладателем) в целях налогообложения прибыли в том же порядке, в каком правообладатель учитывает вознаграждение, полученное от пользователя.

При получении пользователем (вторичным правообладателем) предоплаты (аванса) от вторичного пользователя налоговые последствия в части налога на прибыль аналогичны тем, которые возникают при получении правообладателем предоплаты (аванса) от пользователя.

### **2.3. Бухучет у пользователя (вторичного правообладателя) при получении вознаграждения по договору коммерческой субконцессии**

Вознаграждение по договору коммерческой субконцессии вторичный правообладатель отражает в бухгалтерском учете в том же порядке, в каком правообладатель признает вознаграждение по договору коммерческой концессии.

## **6.1.4. УПРОЩЕННАЯ СИСТЕМА НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ У ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ (ВТОРИЧНОГО ПРАВООБЛАДАТЕЛЯ) ПО ДОГОВОРУ КОММЕРЧЕСКОЙ КОНЦЕССИИ (СУБКОНЦЕССИИ)**

### **1. УСН и бухучет у пользователя при получении комплекса прав по договору коммерческой концессии**

#### **1.1. УСН у пользователя при получении от правообладателя (пользователя) комплекса прав по договору коммерческой концессии**

Сам по себе факт получения в пользование комплекса исключительных прав на объекты интеллектуальной собственности не влечет каких-либо последствий для пользователя (вторичного пользователя). Расходами налогоплательщика признаются затраты после их фактической оплаты (п. 2 ст. 346.17 НК РФ).

##### **1.1.1. УСН у пользователя при получении комплекса прав по договору коммерческой концессии, в соответствии с которым расходы по уплате патентной пошлины за**

**регистрацию предоставления права использования комплекса исключительных прав несет пользователь (вторичный пользователь)**

Если обязанность по обеспечению государственной регистрации предоставления права использования комплекса исключительных прав по договору коммерческой концессии (субконцессии) возложена на пользователя (вторичного пользователя) (п. 2 ст. 1028, п. 2 ст. 1031, п. 5 ст. 1029 ГК РФ), то учесть в целях налогообложения сумму патентной пошлины он не вправе. Это обусловлено тем, что предусмотренный п. 1 ст. 346.16 НК РФ перечень расходов является закрытым и такой вид расходов не поименован в нем.

Положения пп. 2.2 п. 1 ст. 346.16 НК РФ в данном случае не применяются, поскольку патентная пошлина за государственную регистрацию предоставления права использования комплекса исключительных прав по договору коммерческой концессии (субконцессии) не относится к перечисленным в указанной норме расходам.

## **1.2. Бухучет при УСН у пользователя при получении комплекса прав по договору коммерческой концессии**

Нематериальные активы (НМА), полученные в пользование, учитываются пользователем (вторичным пользователем) на забалансовом счете (например, на счете 017 "Нематериальные активы, полученные в пользование по договору коммерческой концессии (субконцессии)") в оценке, определяемой исходя из размера вознаграждения, установленного в договоре (п. 39 ПБУ 14/2007).

**1.2.1. Бухучет при УСН у пользователя при получении комплекса прав по договору коммерческой концессии, в соответствии с которым расходы по уплате патентной пошлины за регистрацию предоставления права использования комплекса исключительных прав несет пользователь (вторичный пользователь)**

Понесенные пользователем (вторичным пользователем) в соответствии с договором расходы по уплате патентной пошлины за регистрацию предоставления права использования комплекса исключительных прав по договору коммерческой концессии (субконцессии) в бухгалтерском учете отражаются в составе расходов по обычным видам деятельности (п. п. 5, 7 ПБУ 10/99).

Дебет	Кредит	Содержание операций
Учет НМА, полученных в пользование		
017		Приняты на забалансовый учет НМА, полученные в пользование
Учет патентной пошлины за регистрацию предоставления права использования комплекса исключительных прав		
20 (44)	76	Начислена патентная пошлина

## **2. УСН и бухгалтер у пользователя при перечислении вознаграждения по договору коммерческой концессии**

### **2.1. УСН при перечислении вознаграждения по договору коммерческой концессии**

Если вознаграждение по договору выплачивается в виде периодических (текущих) платежей, то после уплаты правообладателю (вторичному правообладателю) соответствующих сумм пользователь (вторичный пользователь) вправе включить их в расходы (пп. 32 п. 1 ст. 346.16, п. 2 ст. 346.17 НК РФ).

Если же договором предусмотрен разовый (паушальный) платеж, то формально пользователь (вторичный пользователь) сможет учесть в целях налогообложения плату за использование только тех объектов интеллектуальной собственности, которые упомянуты в пп. 2.1 п. 1 ст. 346.16 НК РФ (если она выделена в цене договора отдельно). В иных случаях, учитывая, что перечень расходов при УСН является закрытым, оснований для признания расходов в виде разового платежа по договору коммерческой концессии (субконцессии) у пользователя (вторичного пользователя) нет.

Сумма предъявленного правообладателем (вторичным правообладателем) "входного" НДС также учитывается в составе вознаграждения (пп. 3 п. 2 ст. 170, п. 2 ст. 346.11 НК РФ).

**2.1.1. УСН у пользователя при перечислении по договору коммерческой концессии вознаграждения, сумма которого установлена в иностранной валюте (у. е.), а оплата производится в рублях**

При применении УСН расходами признаются затраты после их фактической оплаты (п. 2 ст. 346.17 НК РФ). Расходы, выраженные в иностранной валюте, учитываются в совокупности с расходами, выраженными в рублях. При этом расходы, выраженные в иностранной валюте, пересчитываются в рубли по официальному курсу Банка России, установленному на дату осуществления расходов (п. 3 ст. 346.18 НК РФ), т.е. расходы при УСН признаются в сумме, которая фактически уплачена.

В целях гл. 26.2 НК РФ переоценка требований (обязательств), стоимость которых выражена в иностранной валюте, в связи с изменением официального курса иностранной валюты к рублю, установленного Банком России, не производится, доходы и расходы от указанной переоценки не определяются и не учитываются (п. 5 ст. 346.17 НК РФ). Таким образом, у налогоплательщиков, которые применяют УСН, по требованиям (обязательствам), выраженным в иностранной валюте (условных денежных единицах), в связи с изменением курса иностранной валюты никаких разниц не возникает.

### **2.1.2. УСН у пользователя при перечислении по договору коммерческой концессии вознаграждения, сумма которого установлена и фактически оплачивается в иностранной валюте**

Расходы в виде вознаграждения, подлежащего уплате в иностранной валюте, пересчитываются в рубли по курсу на дату осуществления расходов (п. 3 ст. 346.18 НК РФ), т.е. в данном случае - на дату фактического перечисления сумм вознаграждения или прекращения обязательства пользователя (вторичного пользователя) перед

правообладателем (вторичным правообладателем), иным способом (п. 2 ст. 346.17 НК РФ). Таким образом, курсовые разницы в данном случае не возникают.

При этом гл. 26.2 НК РФ предусмотрена прямая норма, согласно которой переоценка имущества в виде валютных ценностей и требований (обязательств), стоимость которых выражена в иностранной валюте, в связи с изменением официального курса иностранной валюты к рублю, установленного Банком России, не производится, доходы и расходы от указанной переоценки не определяются и не учитываются (п. 5 ст. 346.17 НК РФ).

## **2.2. Бухучет при УСН у пользователя при перечислении вознаграждения по договору коммерческой концессии**

Периодические платежи за предоставленное право использования результатов интеллектуальной деятельности, исчисляемые и уплачиваемые в порядке и сроки, установленные договором коммерческой концессии (субконцессии), включаются пользователем (вторичным пользователем) в расходы отчетного периода (абз. 2 п. 39 ПБУ 14/2007, п. п. 5, 7, 16, 18 ПБУ 10/99).

Данные расходы отражаются по дебету счета учета затрат на производство (расходов на продажу) в корреспонденции с кредитом счета учета расчетов с правообладателем (вторичным правообладателем) (Инструкция по применению Плана счетов).

Если вознаграждение уплачивается разовым платежом, то этот платеж отражается в бухгалтерском учете пользователя (вторичного пользователя) в составе расходов будущих периодов (на счете 97 "Расходы будущих периодов"). Данные расходы подлежат списанию в расходы

по обычным видам деятельности текущего периода в течение срока действия договора коммерческой концессии (субконцессии) (абз. 2 п. 39 ПБУ 14/2007, п. 65 Положения по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в Российской Федерации, Инструкция по применению Плана счетов, п. п. 5, 7, 19 ПБУ 10/99).

Дебет	Кредит	Содержание операций
1. Вознаграждение уплачивается пользователем (вторичным пользователем) ежемесячно		
20 (44)	76	Признан расход в виде вознаграждения
76	51	Перечислено вознаграждение
2. Вознаграждение уплачивается пользователем (вторичным пользователем) единовременно		
76	51	Перечислено вознаграждение в виде разового платежа
97	76	Разовый платеж признан в составе расходов будущих периодов
Ежемесячно в течение срока действия договора коммерческой концессии (субконцессии)		
20 (44)	97	Часть разового платежа признана в составе расходов текущего месяца

Сумму "входного" НДС организация, применяющая УСН,

может не отражать отдельно на счете 19 "Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям", если такой порядок установлен учетной политикой организации (п. п. 6, 7.1 ПБУ 1/2008).

В ином случае сумма НДС принимается к учету по дебету счета 19 в корреспонденции с кредитом счета 76 "Расчеты с разными дебиторами и кредиторами". Данная сумма списывается со счета 19 в дебет счета учета затрат.

### **2.2.1. Бухучет при УСН у пользователя при перечислении вознаграждения по договору коммерческой концессии иностранному правообладателю (вторичному правообладателю), в том числе белорусскому, казахстанскому, армянскому, киргизскому (резиденту государства - члена ЕАЭС)**

Сумма расхода в виде ежемесячного вознаграждения отражается в бухгалтерском учете в оценке в рублях по курсу иностранной валюты, установленному Банком России, на дату его принятия к учету и в последующем не пересчитывается в связи с изменением курса иностранной валюты (п. п. 4, 6 ПБУ 3/2006).

Если пользователь (вторичный пользователь) признается налоговым агентом, то сумма налога, удержанного с дохода иностранного правообладателя (вторичного правообладателя) при перечислении вознаграждения, отражается в бухгалтерском учете налогового агента по дебету счета 76 "Расчеты с разными дебиторами и кредиторами" в корреспонденции с кредитом счета 68 "Расчеты по налогам и сборам".

В таблице используются следующие обозначения аналитических счетов по счету 68:

68-НДС "Расчеты по НДС";

68-пр "Расчеты по налогу на прибыль".

Дебет	Кредит	Содержа ние операц й
<p>Договор коммерческой концессии (субконцессии) заключен с иностранным правообладателем (вторичным правообладателем), в том числе резидентом государства - члена ЕАЭС</p>		
<p>20 (44)</p>	<p>76</p>	<p>Признан расход в виде вознаграждения</p>
<p>76</p>	<p>68-НДС</p>	<p>Удержан НДС с дохода иностранного правообладателя (вторичного правообладателя)</p>
<p>76</p>	<p>68-пр</p>	<p>Удержан налог на прибыль с дохода иностранного правообладателя (вторичного правообладателя)</p>
<p>76</p>	<p>52 (51)</p>	<p>Уплачено вознаграждение за текущий месяц (за вычетом удержанных налогов)</p>
<p>68-НДС</p>	<p>51</p>	<p>Уплачен в бюджет удержанный НДС</p>

68-пр	51	Уплачен в бюджет удержанный налог на прибыль
-------	----	--

Сумму НДС, подлежащую удержанию, организация, применяющая УСН, может не отражать отдельно на счете 19 "Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям", если такой порядок установлен ее учетной политикой (п. п. 6, 7.1 ПБУ 1/2008). В таком случае НДС включается в сумму расхода в виде вознаграждения напрямую без использования счета 19.

### **2.2.2. Бухучет при УСН у пользователя при перечислении по договору коммерческой концессии вознаграждения, сумма которого установлена в иностранной валюте (у. е.), а оплата производится в рублях**

Сумма расхода в виде ежемесячного вознаграждения отражается в учете в оценке в рублях по курсу иностранной валюты (у. е.), установленному Банком России, либо по иному курсу, установленному законом или соглашением сторон, на дату его принятия к учету и в последующем не пересчитывается в связи с изменением курса (п. п. 4, 5, 6 ПБУ 3/2006).

По расчетам с правообладателем (вторичным правообладателем) могут возникать положительные (отрицательные) курсовые разницы, которые учитываются на счете 91 "Прочие доходы и расходы" (субсчет 91-1 "Прочие доходы" или субсчет 91-2 "Прочие расходы") по правилам, установленным п. п. 5 - 7, 11 - 13 ПБУ 3/2006.

Дебет	Кредит	Содержание операций
76 (91-2)	91-1 (76)	На дату перечисления вознаграждения (или на отчетную дату) отражена положительная (отрицательная) курсовая разница по расчетам с правообладателем (вторичным правообладателем), если по условиям договора вознаграждение установлено в иностранной валюте (у. е.), а оплата производится в рублях по курсу на день оплаты
76	51	Перечислено вознаграждение

### **2.2.3. Бухучет при УСН у пользователя при перечислении по договору коммерческой концессии вознаграждения, сумма которого установлена и фактически оплачивается в иностранной валюте**

Сумма расхода в виде ежемесячного вознаграждения отражается в учете в оценке в рублях по курсу иностранной валюты, установленному Банком России, на дату его принятия к учету и в последующем не пересчитывается в связи с изменением курса (п. п. 4, 6 ПБУ 3/2006).

По расчетам с правообладателем (вторичным правообладателем) могут возникать положительные

(отрицательные) курсовые разницы, которые учитываются на счете 91 "Прочие доходы и расходы" (субсчет 91-1 "Прочие доходы" или субсчет 91-2 "Прочие расходы") по правилам, установленным п. п. 5 - 7, 11 - 13 ПБУ 3/2006.

Дебет	Кредит	Содержание операций
76 (91-2)	91-1 (76)	На дату перечисления вознаграждения (или на отчетную дату) отражена положительная (отрицательная) курсовая разница по расчетам с правообладателем (вторичным правообладателем), если по условиям договора вознаграждение установлено и выплачивается в иностранной валюте
76	52	Перечислено вознаграждение

### **3. УСН и бухучет у пользователя (вторичного правообладателя) по договору коммерческой субконцессии**

#### **3.1. УСН и бухучет у пользователя (вторичного правообладателя) при предоставлении прав по договору коммерческой субконцессии**

##### **3.1.1. УСН у пользователя (вторичного правообладателя) при предоставлении прав по договору коммерческой субконцессии**

На момент предоставления прав на использование комплекса исключительных прав на объекты интеллектуальной собственности (части этого комплекса) у вторичного правообладателя, применяющего УСН, дохода не возникает. При применении УСН доходы признаются на дату поступления денежных средств на расчетный счет и (или) в кассу, получения иного имущества (работ, услуг) и (или) имущественных прав, а также погашения другим способом задолженности налогоплательщику (п. 1 ст. 346.17 НК РФ).

Вознаграждение по договору коммерческой концессии, признанное в составе расходов, не исключается из состава расходов при заключении договора коммерческой субконцессии. Кроме того, в течение всего срока действия договора коммерческой субконцессии вторичный правообладатель (пользователь по договору коммерческой концессии) продолжает учитывать расходы в виде ежемесячного вознаграждения, уплачиваемого правообладателю.

##### **3.1.2. Бухучет при УСН у пользователя (вторичного правообладателя) при предоставлении прав по договору**

## **коммерческой субконцессии**

Как правило, при заключении договора коммерческой субконцессии пользователь по договору коммерческой концессии (вторичный правообладатель) продолжает использовать комплекс исключительных прав (часть этого комплекса), переданный по договору коммерческой субконцессии. В этом случае никаких записей в аналитическом учете по счету 017 "Нематериальные активы, полученные в пользование по договору коммерческой концессии (субконцессии)" не производится.

О порядке учета расходов в виде вознаграждения по договору коммерческой концессии, уплачиваемого в период действия договора коммерческой субконцессии, в составе расходов по обычным видам деятельности см. раздел "Бухучет при УСН у пользователя при перечислении вознаграждения по договору коммерческой концессии".

Если вознаграждение по договору коммерческой субконцессии признается в составе прочих доходов и пользователь (вторичный правообладатель) продолжает использовать комплекс исключительных прав, переданный по договору коммерческой субконцессии, то сумму вознаграждения, причитающуюся к уплате по договору коммерческой концессии, необходимо распределять между расходами по обычным видам деятельности и прочими расходами. Такое распределение осуществляется в порядке, установленном пользователем (вторичным правообладателем), например пропорционально соотношению доходов, полученных от вторичного пользователя, в общем объеме доходов (п. 7.1 ПБУ 1/2008, п. 5, 11, 21 ПБУ 10/99, п. 18 ПБУ 9/99).

В том случае, когда вторичный правообладатель не использует комплекс исключительных прав (часть этого

комплекса), переданный по договору коммерческой субконцессии, и вознаграждение по договору коммерческой субконцессии учитывается в составе прочих доходов, вознаграждение, причитающееся правообладателю по договору коммерческой концессии, признается в составе прочих расходов (п. 11 ПБУ 10/99).

**3.2. УСН и бухгалтер у пользователя (вторичного правообладателя) при получении вознаграждения по договору коммерческой субконцессии**

**3.2.1. УСН у пользователя (вторичного правообладателя) при получении вознаграждения по договору коммерческой субконцессии**

Вознаграждение, уплачиваемое вторичным пользователем, признается вторичным правообладателем (пользователем по договору коммерческой концессии) в том же порядке, в каком правообладатель учитывает вознаграждение, полученное от пользователя.

При получении пользователем (вторичным правообладателем) предоплаты (аванса) от вторичного пользователя налоговые последствия аналогичны тем, которые возникают при получении правообладателем предоплаты (аванса) от пользователя.

**3.2.2. Бухучет при УСН у пользователя (вторичного правообладателя) при получении вознаграждения по договору коммерческой субконцессии**

Вознаграждение по договору коммерческой субконцессии вторичный правообладатель отражает в бухгалтерском учете в том же порядке, в каком правообладатель признает вознаграждение по договору

коммерческой концессии.

#### **4. Договор коммерческой концессии: что влияет на налоги и бухучет у пользователя на УСН**

##### **4.1. Условие договора коммерческой концессии о предоплате (авансе) при УСН (информация для пользователя)**

Порядок уплаты вознаграждения по договору коммерческой концессии устанавливается по соглашению сторон, которые по своему усмотрению определяют в том числе срок его уплаты (ст. 1030, п. 4 ст. 421 ГК РФ). В частности, правообладатель и пользователь могут договориться об уплате вознаграждения на условиях предоплаты (аванса).

*Формулировка договора в этом случае может быть следующей:*

"Сумму вознаграждения по договору Пользователь вносит не позднее чем за \_\_\_ дней до \_\_\_\_\_ начала очередного периода использования предоставленного по договору комплекса прав)".

##### **4.1.1. УСН при перечислении предоплаты (аванса) по договору коммерческой концессии**

Сумма перечисленной правообладателю предоплаты (аванса) в составе расходов пользователя не учитывается. Это связано с тем, что при применении УСН расходами признаются затраты после их фактической оплаты. Под оплатой понимается прекращение обязательства пользователя перед правообладателем, которое непосредственно связано с предоставлением в пользование

комплекса прав на объекты интеллектуальной собственности (п. 2 ст. 346.17 НК РФ, Письмо Минфина России от 03.04.2015 N 03-11-11/18801). На дату перечисления пользователем предоплаты (аванса) такое обязательство отсутствует.

Вышеуказанными нормами руководствуется и вторичный пользователь в отношении предоплаты (аванса), перечисленной вторичному правообладателю (пользователю по договору коммерческой концессии).

#### **4.1.2. Бухучет при УСН при перечислении предоплаты (аванса) по договору коммерческой концессии**

Перечисленная по договору коммерческой концессии предоплата (аванс) не признается расходом и учитывается в составе дебиторской задолженности (абз. 6, 7 п. 3, п. 16 ПБУ 10/99). Признание расхода в виде вознаграждения производится на последнее число месяца пользования объектами интеллектуальной собственности (п. 16 ПБУ 10/99).

Вышеуказанный порядок применяется и в отношении предоплаты (аванса), перечисленной вторичному правообладателю (пользователю по договору коммерческой концессии).

В таблице используются следующие обозначения аналитических счетов по счету 76 "Расчеты с разными дебиторами и кредиторами":

76-а "Расчеты по предоплате (авансам)";

76-в "Расчеты по вознаграждению".

Дебет	Кредит	Содержание операций
76-а	51	Перечислена предоплата (аванс) по договору коммерческой концессии (субконцессии)
На дату признания расхода в виде вознаграждения		
20 (44)	76-в	Признан расход в виде вознаграждения
76-в	76-а	Зачтена предоплата (аванс) в счет оплаты вознаграждения

Суммы перечисленной предоплаты (аванса) учитываются на счете 76 обособленно.

Сумму "входного" НДС организация, применяющая УСН, может не отражать отдельно на счете 19 "Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям", если такой порядок установлен учетной политикой организации (п. п. 6, 7.1 ПБУ 1/2008).

В ином случае сумма НДС принимается к учету по дебету счета 19 в корреспонденции с кредитом счета 76 "Расчеты с разными дебиторами и кредиторами". Данная сумма списывается со счета 19 в дебет счета 20 "Основное производство" (44 "Расходы на продажу").

## **6.1.5. КОММЕРЧЕСКАЯ КОНЦЕССИЯ. ПРАВООБЛАДАТЕЛЬ ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ КОМПЛЕКСА ИСКЛЮЧИТЕЛЬНЫХ ПРАВ ПО ДОГОВОРУ КОММЕРЧЕСКОЙ КОНЦЕССИИ**

### **1. НДС у правообладателя при предоставлении комплекса исключительных прав по договору коммерческой концессии**

При заключении договора коммерческой концессии исключительные права на результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации сохраняются за правообладателем (п. 1 ст. 1027 ГК РФ). Поэтому такого объекта налогообложения по НДС, как передача исключительных имущественных прав, не возникает (ст. 1226 ГК РФ, пп. 1 п. 1 ст. 146 НК РФ).

### **2. Налог на прибыль у правообладателя при предоставлении комплекса исключительных прав по договору коммерческой концессии**

В рамках договора коммерческой концессии пользователю передается право использования комплекса исключительных прав на объекты интеллектуальной собственности, но не сами исключительные права (п. 1 ст. 1027 ГК РФ). Поэтому на дату предоставления пользователю такого комплекса прав доходов у правообладателя, применяющего метод начисления, не возникает (п. п. 1, 3 ст. 271 НК РФ).

В течение всего срока действия договора по объектам, числящимся в составе нематериальных активов, правообладатель продолжает начислять амортизацию, поскольку оснований для их исключения из состава

амортизируемого имущества нет (п. п. 1, 3 ст. 256 НК РФ). При этом суммы амортизационных отчислений учитываются в составе расходов, связанных с производством и реализацией (если сумма вознаграждения признается правообладателем как выручка от реализации (п. 1 ст. 249 НК РФ)), или в составе внереализационных расходов (пп. 3 п. 2 ст. 253, абз. 2 пп. 1 п. 1 ст. 265 НК РФ).

Если правообладатель сам продолжает использовать объекты интеллектуальной собственности, исключительные права на которые предоставлены в пользование, а вознаграждение по договору коммерческой концессии учитывается как внереализационный доход, то сумму начисленной амортизации необходимо распределять пропорционально соотношению этого дохода в общем объеме доходов (ст. 315, абз. 4 п. 1 ст. 272 НК РФ).

**2.1. Налог на прибыль у правообладателя при предоставлении комплекса исключительных прав по договору коммерческой концессии, в соответствии с которым расходы по уплате патентной пошлины за регистрацию предоставления права использования комплекса исключительных прав несет правообладатель**

Суммы патентной пошлины за государственную регистрацию предоставления права использования комплекса исключительных прав по договору коммерческой концессии учитываются у правообладателя либо в составе внереализационных, либо в составе прочих расходов, связанных с производством и реализацией (п. 2 ст. 1028, п. 2 ст. 1031 ГК РФ, пп. 49 п. 1 ст. 264, абз. 2 пп. 1 п. 1 ст. 265 НК РФ). При применении метода начисления соответствующие расходы признаются на дату начисления (пп. 1 п. 7 ст. 272 НК РФ).

### **3. Бухучет у правообладателя при предоставлении комплекса исключительных прав по договору коммерческой концессии**

Объекты интеллектуальной собственности, отвечающие условиям, перечисленным в п. 3 ПБУ 14/2007, отражаются в бухгалтерском учете в качестве нематериальных активов (НМА).

Объекты НМА, предоставленные правообладателем в пользование (при сохранении за ним исключительных прав на эти объекты), в бухгалтерском учете правообладателя не списываются и подлежат обособленному отражению. Начисление амортизации по НМА, предоставленным в пользование, производится правообладателем (п. п. 37, 38 ПБУ 14/2007).

Если правообладатель сам продолжает использовать объекты интеллектуальной собственности, исключительные права на которые предоставлены в пользование, а доход от предоставления прав на использование комплекса исключительных прав признается в качестве прочего дохода, то сумма начисленной амортизации по НМА распределяется между расходами по обычным видам деятельности и прочими расходами в порядке, установленном правообладателем, например пропорционально соотношению доходов, полученных от пользователя, в общем объеме доходов (п. 7.1 ПБУ 1/2008, п. п. 5, 11, 21 ПБУ 10/99, п. 18 ПБУ 9/99).

**3.1. Бухучет у правообладателя при предоставлении комплекса исключительных прав по договору коммерческой концессии, в соответствии с которым расходы по уплате патентной пошлины за регистрацию предоставления права**

## использования комплекса исключительных прав несет правообладатель

Понесенные организацией-правообладателем расходы по уплате патентной пошлины за регистрацию предоставления права использования комплекса исключительных прав по договору коммерческой концессии в бухгалтерском учете отражаются в составе расходов по обычным видам деятельности, если предоставление прав на использование объектов интеллектуальной собственности является одним из видов деятельности правообладателя, в ином случае (если предоставление прав на использование объектов интеллектуальной собственности не является видом деятельности правообладателя) - в составе прочих расходов (п. п. 5, 11 ПБУ 10/99).

Дебет	Кредит	Содержание операций
Учет амортизационных отчислений		
44, 20 (91-2)	05	Начислена амортизация по НМА
Учет патентной пошлины за регистрацию предоставления права использования комплекса исключительных прав		
44, 20 (91-2)	76	Начислена патентная пошлина

## **6.1.6. ПОЛУЧЕНИЕ ВОЗНАГРАЖДЕНИЯ ПО ДОГОВОРУ КОММЕРЧЕСКОЙ КОНЦЕССИИ**

### **1. НДС у правообладателя при получении вознаграждения по договору коммерческой концессии**

Предоставление в пользование комплекса исключительных прав по договору коммерческой концессии для целей гл. 21 НК РФ приравнивается к оказанию услуг. Поэтому на дату оказания таких услуг (при уплате вознаграждения периодическими платежами) правообладатель должен начислить НДС на сумму вознаграждения (п. 1 ст. 146, абз. 3 пп. 4 п. 1 ст. 148, п. 2 ст. 153 НК РФ).

Налоговая база по НДС определяется в порядке, установленном п. 1 ст. 154 НК РФ. Моментом определения налоговой базы по НДС является дата оказания услуг (пп. 1 п. 1 ст. 167 НК РФ).

Если вознаграждение уплачивается единовременно, то НДС начисляется в том же порядке, что и при получении предоплаты в счет вознаграждения по договору.

#### **1.1. Оформление правообладателем счета-фактуры на сумму вознаграждения, стоимость которого установлена в иностранной валюте (у. е.), а оплата производится в рублях**

Счета-фактуры в таком случае оформляются только в рублях (пп. "м" п. 1 Правил заполнения счета-фактуры, применяемого при расчетах по налогу на добавленную стоимость, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 26.12.2011 N 1137).

## **1.2. НДС у правообладателя при получении по договору коммерческой концессии вознаграждения, сумма которого установлена в иностранной валюте (у. е.), а оплата производится в рублях**

В таком случае при реализации услуг моментом определения налоговой базы по НДС является дата оказания услуг по договору коммерческой концессии (за исключением использования прав на объекты интеллектуальной собственности, перечисленных в пп. 26 п. 2 ст. 149 НК РФ). На указанную дату производится пересчет иностранной валюты (у. е.) в рубли по курсу Банка России. При поступлении оплаты за оказанные услуги налоговая база по НДС не корректируется. Разницы в сумме НДС, возникающие у налогоплательщика-правообладателя при последующей оплате услуг, учитываются в составе внереализационных доходов в соответствии со ст. 250 НК РФ или в составе внереализационных расходов в соответствии со ст. 265 НК РФ (п. 4 ст. 153 НК РФ).

## **2. Налог на прибыль у правообладателя при получении вознаграждения по договору коммерческой концессии**

Сумма вознаграждения по договору признается либо в составе доходов от реализации (если предоставление в пользование комплекса исключительных прав на объекты интеллектуальной собственности является для правообладателя одним из видов деятельности), либо в составе внереализационных доходов (п. 5 ч. 2 ст. 250, п. 1 ст. 249, п. 3 ст. 271 НК РФ).

У правообладателя, применяющего метод начисления, такие доходы признаются на последний день отчетного

(налогового) периода. При этом, если вознаграждение уплачивается разовым платежом или неравномерно, соответствующую сумму нужно распределять и включать в доходы равномерно в течение срока действия договора (п. 5 ч. 2 ст. 250, пп. 3 п. 4, п. 2 ст. 271 НК РФ).

## **2.1. Налог на прибыль у правообладателя при получении вознаграждения по договору коммерческой концессии от иностранного пользователя, в том числе белорусского, казахстанского, армянского, киргизского (резидента государства - члена ЕАЭС)**

Сумма вознаграждения, выплачиваемого российскому правообладателю иностранным (например, белорусским) пользователем, учитывается при расчете налога на прибыль. Такие доходы признаются за минусом расходов, произведенных как в Российской Федерации, так и за ее пределами (п. 1 ст. 311 НК РФ).

В то же время указанные доходы могут облагаться налогами в иностранном государстве (в частности, в Республике Беларусь) в соответствии с его законодательством.

Сумма вознаграждения по договору коммерческой концессии, заключенного с пользователем - резидентом Республики Беларусь, может облагаться налогом в Белоруссии. При этом величина такого налога не должна превышать 10 процентов валовой суммы выплат, причитающихся российскому правообладателю (п. п. 2, 3 ст. 11 Соглашения между Правительством РФ и Правительством Республики Беларусь от 21.04.1995).

Суммы удержанного с правообладателя "иностранного" налога засчитываются при уплате им налога на прибыль в

пределах суммы последнего. Такой зачет возможен при наличии документов, подтверждающих уплату налога в соответствии с законодательством иностранного государства (п. 3 ст. 311 НК РФ).

## **2.2. Налог на прибыль у правообладателя при получении по договору коммерческой концессии вознаграждения, сумма которого установлена в иностранной валюте (у. е.), а оплата производится в рублях**

Доходы, стоимость которых выражена в условных единицах, учитываются в совокупности с доходами, стоимость которых выражена в рублях (абз. 2 п. 3 ст. 248 НК РФ). Доходы, выраженные в иностранной валюте (условных денежных единицах), пересчитываются в рубли по курсу, установленному Банком России на дату признания соответствующего дохода, либо по иному курсу, установленному законом или соглашением сторон (абз. 1, 3 п. 8 ст. 271 НК РФ).

При применении метода начисления требования к пользователю, выраженные в иностранной валюте (условных денежных единицах), пересчитываются в рубли на дату прекращения (исполнения) требований и (или) на последнее число текущего месяца в зависимости от того, что произошло раньше. Пересчет производится на указанные даты по курсу Банка России либо по иному курсу, установленному законом или соглашением сторон (абз. 2, 3 п. 8 ст. 271, абз. 2, 3 п. 10 ст. 272 НК РФ). В связи с изменением курса иностранной валюты (условных денежных единиц) к рублю по расчетам с пользователем возникают курсовые разницы. Положительная курсовая разница возникает при дооценке требований, а отрицательная - при их уценке. Такие разницы

включаются в состав внереализационных доходов или внереализационных расходов соответственно (п. 11 ч. 2 ст. 250, пп. 5 п. 1 ст. 265 НК РФ).

Курсовые разницы признаются в составе внереализационных доходов или внереализационных расходов на дату прекращения (исполнения) требований и (или) на последнее число текущего месяца в зависимости от того, что произошло раньше (пп. 7 п. 4, абз. 2 п. 8 ст. 271, пп. 6 п. 7, абз. 2 п. 10 ст. 272 НК РФ). Курсовые разницы учитываются со всей суммы задолженности, которая включает и предъявленный пользователю НДС (п. 4 ст. 153 НК РФ).

Вместе с тем в соответствии с ч. 3 ст. 3 Федерального закона от 20.04.2014 N 81-ФЗ доходы (расходы) в виде суммовой разницы, возникшие у налогоплательщика по сделкам, заключенным до 1 января 2015 г., учитываются в целях налогообложения прибыли в порядке, установленном до этой даты.

Таким образом, указанные разницы признаются в прежнем порядке. А именно: при применении метода начисления положительные суммовые разницы по расчетам с пользователем учитываются в составе внереализационных доходов (п. 11.1 ч. 2 ст. 250 НК РФ), а отрицательные - в составе внереализационных расходов (пп. 5.1 п. 1 ст. 265 НК РФ). При этом суммовые разницы признаются в доходах или расходах на дату получения вознаграждения по договору (пп. 1 п. 7 ст. 271, абз. 2 п. 9 ст. 272 НК РФ).

Разницы в сумме НДС, возникающие у налогоплательщика-правообладателя при последующей оплате оказанных услуг, учитываются в составе внереализационных доходов или в составе внереализационных расходов соответственно (п. 4 ст. 153, п.

11.1 ч. 2 ст. 250, пп. 5.1 п. 1 ст. 265 НК РФ).

Суммовые разницы (курсовые разницы) возникают только по уже возникшим обязательствам и требованиям. По мнению Минфина России (см., например, Письма от 01.10.2015 N 03-03-06/1/56180, от 27.07.2015 N 03-03-06/1/43044, от 14.05.2015 N 03-03-10/27647 (направлено ФНС России для сведения и использования в работе Письмом от 26.06.2015 N ГД-4-3/11191)), сделкой является как заключение соглашения, так и отгрузка. При определении даты заключения сделки для применения нормы ч. 3 ст. 3 Федерального закона от 20.04.2014 N 81-ФЗ следует ориентироваться на дату совершения операции, в результате которой возникают требования и обязательства (кредиторская и дебиторская задолженности). На основании приведенных разъяснений финансового ведомства, на наш взгляд, можно предположить, что, если исполнение договора коммерческой концессии, в результате которого возникают требования и обязательства (кредиторская и дебиторская задолженности), осуществлено:

- с 1 января 2015 г., разницы, возникающие при дооценке (уценке) требований и обязательств, необходимо учитывать в виде курсовой разницы;

- до 1 января 2015 г., разницы, возникающие при дооценке (уценке) требований и обязательств, необходимо учитывать в виде суммовой разницы.

Заметим, что ранее Минфин России (Письмо от 30.03.2015 N 03-03-06/1/17387) придерживался иной точки зрения, согласно которой по заключенным до 1 января 2015 г. сделкам, исполнение которых возникает после 1 января 2015 г., организациям необходимо учитывать в доходах (расходах) для целей налогообложения доходы (расходы) в виде суммовой разницы.

### **2.3. Налог на прибыль у правообладателя при получении по договору коммерческой концессии вознаграждения, сумма которого установлена и фактически оплачивается в иностранной валюте**

Доходы в виде вознаграждения, сумма которого выражена в иностранной валюте, подлежат пересчету в рубли (п. 3 ст. 248 НК РФ).

При применении правообладателем метода начисления требования, выраженные в иностранной валюте, пересчитываются на последний день текущего месяца и на дату получения вознаграждения (абз. 2 п. 8 ст. 271, абз. 2 п. 10 ст. 272 НК РФ). Следовательно, в связи с колебанием курса иностранной валюты у него могут возникать как положительные, так и отрицательные курсовые разницы, которые включаются на последний день текущего месяца и на дату получения вознаграждения соответственно в состав внереализационных доходов или внереализационных расходов (п. 11 ч. 2 ст. 250, пп. 5 п. 1 ст. 265, пп. 7 п. 4 ст. 271, пп. 6 п. 7 ст. 272 НК РФ).

### **3. Бухучет у правообладателя при получении вознаграждения по договору коммерческой концессии**

Вознаграждение по договору коммерческой концессии правообладатель может включить (п. п. 4, 5, 7 ПБУ 9/99):

1) в доходы по обычным видам деятельности, если предоставление прав на использование объектов интеллектуальной собственности является одним из видов деятельности правообладателя;

2) в прочие доходы, если предоставление прав на использование объектов интеллектуальной собственности не

является видом деятельности правообладателя.

В первом случае указанные доходы отражаются в бухгалтерском учете на счете 90 "Продажи" (субсчет 90-1 "Выручка"), во втором - на счете 91 "Прочие доходы и расходы" (субсчет 91-1 "Прочие доходы").

Вознаграждение по договору коммерческой концессии признается в бухгалтерском учете доходом, если соблюдены условия, определенные в пп. "а", "б" и "в" п. 12 ПБУ 9/99.

Если вознаграждение уплачивается разовым платежом или неравномерно, то полученное вознаграждение признается в составе кредиторской задолженности на счете 76 "Расчеты с разными дебиторами и кредиторами" (Инструкция по применению Плана счетов). В течение всего срока действия договора коммерческой концессии соответствующая сумма вознаграждения ежемесячно включается в состав доходов от обычных видов деятельности или в состав прочих доходов (п. 15 ПБУ 9/99, Инструкция по применению Плана счетов). Вознаграждение в виде разового платежа отражается в бухгалтерском учете в том же порядке, что и предоплата, полученная в счет вознаграждения по договору коммерческой концессии.

В таблице используется следующее обозначение аналитического счета по счету 68 "Расчеты по налогам и сборам":

68-НДС "Расчеты по НДС".

Дебет	Кредит	Содержание операций
1. Вознаграждение уплачивается пользователем ежемесячно		
76	90-1	Признан доход в виде

	(91-1)	вознаграждения
90-3 (91-2)	68-НДС	Начислен НДС с вознаграждения <*>
44, 20 (91-2)	05	Начислена амортизация по НМА
51	76	Получено вознаграждение
2. Вознаграждение уплачивается пользователем единовременно		
51	76	Получено единовременное вознаграждение
76-НДС	68-НДС	Начислен НДС <*>
Ежемесячно в период действия договора коммерческой концессии		
44, 20 (91-2)	05	Начислена амортизация по НМА
76	90-1 (91-1)	Отражен ежемесячный доход по договору коммерческой концессии
90-3 (91-2)	68-НДС	Начислен НДС с ежемесячного вознаграждения <*>

68-НДС	76-НДС	Принят к вычету НДС, начисленный при получении единовременного вознаграждения в части, приходящейся на сумму ежемесячного вознаграждения
--------	--------	--

**3.1. Бухучет у правообладателя при получении вознаграждения по договору коммерческой концессии от иностранного пользователя, в том числе белорусского, казахстанского, армянского, киргизского (резидента государства - члена ЕАЭС)**

Сумма налога, удержанная иностранным (например, белорусским) пользователем, на которую правообладатель вправе уменьшить сумму налога на прибыль, отражается в бухгалтерском учете по дебету счета 68 "Расчеты по налогам и сборам" (субсчет "Налог на прибыль организаций") и кредиту счета 76 "Расчеты с разными дебиторами и кредиторами".

Дебет	Кредит	Содержание операций
Договор коммерческой концессии заключен с иностранным пользователем, в том числе резидентом государства - члена ЕАЭС		
76	90-1 (91-1)	Признан доход в виде вознаграждения
44,	05	Начислена амортизация по

20 (91-2)		НМА
51 (52)	76	Получено вознаграждение (за вычетом налога, удержанного источником выплаты дохода)
68	76	Отражен налог, подлежащий зачету в счет уплаты налога на прибыль в РФ

**3.2. Бухучет у правообладателя при получении по договору коммерческой концессии вознаграждения, сумма которого установлена в иностранной валюте (у. е.), а оплата производится в рублях**

В этом случае по расчетам с пользователем могут возникать курсовые разницы. Они учитываются на счете 91 "Прочие доходы и расходы": положительные - на субсчете 91-1 "Прочие доходы", отрицательные - на субсчете 91-2 "Прочие расходы" (по правилам, установленным п. п. 5 - 7, 11 - 13 ПБУ 3/2006).

Дебет	Кредит	Содержание операций
51	76	Получено вознаграждение от пользователя
Если курс увеличивается		

76	91-1	Отражена положительная курсовая разница по расчетам с пользователем
Если курс уменьшается		
91-2	76	Отражена отрицательная курсовая разница по расчетам с пользователем

Учетной политикой организации может быть предусмотрено, что промежуточная бухгалтерская отчетность составляется ежемесячно, т.е. отчетными периодами являются месяц, два месяца и так далее до окончания года (п. 6 ст. 3, ч. 5 ст. 13, ч. 4, 6 ст. 15 Федерального закона от 06.12.2011 N 402-ФЗ "О бухгалтерском учете", п. 48 ПБУ 4/99).

В таком случае при применении в налоговом учете метода начисления порядок признания курсовых разниц в бухгалтерском и налоговом учете одинаковый. Подробнее о признании для целей налогообложения прибыли курсовых разниц см. выше. Таким образом, разниц, учитываемых в порядке, установленном ПБУ 18/02, не возникает.

Если по сделкам, заключенным до 1 января 2015 г., на отчетные даты в бухгалтерском учете отражаются положительные или отрицательные курсовые разницы, то возникают постоянные разницы (ПР) и соответствующие им постоянные налоговые активы (ПНА) или постоянные налоговые обязательства (ПНО). В этом случае при получении вознаграждения от пользователя также возникают ПР и соответствующие им ПНО или ПНА. В

бухгалтерском учете ПНА отражаются по кредиту счета 99 "Прибыли и убытки" (субсчет "Постоянные налоговые обязательства (активы)") в корреспонденции с дебетом счета 68 "Расчеты по налогам и сборам", а ПНО - по дебету счета 99 в корреспонденции с кредитом счета 68 (Инструкция по применению Плана счетов). Такой вывод следует из буквального прочтения норм п. п. 4, 7 ПБУ 18/02.

В то же время заметим, что возможен и иной порядок учета разниц, возникающих при пересчете требований и обязательств, выраженных в иностранной валюте (у. е.), но подлежащих оплате в рублях. Исходя из разъяснений, содержащихся в Толковании Р82 "Временные разницы по налогу на прибыль" (утв. Бухгалтерским методологическим центром 15.10.2008), разницы, возникающие в связи с различием в порядке признания доходов и расходов в виде курсовых и суммовых разниц, признаются в качестве временных разниц, приводящих к образованию отложенных налоговых активов или обязательств (п. п. 8, 9, 10, 14, 15 ПБУ 18/02, п. п. 6, 7, 8, 9 Толкования Р82).

### **3.3. Бухучет у правообладателя при получении по договору коммерческой концессии вознаграждения, сумма которого установлена и фактически оплачивается в иностранной валюте**

В этом случае по расчетам с пользователем могут возникать курсовые разницы. Они учитываются на счете 91 "Прочие доходы и расходы": положительные - на субсчете 91-1 "Прочие доходы", отрицательные - на субсчете 91-2 "Прочие расходы" (по правилам, установленным п. п. 5 - 7, 11 - 13 ПБУ 3/2006).

Дебет	Кредит	Содержание операций
52	76	Получено ежемесячное вознаграждение от пользователя
Если курс увеличился		
76	91-1	Отражена положительная курсовая разница по расчетам с пользователем
Если курс уменьшился		
91-2	76	Отражена отрицательная курсовая разница по расчетам с пользователем

#### **4. Договор коммерческой концессии: что влияет на налоги и бухучет у правообладателя**

##### **4.1. Условие договора коммерческой концессии о предоплате (авансе) (информация для правообладателя)**

Порядок уплаты вознаграждения по договору коммерческой концессии устанавливается по соглашению сторон, которые по своему усмотрению определяют в том числе срок его уплаты (ст. 1030, п. 4 ст. 421 ГК РФ). В частности, правообладатель и пользователь могут договориться об уплате вознаграждения на условиях предоплаты (аванса).

*Формулировка договора в этом случае может быть следующей:*

"Сумму вознаграждения по договору Пользователь вносит не позднее чем за \_\_\_ дней до \_\_\_\_\_ начала очередного периода использования предоставленного по договору комплекса прав".

#### **4.1.1. НДС у правообладателя при получении предоплаты (аванса) по договору коммерческой концессии**

Правообладатель, получивший предоплату (аванс) в счет вознаграждения по договору коммерческой концессии, должен исчислить и уплатить НДС (абз. 2 п. 1 ст. 154, пп. 2 п. 1 ст. 167 НК РФ). В дальнейшем эти суммы принимаются к вычету на последний день месяца (п. 8 ст. 171, п. 6 ст. 172 НК РФ). Не позднее пяти календарных дней со дня получения предоплаты (аванса) правообладателю необходимо составить счет-фактуру на соответствующую сумму в двух экземплярах и выставить один из них пользователю (п. п. 1, 3 ст. 168, пп. 1 п. 3 ст. 169 НК РФ, п. 17 Правил ведения книги продаж, применяемой при расчетах по налогу на добавленную стоимость, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 26.12.2011 N 1137).

##### **4.1.1.1. НДС у правообладателя при получении по договору коммерческой концессии в порядке предоплаты (авансом) вознаграждения, сумма которого установлена в иностранной валюте (у. е.), а оплата производится в рублях**

Налог уплачивается в бюджет с суммы, реально полученной от пользователя. В дальнейшем эта же сумма налога (в рублях) принимается к вычету на последний день месяца (п. 8 ст. 171, п. 6 ст. 172 НК РФ). Изменение курса иностранной валюты (у. е.) на дату применения вычета на его

сумму уже не влияет. Одновременно у правообладателя вновь возникает момент определения налоговой базы по НДС (п. 14 ст. 167 НК РФ). Налоговая база на дату оказания услуг в счет ранее поступившей 100%-ной предоплаты определяется исходя из полученной 100%-ной предоплаты в рублях без пересчета по курсу Банка России на дату оказания услуг (на последний день месяца). Такой вывод следует, например, из Писем ФНС России от 21.07.2015 N ЕД-4-3/12813, Минфина России от 06.07.2012 N 03-07-15/70 (направлено ФНС России для сведения и использования в работе Письмом от 12.09.2012 N АС-4-3/15209@), от 06.03.2012 N 03-07-09/20.

#### **4.1.2. Налог на прибыль у правообладателя при получении предоплаты (аванса) по договору коммерческой концессии**

При методе начисления сумма поступившей предоплаты (аванса) в доходы не включается (пп. 1 п. 1 ст. 251 НК РФ).

##### **4.1.2.1. Налог на прибыль у правообладателя при получении по договору коммерческой концессии в порядке предоплаты (авансом) вознаграждения, сумма которого установлена в иностранной валюте (у. е.), а оплата производится в рублях**

При применении в налоговом учете метода начисления в части полученной предоплаты (аванса), сумма которой выражена в иностранной валюте (условных денежных единицах), курсовые разницы не возникают (абз. 1 п. 11 ч. 2 ст. 250, абз. 1 пп. 5 п. 1 ст. 265 НК РФ).

Напомним, что в соответствии с ч. 3 ст. 3 Федерального закона от 20.04.2014 N 81-ФЗ доходы (расходы) в виде суммовой разницы, возникшие у налогоплательщика по сделкам, заключенным до 1 января 2015 г., учитываются в прежнем порядке <\*>. При расчетах на условиях предоплаты у правообладателя, применяющего метод начисления, суммовые разницы в части полученных сумм не возникают, поскольку на дату признания дохода суммы полученной предоплаты (аванса) не пересчитываются.

По мнению Минфина России (см., например, Письма от 01.10.2015 N 03-03-06/1/56180, от 27.07.2015 N 03-03-06/1/43044, от 14.05.2015 N 03-03-10/27647 (направлено ФНС России для сведения и использования в работе Письмом от 26.06.2015 N ГД-4-3/11191)), при определении даты заключения сделки для применения нормы ч. 3 ст. 3 Федерального закона от 20.04.2014 N 81-ФЗ следует ориентироваться на дату совершения операции, в результате которой возникают требования и обязательства (кредиторская и дебиторская задолженности).

**4.1.2.2. Налог на прибыль у правообладателя при получении по договору коммерческой концессии в порядке предоплаты (авансом) вознаграждения, сумма которого установлена и фактически оплачивается в иностранной валюте**

При применении метода начисления курсовые разницы по суммам предоплат (авансов), полученным в иностранной валюте, не возникают (абз. 1 п. 11 ч. 2 ст. 250, пп. 5 п. 1 ст. 265, абз. 4 п. 8 ст. 271 НК РФ).

#### **4.1.3. Бухучет у правообладателя при получении предоплаты (аванса) по договору коммерческой концессии**

Полученная предоплата (аванс) не является доходом правообладателя и отражается в составе кредиторской задолженности (абз. 4, 5 п. 3, п. 12 ПБУ 9/99). На сумму полученных в порядке предоплаты (аванса) денежных средств в учете организации производится запись по дебету счета 51 "Расчетные счета" и кредиту счета 76 "Расчеты с разными дебиторами и кредиторами", на котором суммы полученных предоплат (авансов) учитываются обособленно. Вознаграждение признается в бухгалтерском учете доходом, если соблюдены условия, определенные в пп. "а", "б" и "в" п. 12 ПБУ 9/99.

##### **4.1.3.1. Бухучет у правообладателя при получении по договору коммерческой концессии в порядке предоплаты (авансом) вознаграждения, сумма которого установлена в иностранной валюте (у. е.), а оплата производится в рублях**

Полученная предоплата (аванс) принимается к учету в рублевой оценке по курсу, действовавшему на дату поступления денежных средств от пользователя. Пересчет полученной предоплаты (аванса) после принятия ее к бухгалтерскому учету в связи с изменением курса не производится (п. п. 4 - 6, 9, 10 ПБУ 3/2006).

В таблице используются следующие обозначения аналитических счетов по счету 68 "Расчеты по налогам и сборам" и по счету 76:

68-НДС "Расчеты по НДС";

76-а "Расчеты по предоплате (авансам)";

76-в "Расчеты по вознаграждению";

76-НДС "НДС с предоплаты (аванса) полученной".

Дебет	Кредит	Содержание операций
51	76-а	Получена предоплата (аванс) по договору коммерческой концессии
76-НДС	68-НДС	Начислен НДС с суммы полученной предоплаты (аванса) <*>
76-в	90-1 (91-1)	Признан доход в виде вознаграждения
90-3 (91-2)	68-НДС	Начислен НДС с вознаграждения <*>
68-НДС	76-НДС	Принят к вычету НДС, ранее начисленный с полученной предоплаты (аванса)
44, 20 (91-2)	05	Начислена амортизация
76-а	76-в	Предоплата (аванс) зачтена в оплату вознаграждения

#### 4.1.3.2. Бухучет у правообладателя при получении по договору коммерческой концессии в порядке предоплаты (авансом) вознаграждения, сумма которого установлена и фактически оплачивается в иностранной валюте

Полученная предоплата (аванс) принимается к учету в рублевой оценке по курсу, действовавшему на дату поступления денежных средств от пользователя. Пересчет полученной предоплаты (аванса) после принятия ее к бухгалтерскому учету в связи с изменением курса не производится (п. п. 4 - 6, 9, 10 ПБУ 3/2006).

В таблице используются следующие обозначения аналитических счетов по счету 76 "Расчеты с разными дебиторами и кредиторами":

76-а "Расчеты по предоплате (авансам)";

76-в "Расчеты по вознаграждению".

Дебет	Кредит	Содержание операций
52	76-а	Получена предоплата (аванс) по договору коммерческой концессии
76-в	90-1 (91-1)	Признан доход в виде вознаграждения
44, 20 (91-2)	05	Начислена амортизация
76-а	76-в	Предоплата (аванс) зачтена в оплату вознаграждения

## **6.1.7. УПРОЩЕННАЯ СИСТЕМА НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ У ПРАВООБЛАДАТЕЛЯ ПО ДОГОВОРУ КОММЕРЧЕСКОЙ КОНЦЕССИИ**

**1. УСН и бухучет у правообладателя при предоставлении комплекса исключительных прав по договору коммерческой концессии**

**1.1. УСН у правообладателя при предоставлении пользователю комплекса исключительных прав по договору коммерческой концессии**

Сам по себе факт предоставления комплекса прав по договору коммерческой концессии не влечет возникновения дохода. Доходы при применении УСН признаются на дату поступления денежных средств на расчетный счет и (или) в кассу, получения иного имущества (работ, услуг) и (или) имущественных прав, а также погашения другим способом задолженности налогоплательщику (п. 1 ст. 346.17 НК РФ).

При этом стоимость нематериальных активов, признанная ранее в целях налогообложения, не исключается из состава расходов, а сами объекты интеллектуальной собственности продолжают числиться в составе амортизируемого имущества (пп. 2 п. 1, п. п. 3, 4 ст. 346.16, п. 3 ст. 256 НК РФ).

**1.1.1. УСН у правообладателя при предоставлении пользователю комплекса исключительных прав по договору коммерческой концессии, в соответствии с которым расходы по уплате патентной пошлины за регистрацию предоставления права использования комплекса исключительных прав несет правообладатель**

Оснований для признания в составе расходов суммы патентной пошлины за государственную регистрацию предоставления права использования комплекса исключительных прав по договору у правообладателя нет. Это обусловлено тем, что предусмотренный п. 1 ст. 346.16 НК РФ перечень расходов является закрытым и данный вид расходов не поименован в нем.

Положения пп. 2.2 п. 1 ст. 346.16 НК РФ в данном случае не применяются, поскольку патентная пошлина за государственную регистрацию предоставления права использования комплекса исключительных прав по договору коммерческой концессии не относится к перечисленным в указанной норме расходам.

## **1.2. Бухучет при УСН у правообладателя при предоставлении пользователю комплекса исключительных прав по договору коммерческой концессии**

Объекты интеллектуальной собственности, отвечающие условиям, перечисленным в п. 3 ПБУ 14/2007, отражаются в бухгалтерском учете в качестве нематериальных активов (НМА).

Объекты НМА, предоставленные правообладателем в пользование (при сохранении за ним исключительных прав на эти объекты), в бухгалтерском учете правообладателя не списываются и подлежат обособленному отражению. Начисление амортизации по НМА, предоставленным в пользование, производится правообладателем (п. п. 37, 38 ПБУ 14/2007).

Если правообладатель сам продолжает использовать объекты интеллектуальной собственности, исключительные права на которые предоставлены в пользование, а доход от

предоставления прав на использование комплекса исключительных прав признается в качестве прочего дохода, то сумма начисленной амортизации по НМА распределяется между расходами по обычным видам деятельности и прочими расходами в порядке, установленном правообладателем, например пропорционально соотношению доходов, полученных от пользователя, в общем объеме доходов (п. 7.1 ПБУ 1/2008, п. п. 5, 11, 21 ПБУ 10/99, п. 18 ПБУ 9/99).

**1.2.1. Бухучет при УСН у правообладателя при предоставлении пользователю комплекса исключительных прав по договору коммерческой концессии, в соответствии с которым расходы по уплате патентной пошлины за регистрацию предоставления права использования комплекса исключительных прав несет правообладатель**

Понесенные организацией-правообладателем расходы по уплате патентной пошлины за регистрацию предоставления права использования комплекса исключительных прав по договору коммерческой концессии в бухгалтерском учете отражаются в составе расходов по обычным видам деятельности, если предоставление прав на использование объектов интеллектуальной собственности является одним из видов деятельности правообладателя, в ином случае (если предоставление прав на использование объектов интеллектуальной собственности не является видом деятельности правообладателя) - в составе прочих расходов (п. п. 5, 11 ПБУ 10/99).

Дебет	Кредит	Содержание операций
Учет амортизационных отчислений		
44, 20 (91-2)	05	Начислена амортизация по НМА
Учет патентной пошлины за регистрацию предоставления права использования комплекса исключительных прав		
44, 20 (91-2)	76	Начислена патентная пошлина

## 2. УСН и бухгалтер у правообладателя при получении вознаграждения по договору коммерческой концессии

### 2.1. УСН у правообладателя при получении вознаграждения по договору коммерческой концессии

Доходы при применении УСН признаются на дату поступления денежных средств на расчетный счет и (или) в кассу, получения иного имущества (работ, услуг) и (или) имущественных прав, а также погашения другим способом задолженности налогоплательщику (п. 1 ст. 346.17 НК РФ).

При поступлении вознаграждения по договору коммерческой концессии полученный доход учитывается в качестве выручки (если предоставление в пользование комплекса исключительных прав на объекты интеллектуальной деятельности является видом деятельности организации) или в качестве

внереализационных доходов (п. 1 ст. 346.15, п. 5 ч. 2 ст. 250 НК РФ).

### **2.1.1. УСН у правообладателя при получении по договору коммерческой концессии вознаграждения, сумма которого установлена в иностранной валюте (у. е.), а оплата производится в рублях**

При применении УСН доходы признаются на дату поступления денежных средств на расчетный счет и (или) в кассу, получения иного имущества (работ, услуг) и (или) имущественных прав, а также погашения другим способом задолженности налогоплательщику (п. 1 ст. 346.17 НК РФ). При поступлении вознаграждения по договору коммерческой концессии полученный доход учитывается в качестве выручки (если предоставление в пользование комплекса исключительных прав на объекты интеллектуальной деятельности является видом деятельности организации) или в качестве внереализационных доходов (п. 1 ст. 346.15, п. 5 ч. 2 ст. 250 НК РФ). Доходы, выраженные в иностранной валюте, учитываются в совокупности с доходами, выраженными в рублях. При этом доходы, выраженные в иностранной валюте, пересчитываются в рубли по официальному курсу Банка России, установленному на дату их получения (п. 3 ст. 346.18 НК РФ), т.е. в доходы при УСН включаются фактически полученные суммы.

В целях гл. 26.2 НК РФ переоценка требований (обязательств), стоимость которых выражена в иностранной валюте, в связи с изменением официального курса иностранной валюты к рублю, установленного Банком России, не производится, доходы и расходы от указанной

переоценки не определяются и не учитываются (п. 5 ст. 346.17 НК РФ). Таким образом, у налогоплательщиков, которые применяют УСН, по требованиям (обязательствам), выраженным в иностранной валюте (условных денежных единицах), никаких разниц в связи с изменением курса иностранной валюты не возникает.

## **2.2. Бухучет при УСН у правообладателя при получении вознаграждения по договору коммерческой концессии**

Вознаграждение по договору коммерческой концессии правообладатель может включить (п. п. 4, 5, 7 ПБУ 9/99):

1) в доходы по обычным видам деятельности, если предоставление прав на использование объектов интеллектуальной собственности является одним из видов деятельности правообладателя;

2) в прочие доходы, если предоставление прав на использование объектов интеллектуальной собственности не является видом деятельности правообладателя.

В первом случае указанные доходы отражаются в бухгалтерском учете на счете 90 "Продажи" (субсчет 90-1 "Выручка"), во втором - на счете 91 "Прочие доходы и расходы" (субсчет 91-1 "Прочие доходы").

Вознаграждение по договору коммерческой концессии признается в бухгалтерском учете доходом, если соблюдены условия, определенные в пп. "а", "б" и "в" п. 12 ПБУ 9/99.

Если вознаграждение уплачивается разовым платежом или неравномерно, то полученное вознаграждение признается в составе кредиторской задолженности на счете 76 "Расчеты с разными дебиторами и кредиторами" (Инструкция по применению Плана счетов). В течение всего срока действия договора коммерческой концессии

соответствующая сумма вознаграждения ежемесячно включается в состав доходов от обычных видов деятельности или в состав прочих доходов (п. 15 ПБУ 9/99, Инструкция по применению Плана счетов). Вознаграждение в виде разового платежа отражается в бухгалтерском учете в том же порядке, что и предоплата, полученная в счет вознаграждения по договору коммерческой концессии.

Дебет	Кредит	Содержание операций
1. Вознаграждение уплачивается пользователем ежемесячно		
76	90-1 (91-1)	Признан доход в виде вознаграждения
44, 20 (91-2)	05	Начислена амортизация по НМА
51	76	Получено вознаграждение
2. Вознаграждение уплачивается пользователем единовременно		
51	76	Получено единовременное вознаграждение
Ежемесячно в период действия договора коммерческой концессии		
44, 20	05	Начислена амортизация по НМА

(91-2)		
76	90-1 (91-1)	Отражен ежемесячный доход по договору коммерческой концессии

**2.2.1. Бухучет при УСН у правообладателя при получении по договору коммерческой концессии вознаграждения, сумма которого установлена в иностранной валюте (у. е.), а оплата производится в рублях**

В этом случае по расчетам с пользователем могут возникать курсовые разницы. Они учитываются на счете 91 "Прочие доходы и расходы": положительные - на субсчете 91-1 "Прочие доходы", отрицательные - на субсчете 91-2 "Прочие расходы" (по правилам, установленным п. п. 5 - 7, 11 - 13 ПБУ 3/2006).

Дебет	Кредит	Содержание операций
1. Получено ежемесячное вознаграждение		
51	76	Получено вознаграждение от пользователя
2. Учет курсовых разниц (если сумма вознаграждения установлена в у. е.)		
2.1. При возникновении положительной курсовой разницы		
76	91-1	Отражена положительная курсовая разница по расчетам с пользователем

2.2. При возникновении отрицательной курсовой разницы		
91-2	76	Отражена отрицательная курсовая разница по расчетам с пользователем

### 3. Договор коммерческой концессии: что влияет на налоги и бухучет у правообладателя на УСН

#### 3.1. Условие договора коммерческой концессии о предоплате (авансе) при УСН (информация для правообладателя)

Порядок уплаты вознаграждения по договору коммерческой концессии устанавливается по соглашению сторон, которые по своему усмотрению определяют в том числе срок его уплаты (ст. 1030, п. 4 ст. 421 ГК РФ). В частности, правообладатель и пользователь могут договориться об уплате вознаграждения на условиях предоплаты (аванса).

*Формулировка договора в этом случае может быть следующей:*

"Сумму вознаграждения по договору Пользователь вносит не позднее чем за \_\_\_ дней до \_\_\_\_\_ начала очередного периода использования предоставленного по договору комплекса прав".

##### 3.1.1. УСН у правообладателя при получении предоплаты (аванса) по договору коммерческой концессии

Сумма поступившей правообладателю предоплаты (аванса) включается в доходы на дату ее получения (п. 1 ст.

346.17 НК РФ, Решение ВАС РФ от 20.01.2006 N 4294/05).

### 3.1.2. Бухучет при УСН у правообладателя при получении предоплаты (аванса) по договору коммерческой концессии

Полученная предоплата (аванс) не является доходом правообладателя и отражается в составе кредиторской задолженности (абз. 4, 5 п. 3, п. 12 ПБУ 9/99). На сумму полученных в порядке предоплаты (аванса) денежных средств в учете организации производится запись по дебету счета 51 "Расчетные счета" и кредиту счета 76 "Расчеты с разными дебиторами и кредиторами", на котором суммы полученных предоплат (авансов) учитываются обособленно. Вознаграждение признается в бухгалтерском учете доходом, если соблюдены условия, определенные в пп. "а", "б" и "в" п. 12 ПБУ 9/99.

О порядке признания дохода в виде ежемесячного вознаграждения см. раздел "Бухучет при УСН у правообладателя при получении вознаграждения по договору коммерческой концессии".

В таблице используются следующие обозначения аналитических счетов по счету 76:

76-а "Расчеты по предоплате (авансам)";

76-в "Расчеты по вознаграждению".

Дебет	Кредит	Содержание операций
51	76-а	Получена предоплата (аванс) по договору коммерческой концессии
76-в	90-1	Признан доход в виде

	(91-1)	вознаграждения
44, 20 (91-2)	05	Начислена амортизация
76-а	76-в	Предоплата (аванс) зачтена в оплату вознаграждения

## 6.2. Использование банковского кредитования

Относительно приоритетности взятия банковского кредита на франшизу существует множество противоречивых суждений.

Некоторые эксперты полагают, что банки расценивают франчайзинг как венчурный проект (от английского слова *venture* - риск, приключение, то есть рискованный проект) и искусственно завышают ставки по предлагаемым кредитам. Из-за этого в том случае, если Ваша потенциальная рентабельность меньше, чем процентная ставка российских банков, Вы будете работать не на себя, а на франчайзера и банк. Причем разницу между кредитной ставкой и процентом достигнутой прибыли (рентабельностью) доплачивать из собственного кармана.

И все-таки большинство специалистов придерживаются мнения, что в случаях невозможности использования других вариантов финансирования банковский кредит - наиболее реальный шанс получить деньги для создания франчайзингового бизнеса. При этом вопрос номер один - наличие кредитного обеспечения: банк даёт кредиты либо под уже существующий бизнес, либо под имущество заёмщика, включая принадлежащие ему объекты

недвижимости. Вполне легальной формой обеспечения для малого бизнеса может служить поддержка солидной компании, которая обязуется перед банком в случае банкротства заёмщика вернуть средства. В ряде случаев, когда бизнес компании- поручителя успешный и рентабельный, сумма возможного кредита может существенно возрасти.

Франчайзинг для банков привлекателен тем, что минимизирует риск невозврата кредита. В комплекте с проверенным брендом можно получить еще и детально проработанный план развития бизнеса. К тому же франчайзинг имеет весьма жёсткие границы - территориальные, отраслевые, технологические. Это облегчает контроль за заёмщиком и тем самым снижает кредитные риски.

Партнёр-франчайзи может не ломать голову над ассортиментом и массой производственных вопросов, так как почти многие из них решены заранее. Но есть у этой медали и оборотная сторона. Если франчайзер требует от франчайзи выполнять план по сбыту непопулярной продукции, изменить что-либо почти невозможно. В то время как независимое предприятие способно мгновенно реагировать на изменение спроса, выводя на рынок новые товары, переделывая рецептуры или технологии производства, выходя в другие регионы, либо ориентируясь на других целевых клиентов. Это обстоятельство тоже учитывают специалисты банка, принимая решение о предоставлении Вам кредита.

### **6.3. На что обращают внимание банки при одобрении кредита**

Многие банки заявляют о готовности работать с участниками договора франшизы, но на деле финансовую

поддержку получают единицы.

Так, в большинстве случаев при обращении компании за кредитом в банк требуется бизнес-план. Без хорошего бизнес-плана потенциальный заемщик может остаться без финансирования, а деловые отношения с банком или инвестором могут испортиться, так как, с точки зрения кредиторов, неграмотный бизнес-план свидетельствует об отсутствии опыта и невозможности реализовать свой проект.

Советы о том, как избежать типичных ошибок, чтобы бизнес-план, предназначенный для получения кредита под франчайзинговый проект, из важного документа не превратился в макулатуру, отражены в следующей таблице:

Рекомендация для получателя кредита	Содержание рекомендации
Не относитесь к бизнес- плану как к формальности	Бизнес-план отражает видение инициатором проекта становления его бизнеса, поэтому в нём необходимо представить свою собственную позицию и быть готовым защищать её во всех деталях. Это вызывает необходимость активно участвовать в его разработке

Рекомендация для получателя кредита	Содержание рекомендации
<p>Аккуратно пользуйтесь методиками бизнес-планирования</p>	<p>Поинтересуйтесь, есть ли своя методика составления бизнес-плана у того банка, где Вы просите кредит. Если есть, то готовить расчеты и обоснования надо только по этой методике. Если нет, воспользуйтесь наиболее универсальными из известных методик (например, существуют методики Европейского банка реконструкции и развития и UNIDO), но имейте в виду, что они носят рекомендационный характер и позволяют делать отклонения с целью более правильного описания ситуации с учётом всех законодательных, экономических, рыночных, географических, демографических и других факторов, характерных для Российской Федерации и Санкт-Петербурга</p>

Рекомендация для получателя кредита	Содержание рекомендации
Все расчеты должны быть подтверждены	<p>Все расчеты и исходные данные должны быть подтверждены с помощью статистических данных, маркетинговых исследований, отраслевых норм и других документов. Такой подход позволит заслужить лояльность финансирующей стороны. Противоположную реакцию способны вызвать финансовые показатели, которые не имеют оснований, иначе говоря, основаны на фантазиях автора проекта</p>
Избегайте дисбаланса разделов бизнес-плана	<p>Очень часто разработкой бизнес-плана занимаются узкие специалисты и в нём могут быть не отражены технические нюансы реализации проекта, особенности налогообложения, ужата маркетинговая часть и, напротив, слишком много внимания уделено финансовым вопросам, а показатели доли рынка и прогнозный показатель реализации продукции завышены</p>

Рекомендация для получателя кредита	Содержание рекомендации
Объективно оценивайте перспективы бизнеса	Часто разработчики проектов слишком оптимистично оценивают будущий бизнес. Это большая ошибка: во-первых, потому что финансирующая сторона имеет опыт оценки других проектов, и любые попытки приукрасить действительность заканчиваются плохо, а во-вторых, потому что при стремлении к «красивым цифрам» часто теряется истина, и бизнес-план становится нерабочим инструментом. Поэтому собственные перспективы следует оценивать трезво и отражать их с объективной, то есть пессимистической стороны
Постоянно совершенствуйте свой бизнес-план	Бизнес-план должен совершенствоваться и корректироваться, потому что меняется и будет меняться конъюнктура рынка, законодательство, налоговые ставки, стоимость ресурсов и другие исходные данные. На эти изменения нужно оперативно реагировать, потому что только тогда можно достигнуть максимального эффекта и не загубить изначально привлекательный проект

#### 6.4. Примеры кредитных программ для франчайзинга

В некоторых российских банках уже действуют кредитные программы, позволяющие начинающему предпринимателю получить кредит под франчайзинговый проект.

*Сегодня топовые банки предлагают программы поддержки малого бизнеса, ознакомиться с которыми Вы можете по следующим ссылкам:*

Сбербанк

[https://www.sberbank.ru/ru/s\\_m\\_business/credits/restr](https://www.sberbank.ru/ru/s_m_business/credits/restr)

ВТБ <https://www.vtb.ru/malyj-biznes/kredity-i-garantii/>

Альфа-Банк <https://alfabank.ru/sme/profits/partner/>

Райффайзен Банк

<https://www.raiffeisen.ru/business/entrepreneurs/>

ФК Открытие <https://www.open.ru/sme/crediting>

**Forbes представил рейтинг предлагаемых в России франшиз. Он позволяет найти самые эффективные для бизнесменов проекты.**

Проведен анализ нескольких сотен российских компаний, продающих франшизы. Лонг-лист основан на данных порталов по франчайзингу, мнениях экспертов и базе Forbes. Срок существования франшизы – не менее трех лет (запуск не позднее 2018 года). Данные по числу своих и партнерских точек и выручке предоставили сами участники. Оценивали франшизы по пяти критериям: средней годовой выручке одной точки, ROI, сроку окупаемости, рентабельности и доле мультионеров (франчайзи, владеющих двумя и более точками). В списке 30 компаний, они сгруппированы по объему инвестиций на

открытие одной точки и ранжированы с учетом собранной информации. Forbes консультировался с Российской ассоциацией франчайзинга, с представителями ресторанной и nonfood-индустрии, сферы образовательных услуг.

Учитывая пандемию, которую можно отнести к форс-мажорным обстоятельствам, редакция Forbes внесла изменения в методологию рейтинга самых выгодных франшиз в этом году. Число закрытых в течение 2020 года франчайзинговых точек на этот раз не учитывали (ранее оно не должно было превышать 50% от открытых за тот же период). Два других критерия отбора – срок существования франшизы от трех лет и не менее 50 франчайзинговых объектов – остались неизменны.

Более подробную информацию можно получить по адресу: <https://www.forbes.ru/rating/432731-30-samyh-vygodnyh-franshiz-2021-reyting-forbes>

По этим и ряду других видов деятельности, в том числе и Банками предлагается консультационная помощь, типовые бизнес-планы, а также возможность бесплатно изучить курс «Основы предпринимательской деятельности» и иные .

## 7. КАКОВЫ ПЕРСПЕКТИВЫ ФРАНЧАЙЗИНГА В РОССИИ И САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ

*Проблемы важнее решения.  
Решения могут устареть, а проблемы остаются.*  
Нильс Бор, физик

*Русские долго запрягают, но потом никуда не едут.  
Просто запрягают и распрягают, запрягают и распрягают.  
Это и есть наш особый путь.*  
Григорий Горин, драматург

### 7.1. Из мировой истории развития франчайзинга

История развития франчайзинга своими корнями уходит в средневековье. В свое время в Британии король предоставлял баронам право собирать налоги на определенных территориях в обмен на различные услуги, например, такие, как обязанность поставлять рекрутов для армии. Свободным людям или гражданам городов, было разрешено (дана франшиза) продавать свои товары на территории города - на рынках и ярмарках.

Эти привилегии, позволявшие эксплуатировать своё временное монопольное положение на закрепленной территории за определенную плату, формировали основы франчайзинга в течение нескольких веков.

В США франчайзинг впервые начал использоваться компанией Зингера по производству швейных машинок. В середине XIX века Зингер развернул серийное производство, позволявшее его компании торговать по самым конкурентным ценам. Однако организовать централизованное обслуживание швейных машин и замену неисправных частей в одном месте оказалось невыгодно.

Поэтому и была создана франчайзинговая система, которая предоставляла другим фирмам исключительные права продавать и обслуживать швейные машины на определенной территории.

Аналогичная система была разработана в 1898 году компанией «Дженерал Моторс», дилеры которой не имели права продавать машины других производителей, а вдобавок были обязаны вложить в дело собственный капитал. Продажа автомашин этой компании через систему франшиз ведётся и в наше время. Затем примеру «Дженерал Моторе» последовали многие другие компании, в том числе в аптечном бизнесе, автозаправочных станциях, общественном питании, включая знаменитый «Макдональдс».

Эффективно франчайзинг применялся и продолжает применяться в индустрии безалкогольных напитков компаниями «Кока-Кола» и «Пепси».

Благодаря франшизе эти компании получили возможность производить концентрированный сироп централизованно и распределять его местным заводам по розливу, находящимся в собственности и управляемыми франчайзи, которые в итоге становились управляющими сетей местных розничных продаж.

В 50-е годы XX века начался второй бум франчайзинга, когда в обороте появились так называемые франшизы бизнес-формата, представляющие собой особый метод ведения коммерческой деятельности.

Сегодня франчайзинг используется уже практически во всех видах бизнеса. Но наиболее он развивается в таких отраслях промышленности и сферы услуг, как:

- автомобильная промышленность и услуги автосервиса;
- помощь в организации и ведении бизнеса (бухгалтерия,

- делопроизводство, реклама, юридические услуги);
- строительство, услуги, ремонт и обслуживание домов;
- услуги, связанные с образованием;
- отдых и развлечения;
- рестораны быстрого обслуживания, рестораны, закусочные;
- продуктовые палатки; медицинские и косметические услуги;
- услуги в сфере домашнего хозяйства;
- розничная торговля.

## 7.2. Франчайзинге России в сравнении с другими странами

Так или иначе, но интерес к применению франчайзинговых схем на российском рынке нарастает. Причем увеличивается не только количество франшиз, выставляемых на продажу, но и число их соискателей. К тому же франчайзинг в России не модное поветрие, а уже 20-летняя история. По крайней мере, одна из первых франшиз была продана в нашей стране компанией «Баскин Роббинс» еще в 1993 году. Под этим брендом и сегодня динамично развивается сеть кафе по всей территории государства.

Сегодня Россия привлекает к себе повышенный интерес со стороны мировых корпораций. Наша страна стала расцениваться в качестве огромного и постоянно увеличивающегося потребительского рынка. Кроме «Баскин Роббинс», на территории РФ теперь работают такие всемирно известные франчайзинговые системы как «Карло Пазолини», «Кодак», «Сбарро», «Ксерокс», «Сабвэй» и многие другие.

Пионером в отечественном франчайзинге стал

Владимир Довгань, который создал две франчайзинговые компании - «Дока-Пицца» и «Дока-Хлеб». И теперь развитие франчайзинга происходит не только за счет зарубежных франчайзеров, но и за счет российских брендов - таких, как «1С», Papa John's, 2GIS, Cofix, ДОДО ПИЦЦА и многих других.

Несмотря на хорошие перспективы развития франчайзинга в России, по сравнению со странами Запада темпы его невысоки. Одной из причин является экономическая нестабильность. Постоянные скачки в развитии отечественной экономики приводят к колебаниям покупательского спроса на все виды товаров, регулярному переделу подвергается собственность. Всё это неизбежно сказывается и на положении франчайзи. Уже тот факт, что большая часть занимаемых ими площадей не находится в собственности предпринимателей, а остаётся арендованной, отрицательно проявляет себя в тот момент, когда эти площади переходят к другому владельцу.

### 7.3. Какие франшизы предлагаются в России

Единого списка предлагаемых в России франшиз пока не существует, так как Правительство России еще не выделило франчайзинг в отдельный вид бизнеса и такой статистики не ведёт. Свои каталоги франшиз имеют некоторые фирмы и организации. Такие каталоги небольшие - в них представлено до нескольких десятков франшиз, владельцы которых оплатили их размещение в подобных списках.

Существуют каталоги, в которые без разбору включают всё, что кто-то когда-то назвал франшизой. С такими каталогами нужно быть предельно осторожным, так как там можно найти даже франшизы, франчайзеры которых

разорились. Помимо «мертвых душ», дополнительную путаницу вносит отсутствие в каталогах фильтров, позволяющих сформировать базу данных именно для россиян.

На сегодня подавляющее большинство франшиз для России являются дилерскими, то есть предназначенными для продажи товаров. При этом часто не имеет значения, кем является франчайзер - непосредственным производителем или так называемым «упаковщиком», комплектуящим партии товаров от разных производителей.

Главный признак дилерской франшизы в том, что именно франчайзер выбирает товар и формирует на него отпускную цену. А это полностью связывает руки в формировании ассортимента и делает прибыль франчайзи предельно зависимой от стандартов и воли франчайзера.

За редким исключением, к дилерским относятся все франшизы из сферы торговли, а также многие производственные и туристические франшизы.

Безусловным лидером по количеству предлагаемых франшиз для России является торговля. В ней присутствует 47,6% и всех франшиз, более половины из которых приходится на магазины женской, мужской, молодежной, подростковой, а также спортивной одежды и обуви. Причем, с некоторыми оговорками, к сфере торговли можно отнести и ряд франшиз из сферы автомобильного бизнеса (например, магазины автозапчастей), а также многие из детских, компьютерных и некоторых других брендов.

Второе место по разнообразию предложений занимают франшизы общественного питания. У них примерно 11% всего каталога. Больше половины всех общепитовских франшиз приходится на рестораны, кафе, кофейни, бары, суши и столовые. Четверть предлагают

быстрое питание, фаст-фуд, пиццу, блины и пироги. Каждый седьмой франчайзер из этой сферы предлагает открыть кондитерскую, чайную или точку по продаже мороженого. Замыкают общепитовский список франшизы пивных.

Наконец, замыкает тройку лидеров с 5% всего каталога раздел «Детская франшиза». И здесь доминирует торговля, включающая магазины детских товаров, одежды, обуви и игрушек.

Всего на 0,2% уступает детскому раздел по бытовому обслуживанию и услугам. Внутри этого раздела очевидного лидера нет. Относительно равномерно представлены франшизы салонов красоты, парикмахерских, маникюра, фитнеса, тонуса, спа-салонов, а также химчистки и прачечные.

Пятое место занял раздел каталога франшиз, посвященный всему, что связано с автомобилями. У него 4,2% от общего количества. Компания тут подобралась пёстрая: автосервисы, автомойки, магазины автозапчастей в наличии и на заказ, прокат автомобилей.

На шестом месте по количеству франшиз для России находится раздел медицины и здоровья - 2,6% от всего каталога.

Седьмое место с 2,4% заняли франшизы рекламных агентств, а вслед за ними идут образование и развлечения, консалтинг и бухгалтер, а также разделы по кредитованию, франшизам для туризма, брокеры, различные клубы, производство и юриспруденция.

Остальные виды деятельности по числу российских франшиз находятся еще ниже. Это, в частности, касается компьютерных услуг, оптики и связи, гостиничного бизнеса, дизайна, интернет-услуг, недвижимости, строительства и стройматериалов, аптек, игр, фотографии и экологии.

Какие франшизы конце 2012 - начале 2013 гг. считали лучшими сами франчайзи России? Здесь пятёрка лидеров распределилась так: общепит, торговля, бытовые услуги, авто и детские.

Среди франшиз, которые обеспечивают наиболее стабильную прибыль, эксперты выделяют франшизы автосервиса и автомагазинов. Отсюда справедливо сделать вывод, что на данный момент в нашей стране франчайзинговые системы лучше всего работают в тех отраслях, которые и за пределами франчайзинговых сетей имеют высокую норму прибыли. Ведь сначала та или иная компания должна стать успешной сама, а уже потом думать о развитии собственной сети франчайзинга.

А вот столь распространённые франшизы в сфере торговли и общественного питания по показателю доходности как раз отстают. Поэтому рассчитывать на сверхприбыли, открывая в роли франчайзера ресторан или фирменный магазин, все-таки не стоит.

Специалисты отмечают, что в российскими регионами, где франчайзинг настоящее время используется достаточно широко, являются такие крупные мегаполисы как Москва, Санкт-Петербург, Новосибирск, Нижний Новгород и Омск. Неравномерность развития франчайзинга, как и других способов ведения предпринимательской деятельности, связана с экономическим положением различных российских территорий и уровнем развития бизнеса.

#### 7.4. Развитие франчайзинга в Санкт-Петербурге

Абсолютными лидерами по числу предприятий-франчайзи в нашем городе являются два первых направления бизнеса - общественное питание и розничная

торговля.

В дополнение к сказанному следует отметить, что из различных франчайзинговых предприятий наибольших инвестиций обычно требуют предприятия общественного питания, представленные на рынке франшиз Санкт-Петербурга особенно широко. А среди тех компаний-франчайзеров, которые не просят от своих франчайзи ни роялти, ни первоначального взноса, преобладают фирмы, торгующие готовой одеждой. Для них работа с франчайзи дает возможность быстрого роста торговой сети. Поэтому они готовы идти и на финансовые уступки.

Развиваются формы сотрудничества предпринимателей между собой. Яркий пример - активизация деятельности Российской Ассоциации Франчайзинга (РАФ), которая объединяет российских франчайзеров, франчайзи, магазины франшиз, Интернет-порталы, обслуживающие организации и другие компании, работающие в сфере франчайзинга.

*Контактные данные Российской Ассоциации Франчайзинга:*

*119019, Москва, ул. Новый Арбат, 21*

*Телефон: +7 (499) 258 02 08*

*Официальный сайт: <https://rusfranch.ru/>*

## **ПРИЛОЖЕНИЯ**

# Шаблон бизнес-плана для проекта приобретения франшизы

## Бизнес-план проекта приобретения франшизы

**Франшиза** - (Название франшизы)

**Франчайзер** - (Название предприятия - франчайзера,  
его юридический адрес)

**Франчайзи** - (Название предприятия -франчайзи, Юридический  
адрес/адрес места жительства Индивидуального  
предпринимателя)

**Предприниматель - инициатор проекта**  
(ФИО)

домашний адрес: (почтовый индекс,  
город, улица, дом, корпус, квартира)

паспорт (номер)

выдан (кем, когда)

Домашний телефон: \_\_

Мобильный телефон: \_

Электронная почта: \_\_\_

**Санкт-Петербург**  
(месяц, год составления бизнес-плана)

## 1. Краткое резюме

Настоящий бизнес-план разработан \_\_\_\_ (указать кем) с целью обоснования проекта приобретения франшизы \_\_\_\_ (указать какой)

Производством и реализацией какого товара (оказанием каких услуг) будет заниматься Ваше предприятие? \_\_\_\_\_

Организационно-правовая форма предприятия - \_\_\_\_\_

Система налогообложения предприятия - \_\_\_\_\_

Кто будет Вашим покупателем? \_\_\_\_\_

К концу первого года работы будет привлечено \_\_\_\_ наёмных работников

Требуемый объем финансирования проекта - не более \_\_\_\_ руб.

Каковы источники финансирования проекта? \_\_\_\_\_

Основные показатели проекта для реалистического сценария:

- общая прибыль- руб.
- величина денежных средств в конце первого года работы - \_\_\_\_ руб.
- рентабельность деятельности - \_\_\_\_ %
- рентабельность вложений собственных средств - \_\_\_\_ %
- рентабельность общих вложений - \_\_\_\_\_ %

В комплект материалов по бизнес-плану вошли:

- Пояснительная записка на \_\_\_\_ страницах;
- Приложение 1, представляющее собой финансовую часть проекта, подготовленную по двум сценариям - реалистическому и пессимистическому,
- Приложение 2, содержащее дополнительные материалы.

## 2. Бизнес-идея проекта

В чем состоит цель проекта и какие задачи надо решить для достижения этой цели?

---

Какие проблемы будут препятствовать успешному решению перечисленных задач?

---

Какие действия и когда Вы предпримите для преодоления этих проблем и достижения цели проекта?

---

Какие аргументы подтверждают Вашу уверенность в успехе проекта?

---

SWOT-анализ проекта по результатам изучения его сильных и слабых сторон:

	ВНУТРЕННИЕ	ВНЕШНИЕ ФАКТОРЫ
+	<b>СИЛЫ</b> •	<b>ВОЗМОЖНОСТИ</b> •
	<b>СЛАБОСТИ</b> •	<b>УГРОЗЫ</b> •

### 3. План маркетинга

#### 3.1. Виды товаров (услуг)

Какой именно товар (или какую услугу) Вы предлагаете

покупателям?

---

Какие потребности удовлетворяет товар (услуга)? В каких сферах его можно использовать?

---

В чем преимущества товара (услуги) и недостатки для покупателя:

Товар (услуга)	ПРЕИМУЩЕСТВ	НЕДОСТАТКИ
Товар (услуга) 1	-	-
Товар (услуга) 2	-	-
	-	-

Есть ли патент (лицензия) на этот товар (услугу), какие еще вопросы нужно решить (сертификация, получение разрешительной документации и т.д.) для начала такого бизнеса?

---

Имеется ли опыт производства и реализации такого товара (услуги)?

---

Какие характеристики делают товары (услуги) уникальными?

---

### 3.2. Спрос

Выбор целевых сегментов (групп потенциальных покупателей Вашего товара (услуги)) диктуется следующими соображениями: \_\_\_\_\_

Целевыми группами покупателей (сегментами) для предприятия будут (возраст, пол, социальное положение, род занятий, уровень доходов и т.д.):

Где (в каком районе) живут Ваши будущие покупатели?

---

По какой цене сейчас покупают аналогичный товар (услугу)?

---

Насколько изменчив спрос на данные товары (услуги)?

---

Что стимулирует спрос на данные товары (услуги)?

---

Какие специфические особенности имеет спрос на данные товары (услуги) для избранных целевых групп покупателей? \_\_\_\_\_

Какие показатели спроса на данные товары (услуги) известны, исходя из опыта других предприятий-франчайзи, ранее работавших по этой франшизе?

---

Какие данные и рекомендации по исследованию спроса на данные товары (услуги) получены от компании-франчайзера?

---

Какие региональные и иные особенности будет иметь спрос на данные товары (услуги) с учетом предполагаемого места реализации проекта?

---

### 3.3. Конкуренция

Какие из фирм-конкурентов, выпускающих аналогичные товары (услуги) работают в Ваших рыночных сегментах? Каков размер этих фирм, стаж работы на рынке?

---

Что представляет из себя их продукция - ее отличительные особенности, дизайн и т.д.?

---

Каков уровень цен на товары (услуги) Ваших конкурентов?

---

Каким образом конкуренты находят своих покупателей - реклама, каналы сбыта, другие формы продвижения?

---

Как развивается бизнес у Ваших конкурентов?

---

В чем причины происходящих изменений: наращивания или снижения объемов, расширения или сужения ассортимента, роста или сокращения персонала?

---

**В таблице приведены результаты сравнительного анализа конкурентов:**

	Сильные	Слабые	Выводы
(Конкурент 1)	-	-	
(Конкурент 2)	-	-	
	-	-	
Наше предприятие	-	-	

Из приведенного списка прямыми конкурентами предприятия будут:

Главными конкурентными преимуществами предприятия должны стать:

### 3.4. Прогноз продаж

Прогноз объема продаж на первый год (с помесечной разбивкой) работы предприятия составлен для реалистического сценария реализации проекта:

#### Прогноз продаж (реалистический сценарий)

Период	1	2	3	4	5	6
Кол-во в шт.						
Цена в руб.						
Объем продаж						

Период	7	8	9	10	11	12
Кол-во в шт.						
Цена в руб.						
Объем продаж						

Приведенные в прогнозе продаж цифры получены исходя из следующих соображений: \_\_\_\_\_

Для пессимистического сценария прогноз продаж уточнится следующим образом:

\_\_\_\_\_

### 3.5. Программа маркетинга

Программа маркетинга, которую потребуется реализовать в дополнение к программе маркетинга компании-франчайзера,

Требуемые качества товара (услуг)	(конкретные потребительские характеристики товара (услуги), важные с точки зрения покупателей)
Цены	(обоснование оптимальных цен на товар (услуг) с учетом затрат, цен конкурентов, вопросов
Каналы сбыта	(методы реализации товаров (услуг): самостоятельно, через посредников, по
Продвижение и реклама	(методы доведения до клиентов информации о товарах (услугах))

#### Бюджет маркетинга

Период	1	2	3	4	5	6
Мероприятие 1						
Мероприятие 2						
Бюджет						

Период	7	8	9	10	11	12
Мероприятие 1						
Мероприятие 2						
Бюджет						

Приведенные в бюджете маркетинга цифры диктуются следующими соображениями:

#### 4. Обоснование ресурсов

##### 4.1. Производственные мощности

Выбор месторасположения предприятия диктуется следующими соображениями (близость к клиентам, поставщикам сырья, доступность рабочей силы, транспорта и

т.д.): \_\_\_\_\_

Для нормальной работы предприятия потребуются следующие производственные

мощности: \_\_\_\_\_

##### Информация по производственным мощностям

Производственные	Состояние мощностей, меры	У кого, по каким ценам будут	Месяц и год приобретен
Помещения: •			
Оборудование: •			

Предполагается ли производственная кооперация, с кем, в какой сфере деятельности?

Каким будет режим работы Вашего предприятия?

\_\_\_\_\_

#### 4.2. Единовременные затраты

Единовременные затраты на основные и нематериальные активы

Основные средства и нематериальные	Способ приобретен	Цена за единицу	Кол-во	Период оплаты
ВСЕГО:				

-включая цену приобретения, затраты на доставку и пуско-наладочные работы

Для собственных основных средств представлена информация для расчета их амортизации: \_\_\_\_\_

#### Данные по амортизации основных средств

Период (месяц)	1	2	3	4	5	6
Стоимость собственных						
Амортизация						

Период (месяц)	7	8	9	10	11	12
Стоимость собственных						
Амортизация						

Выбор технологии и метода её приобретения продиктован следующими соображениями:

\_\_\_\_\_

### 4.3. Выплаты франчайзеру

Франчайзи будет производить в адрес компании-франчайзера такие платежи:

Наименование платежа	Размер платежа/ норматив платежа	Срок выплаты
Первоначальный (паушальный) взнос		
Периодические платежи (роялти)		
Оплата товаров, приобретаемых у		
Платежи в рекламный фонд франшизной системы		
Иные платежи (указать какие)		

#### 4.4. Затраты на сырье и материалы

Выбор поставщиков сырья и материалов исходит из следующих требований компании - франчайзера и соображений инициатора проекта:

В таблице приведена характеристика необходимого сырья, полуфабрикатов, комплектующих изделий, основных и вспомогательных материалов, запасных частей:

##### Информация по сырью и материалам

Вид сырья и материалов	Цена за ед.	Комплект поставки п периодичность закупки	Коммерческие условия поставки	Меры по хранению и складирован
ВСЕГО:				

- включая цену приобретения, затраты на доставку и хранение сырья и материалов

Выбор поставщиков сырья и материалов исходит из следующих соображений:

---

#### 4.5. Персонал и расходы на оплату труда

##### Штатное расписание

Должность	Оклад (сдельная расценка), руб	Метод пре миров анья	Месяц, год приема на работу	Затраты на набор и обучение, руб

Комментарии к штатному расписанию:

#### 4.6. Текущие затраты

##### Сводные данные о текущих затратах

Статья текущих затрат	Метод расчета
Сырье и основные материалы	
Фонд оплаты труда	
Вспомогательные и расходные	
Командировки	
Услуги связи	

Статья текущих затрат	Метод расчета
Коммунальные услуги	
Оплата услуг сторонних	
Аренда помещений	
Прочие текущие расходы,	
Офисные расходы	
Текущий ремонт и уборка	
Расходы на маркетинг	
Непредвиденные расходы	
Общая величина текущих	

Комментарии к таблице текущих затрат:

#### 4.7. Сводный календарный план

Сводный календарный план-график реализации проекта представлен в таблице:

##### Сводный календарный план-график реализации проекта

Период (месяц)	1	2	3	4	5	6
Мероприятие 1						
Мероприятие 2						
Мероприятие 3						
Капитальные затраты						
Период (месяц)	7	8	9	10	11	12
Мероприятие 1						
Мероприятие 2						
Мероприятие 3						

Капитальные затраты						
------------------------	--	--	--	--	--	--

Комментарии к сводному календарному план-графику реализации проекта:

## 5. Юридический план

### 5.1. Выбор организационно-правовой формы предприятия

Какой юридический статус наиболее подходит для данного вида деятельности?

Рассматривается ли возможность изменения формы предприятия в будущем?

Какие разрешения необходимо получить для осуществления Вашей деятельности (лицензию, разрешение на торговлю, сертификат соответствия, гигиеническое заключение, согласования инспекций - опишите порядок их получения и обоснуйте ориентировочный размер затрат)

Какие начальные затраты и в каком размере потребуются для регистрации предприятия?

Каким образом будут оформлять сделки с поставщиками и потребителями, а также трудовые отношения (если будет привлекаться наемный персонал)?

По какой системе налогообложения будет работать предприятие (традиционная, упрощенная, единый налог на вмененный доход, патентная система)?

## 5.2. Организационный план

На предприятии предполагается следующее распределение обязанностей и ответственности: \_\_\_\_\_

Опыт предпринимателя в избранной области подтверждается следующими данными: \_\_\_\_\_

Будут использованы следующие источники профессиональной поддержки (аутсорсинга): \_\_\_\_\_

## 6. Финансовый план

Параметры избранного варианта финансирования отражены в следующей таблице:

### Источники финансирования проекта

№	Наименование	Месяц и год	Сумма	
			руб	%
1.	Собственные средства,			
	в том числе:			
	Активы (оборудование, запасы товарно - материальных ценностей,			
2.	Займы и кредиты, всего:			
	в том числе:			
	Кредит финансовых учреждений под %			
	Заем от других юридических и физических лиц под %			
3.	Государственная субсидия			
4.	Иные источники			
	ИТОГО по всем источникам:	X		100%

Об эффективности проекта по реалистическому сценарию его реализации свидетельствуют следующие показатели:

- Сумма чистой прибыли за 1-й год работы - \_\_\_\_\_руб.

- Рентабельность продукции - \_\_\_\_%
- Рентабельность общих вложений - \_\_\_\_\_%
- Срок окупаемости общих вложений - \_\_\_\_\_мес.
- Рентабельность вложений собственных средств - \_\_\_\_\_%
- Срок окупаемости собственных вложений - \_\_\_\_\_мес.
- Остаток денежных средств в конце 1-го года работы - \_\_\_\_\_руб.
- Общая сумма затрат на реализацию проекта за 1-й год - \_\_\_\_\_руб., в т.ч. на  
уплату первоначального (паушального) взноса- \_\_\_\_\_руб. на  
уплату роялти  
за 1-й год реализации проекта - \_\_\_\_\_руб.
- Общая выручка от реализации за 1 -й год работы - \_\_\_\_\_руб.

В Приложении к Бизнес-плану приведены таблицы финансового бюджета.

## 7. Анализ рисков

Наиболее существенными факторами риска для проекта являются:

---

Меры по минимизации рисков:

---

Анализ рисков выполнен по сценарному методу. В качестве переменных параметров по различным сценариям реализации проекта выбраны следующие

### Параметры сценариев реализации проекта

Показатель	Реалистический сценарий	Пессимистический сценарий

Остальные параметры приняты на одинаковом уровне по обоим сценариям.

По каждому из сценариев проведена оценка финансовых показателей. Табличные и графические материалы по сценариям представлены в финансовых таблицах Приложения 1.

### Показатели оценки проекта для различных сценариев

Показатель	Реалистический сценарий	Пессимистический сценарий
Общая прибыль, руб.		
Остаток денежных средств в конце первого года работы предприятия, руб.		
Рентабельность деятельности, %		
Рентабельность вложений собственных средств, %		
Рентабельность общих		

Таким образом, проект приемлем, о чем свидетельствует допустимая величина его показателей для пессимистического сценария реализации.

## 8. Перечень приложений к бизнес-плану

**Приложение 1.** Финансовая часть проекта, подготовленная по двум сценариям его реализации (реалистическому и пессимистическому) – на \_\_\_\_\_ листах

*Примечание: Финансовая часть проекта может быть подготовлена с помощью финансовых шаблонов, разработанных Санкт-Петербургским Фондом развития бизнеса и распространенным по районным агентствам занятости населения Санкт - Петербурга. Финансовые шаблоны представляют собой файлы в электронных таблицах MS Excel с готовыми формулами и позволяют создать комплект необходимых табличных и графических материалов по финансовой части бизнес- плана проекта на 1-2 года работы предприятия. Инструкция по использованию финансовых шаблонов приведена в разделе 3.5 настоящего Пособия.*

**Приложение 2,** содержащее дополнительные материалы по проекту, в том числе:

- \_\_\_\_\_ - на \_\_\_\_\_ листах, в том числе

## Приложение 2. Пошаговая инструкция по принятию решения о покупке франшизы

### *Шаг 1. Выберите направление деятельности*

Ответьте на вопросы, которые помогут Вам определиться с выбором сферы будущей деятельности.

- Есть у Вас представление о том, что будет особенно востребовано клиентами в том месте, где будет открыто Ваше предприятие?
- Есть ли у Вас технический опыт или специальное образование или Вы понимаете, что сначала придётся закончить учебные курсы?
- Что Вы умеете делать и что у Вас получается лучше всего?
- Возможно, у Вас есть компьютер, или Вы разбираетесь в бухгалтерии, или обладаете определенными техническими навыками?
- Есть ли у Вас знакомые специалисты в какой-либо области, которых Вы готовы привлечь в свой бизнес?
- Был ли у Вас когда-нибудь собственный бизнес? Если да, то почему пришлось его закрыть?
- Если собственного бизнеса у Вас не было, то, может быть, Вы руководили подразделениями другого предприятия?

Другие рекомендации по выбору сферы деятельности приведены в разделе 3.1. Пособия.

### *Шаг 2. Оцените собственные возможности*

Задайте себе такие вопросы:

- Сколько средств Вы готовы вложить в создание собственного бизнеса?
- Сколько денег можете позволить себе потерять в случае неудачи?
- Купите ли Вы франшизу самостоятельно или совместно с партнерами?
- Сможете ли Вы при необходимости получить кредит?

Если у Вас для этого залоговое обеспечение или гарантии третьих лиц?

- Если возникнет необходимость дополнительного финансирования, сможете ли Вы получить его из других источников?
- Есть ли у Вас дополнительный доход, который позволит жить до того момента, когда бизнес начнёт приносить прибыль?
- Достаточно ли Вам знаний и навыков для того, чтобы руководить бизнесом или сначала необходимо пройти обучение на курсах начинающих предпринимателей?

Другие рекомендации по оценке собственных возможностей приведены в разделе 3.2. Пособия.

### ***Шаг 3. Соберите нужную информацию***

При сборе информации сортируйте её по следующим разделам:

- Каков спрос на товары или услуги, которые реализуются по рассматриваемой франшизе?
- Насколько высокая конкуренция в этой области?
- Насколько известна торговая марка франчайзера, пользуется ли она авторитетом среди потребителей?
- Какое обучение предлагается франчайзером? Отвечает ли это обучение Вашим требованиям?
- Каким предыдущим опытом располагает этот франчайзер?
  - Есть ли перспективы роста у этой франчайзинговой системы?
  - Имеется ли подходящее помещение? Каковы условия его приобретения или аренды?

Другие рекомендации по сбору информации для принятия решения о покупке франшизы приведены в разделе 3.3. Пособия.

#### ***Шаг 4. Сравните различные варианты франчайзинговых предложений***

Помочь в сравнении различных вариантов франчайзинговых предложений поможет следующий перечень наводящих вопросов:

- Сколько новых франчайзи появляется каждый год и каково число работников, занятых поддержкой новых франчайзи?
- Какие фирмы сегодня являются действующим франчайзи и можно ли узнать их отзывы о работе с франшизой?
- При разговоре с как можно большим числом действующих франчайзи, кроме таких вопросов, как эффективность маркетинга и потенциальная прибыль, оставьте время на выяснение вопросов об обучении, полученном Вашими коллегами, а также о последующей поддержке. Особое внимание обратите на ответы тех франчайзи, которые появились недавно, так как их ответы ближе всего к тому типу поддержки, которую получите Вы сами.

Другие рекомендации приведены в разделе 3.4. Пособия.

#### ***Шаг 5. Составьте бизнес-план***

Рекомендации по разработке бизнес-плана проекта приобретения франшизы приведены в разделе 3.5. и Приложении 1 к Пособию, содержащем текстовой шаблон бизнес-плана.

### *Шаг 6. Проведите первые переговоры с франчайзером*

Рекомендации по проведению переговоров с франчайзером приведены в разделе 3.6. и Приложении 3 к Пособию.

### Приложение 3. Рекомендации по проведению переговоров с франчайзером

Стадия переговоров с франчайзером	Содержание стадии
Первый контакт	Потенциальный кандидат высказывает свой интерес и запрашивает информацию по телефону, сети Интернет, факсу, при встрече или на выставке
Первая информация от франчайзера	Франчайзер высылает по почте файл или буклет с общей информацией о своём бизнесе
Телефонный контакт	Устраняются появившиеся вопросы и сомнения
Встречи франчайзера с потенциальным франчайзи на территории друг друга	Детальная презентация бизнеса и посещение офиса франчайзера или будущего (вариант - другого) франчайзи. Презентация нового франчайзи, его опыта и целей в работе
Анкета франчайзи и его детальное резюме	Франчайзи пересылает или передаёт при встрече обновленное резюме с полным описанием всего, чем он занимался, а также заполненную анкету с указанными рекомендателями и их контактами

Стадия переговоров с франчайзером	Содержание стадии
Тестирование и оценка кандидатуры франчайзи	Франчайзер может попросить пройти несколько тестов на профессиональную пригодность к работе, которую нужно будет выполнять. Результаты тестов, резюме, анкета и записи, сделанные при встрече со слов франчайзи, оцениваются в комплексе
Инвестиционный проект / Маркетинговое исследование	Если кандидатура франчайзи подходит, франчайзер адаптирует для него свои типовые решения, делает маркетинговое исследование в регионе франчайзи или дает франчайзи рекомендации по проведению локального исследования его собственными силами
Детальная информация о бизнесе	Франчайзер передаёт франчайзи дополнительную информацию, которая требуется для принятия решения и разработки детального бизнес-плана
Бизнес-план	Если нужно, франчайзи готовит бизнес-план для своего банка. Ему помогает франчайзер
Новая встреча	Анализируется готовый бизнес-план и производится его уточнение

Стадия переговоров с франчайзером	Содержание стадии
Принятие решения о подписании договора	Обе стороны принимают окончательное решение о подписании франчайзингового договора

## Приложение 4. Полезные Интернет-ссылки

Более подробные сведения, суждения, материалы о франчайзинге Вы можете изучить самостоятельно, воспользовавшись таблицей полезных Интернет-ссылок. По этим ссылкам начинающий предприниматель, избирающий подобную форму начала своего бизнеса, найдёт актуальную информацию по интересующим его вопросам:

<p>Общественный совет по развитию малого предпринимательства при Губернаторе Санкт-Петербурга (является консультативно-совещательным органом при Губернаторе Санкт-Петербурга по вопросам реализации государственной политики в сфере развития и</p> <p><a href="http://osspb.ru/">http://osspb.ru/</a></p> <p>Адрес: 191014, Санкт-Петербург, ул. Маяковского, д.46/5</p> <p>Телефон: +7(812) 331-58-13</p> <p>Факс: +7(812) 331-58-13</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Информация о программах поддержки малого бизнеса.</li><li>- Мнения экспертов.</li><li>- Информация о бесплатных семинарах для предпринимателей.</li><li>- Законодательство (федеральное законодательство, законы и постановления Правительства Санкт-Петербурга)</li></ul>
<p><a href="http://rusfranch.ru/">http:// rusfranch.ru/</a></p>	<p>Российская Ассоциация Франчайзинга (РАФ)</p>

## Приложение 5. Термины деловой лексики в сфере франчайзинга

**Амортизация** - в бухгалтерском учете амортизация начисляется по правилам, которые установлены пп.17-25 ПБУ 6/01, утвержденного Приказом Минфина РФ от 30.03.2001 г. № 26н (далее – ПБУ 6/01). **Амортизация** – это процесс ежемесячного перенесения стоимости основных средств на затраты текущего периода. То есть посредством начисления амортизации стоимость имущественных объектов переносится на себестоимость изготавливаемой продукции (выполняемых работ, оказываемых услуг), иначе говоря погашается (п.17 ПБУ 6/01).

**Бизнес-план** – документ, который в краткой форме дает ответы на вопросы о том, каковы Ваши цели, как Вы можете их достигнуть и каких финансовых средств это потребует.

**Дилер** (распространитель, продавец) - физическое или юридическое лицо, которое закупает оптом, а продает в розницу или мелким оптом товары определённой компании под определённым товарным знаком.

**Дистрибьютер** - фирма, осуществляющая оптовую закупку определённых товаров у крупных промышленных фирм-производителей с целью последующего сбыта этих товаров дилерам на региональных рынках.

**Дистрибьюторные франшизы** - вид франшизы, когда субъектами договора франчайзинга являются франчайзи, распространяющие товары, произведённые франчайзером или полученные из других источников.

**Договор аренды** - по договору аренды (имущественного найма) арендодатель (наймодатель) обязуется предоставить арендатору (нанимателю) имущество за плату во временное владение и пользование или во временное пользование. Плоды, продукция и доходы, полученные арендатором в результате использования арендованного имущества в соответствии с договором, являются его собственностью. (ст.606 ГК РФ)

**Договор франчайзинга** (франчайзинговое соглашение, договор коммерческой концессии) - договор между франчайзером и франчайзи, который разрешает последнему использовать систему франчайзинга согласно требованиям владельца франшизы в обмен на вознаграждение.

**Доход** – под доходом признается экономическая выгода в денежной или натуральной форме, учитываемая в случае возможности ее оценки и в той мере, в которой такую выгоду можно оценить, и определяемая в соответствии с главами "Налог на доходы физических лиц", "Налог на прибыль организаций" Налогового кодекса (ст. 41 НК РФ).

**Единичная франшиза** - разновидность франшизы, при которой франчайзи обладает правом использовать франшизу только в одном месте.

**Единовременные затраты** - разовые расходы на приобретение основных средств, нематериальных активов и реализацию отдельных проектов.

**Инвестиции** - суммы, которые затрачивает предприятие для начала бизнеса на приобретение основных средств и нематериальных активов, оформление производственных помещений, закупку расходных материалов, товарных запасов и других составляющих оборотных средств.

**Индивидуальные предприниматели** - физические лица, зарегистрированные в установленном законом порядке и осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица.

**Комбинированная франшиза** - разновидность франшизы, при которой договор подписывают два и более франчайзи, для более полного предложения товаров (услуг) использующие рабочие площади совместно.

**Коммерческая концессия** - согласно российскому законодательству, то же, что франчайзинг.

**Конверсионный франчайзинг** - вид франчайзинга, при котором франчайзер расширяет сеть при помощи других компаний аналогичного профиля, то есть пускает их под свой франшизный «зонтик».

**Конвертируемые франшизы** - разновидность франшизы, при которой сторонами договора являются независимые предприятия-субфранчайзи, становящиеся подразделениями уже существующих предприятий - франчайзи.

**Кредит** - По кредитному договору банк или иная кредитная организация (кредитор) обязуются предоставить денежные средства (кредит) заемщику в размере и на условиях, предусмотренных договором, а заемщик обязуется возвратить полученную денежную сумму и уплатить проценты за пользование ею, а также предусмотренные кредитным договором иные платежи, в том числе связанные с предоставлением кредита (ст. 819 ГК РФ).

**Лицензионное соглашение** - договор, который предусматривает использование прав на отдельные объекты интеллектуальной собственности, но, в отличие от договора франчайзинга, имеет более узкую направленность и не

обязывает стороны работать в рамках одной системы.

**Лицензия** - специальное разрешение на право осуществления юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем конкретного вида деятельности (выполнения работ, оказания услуг, составляющих лицензируемый вид деятельности), которое подтверждается документом, выданным лицензирующим органом на бумажном носителе или в форме электронного документа, подписанного электронной подписью, в случае, если в заявлении о предоставлении лицензии указывалось на необходимость выдачи такого документа в форме электронного документа (ст. 3 Федерального закона от 04.05.2011 N 99-ФЗ (ред. от 17.06.2019) "О лицензировании отдельных видов деятельности")

**Маркетинг** - комплексная система мер по организации управления производственно-сбытовой деятельностью, основанная на изучении рынка с целью максимально-возможного удовлетворения потребностей покупателей.

**Местными налогами и сборами** признаются налоги и сборы, которые установлены Налоговым кодексом РФ и нормативными правовыми актами представительных органов муниципальных образований о налогах и сборах и обязательны к уплате на территориях соответствующих муниципальных образований (ст. 12 НК РФ).

**Множественные франшизы** - разновидность франшизы, при которой франчайзи обладает правом открыть одновременно несколько точек продажи товаров (услуг).

Под **налогом** понимается обязательный, индивидуально безвозмездный платеж, взимаемый с организаций и физических лиц в форме отчуждения принадлежащих им на праве собственности, хозяйственного ведения или оперативного управления денежных средств в целях

финансового обеспечения деятельности государства и (или) муниципальных образований (ст. 8 НК РФ) .

**Налог на прибыль организаций** – это прямой налог, его величина прямо зависит от конечных финансовых результатов деятельности организации. Налог начисляется на прибыль, которую получила организация, то есть на разницу между доходами и расходами.

**НДС (налог на добавленную стоимость)** – это косвенный налог. Исчисление производится продавцом при реализации товаров (работ, услуг, имущественных прав) покупателю. Продавец дополнительно к цене реализуемых товаров (работ, услуг, имущественных прав) предъявляет к оплате покупателю сумму НДС, исчисленную по установленной налоговой ставке. Сумма НДС, которую налогоплательщик-продавец уплачивает в бюджет, рассчитывается как разница между суммой налога, исчисленной им при реализации товаров (работ, услуг, имущественных прав) покупателям, и суммой налога, предъявленной этому налогоплательщику при приобретении им товаров (работ, услуг, имущественных прав), используемых для облагаемых НДС операций. НДС является федеральным налогом (глава 21 НК РФ).

**Ноу-хау** (секреты производства) - сведения любого характера (изобретения, оригинальные технологии, знания, умения), которые охраняются режимом коммерческой тайны, могут быть предметом купли- продажи или использоваться для достижения конкурентного преимущества перед другими субъектами предпринимательской деятельности.

**Оборот-** оборот в бизнесе означает общий объем продаж за определенный промежуток времени.

**Оборот франшизы** - сумма от реализации всех товаров и услуг предприятия-франчайзи.

**Организационно-правовая форма** - установленная законодательством форма хозяйствующего субъекта (юридического лица или индивидуального предпринимателя), фиксирующая способ закрепления и использования имущества хозяйствующим субъектом и вытекающие из этого его правовое положение и цели деятельности.

**Патент** - документ, удостоверяющий авторское и исключительное право на изобретение.

**Патентное законодательство** - отрасль гражданского права, регулирующая правоотношения, связанные с созданием и использованием объектов интеллектуальной собственности, охраняемых патентом.

**Паушальный взнос** - первоначальный взнос, получаемый франчайзером от франчайзи в соответствии с договором франшизы.

**Переменные затраты** - часть текущих затрат фирмы, которые под влиянием изменений объёма деятельности меняются пропорционально таким изменениям.

**Постоянные затраты** - часть текущих затрат предприятия, которые при изменениях объёма деятельности остаются примерно одинаковыми.

**Предпринимательство** - инициативная самостоятельная деятельность граждан и их объединений, осуществляемая на свой риск, под имущественную ответственность, направленная на получение прибыли.

**Прибыль** – результат вычитания суммы расходов из суммы доходов организации – является объектом налогообложения. Правила налогообложения налогом на прибыль определены в главе 25 Налогового кодекса РФ

**Прибыль от реализации продукции** - рассчитывается как разница между выручкой от реализации продукции (работ, услуг) без налога на добавленную стоимость и затратами на производство и реализацию, включенными в себестоимость продукции (работ, услуг).

**Прибыль от реализации продукции** - экономический показатель, который рассчитывается как разница между выручкой от реализации продукции (работ, услуг) без налога на добавленную стоимость и затратами на производство и реализацию, включенными в себестоимость продукции (работ, услуг).

**Прибыль франшизы** - оборот франшизы за вычетом издержек на ведение бизнеса.

**Прибыль чистая** - прибыль, остающаяся у предприятия после уплаты налогов и других платежей в бюджет; поступает в полное распоряжение предприятия.

**Прибыль чистая** – прибыль, остающаяся у предприятия после уплаты налогов и других платежей в бюджет; поступает в полное распоряжение предприятия.

**Производственный франчайзинг** - вид франчайзинга, при котором франчайзер, ведя контроль качества, предоставляет франчайзи оборудование, рецептуру, право пользования товарным знаком и другие права.

**Районный франчайзинг** - вид франчайзинга, при котором франчайзер осваивает определённый регион и контролирует создание разветвленной и территориально разбросанной франчайзинговой системы.

**Региональными налогами** признаются налоги, которые установлены Налоговым кодексом РФ и законами субъектов Российской Федерации о налогах и обязательны к уплате на

территориях соответствующих субъектов Российской Федерации (ст. 12 НК РФ). Региональные налоги вводятся в действие и прекращают действовать на территориях субъектов Российской Федерации в соответствии с Налоговым кодексом РФ и законами субъектов Российской Федерации о налогах.

**Реклама** - информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке; (ст.3 Федерального закона "О рекламе" от 13.03.2006 N38-ФЗ).

**Рентабельность предприятия** - относительный показатель экономической эффективности, который рассчитывается как отношение полученной прибыли к активам, ресурсам или потокам средств, её формирующим.

**Роспатент** - федеральная служба РФ, осуществляющая контроль и надзор в сфере правовой охраны и использования объектов интеллектуальной собственности и результатов интеллектуальной деятельности.

**Роялти** - периодические платежи, перечисляемые франчайзи франчайзеру по договору франшизы.

**Рынок** - любой институт или механизм, который сводит вместе покупателей и продавцов определенного товара или услуги.

Под **сбором** понимается обязательный взнос, взимаемый с организаций и физических лиц, уплата которого является одним из условий совершения в отношении плательщиков сборов государственными органами, органами местного самоуправления, иными уполномоченными органами и должностными лицами юридически значимых действий, включая предоставление определенных прав или выдачу

разрешений (лицензий), либо уплата которого обусловлена осуществлением в пределах территории, на которой введен сбор, отдельных видов предпринимательской деятельности (ст. 8 НК РФ).

Под **страховыми взносами** понимаются обязательные платежи на обязательное пенсионное страхование, обязательное социальное страхование на случай временной нетрудоспособности и в связи с материнством, на обязательное медицинское страхование, взимаемые с организаций и физических лиц в целях финансового обеспечения реализации прав застрахованных лиц на получение страхового обеспечения по соответствующему виду обязательного социального страхования (ст. 8 НК РФ).

**Сделка** - Сделками признаются действия граждан и юридических лиц, направленные на установление, изменение или прекращение гражданских прав и обязанностей (ст. 153 ГК РФ).

**Сертификат** - документ, удостоверяющий тот или иной факт, например, сертификат безопасности изделий, сертификат качества и т.д.; обладание сертификатом служит рекламой, обеспечивающей расширение производства товаров и услуг.

**Система налогообложения бизнеса** - совокупность налогов и сборов, взимаемых в установленном порядке. Разновидности систем налогообложения в РФ - традиционная и специальные системы - упрощённая система налогообложения (УСН).

**Субконцессия (Субфранчайзинг)** - франшизная система, в которой владелец районной франшизы получает от франчайзера право на продажу субфраншиз.

**Субсидия** - пособие, преимущественно в денежной форме, предоставляемое государством за счет средств государственного бюджета местным органам власти,

юридическим и физическим лицам.

**Субфраншиза** (генеральная франшиза, мастер-франшиза) - форма франшизы, при которой франчайзер передает франчайзи права на продажу франшизы на определенной территории другим франчайзи.

**Текущие затраты** (себестоимость) -затраты конкретного предприятия на производство и реализацию товаров (услуг).

**Территориальная франшиза** - разновидность франшизы, при которой франчайзи обладают правом использовать франшизу по территориальному принципу, что позволяет им обслуживать весь закрепленный за ни-ми регион

**Товар** - продукт деятельности, предназначенный для продажи.

**Товарный знак** (бренд, знак обслуживания, торговая марка) - обозначение (словесное, изобразительное, комбинированное или иное), служащее для индивидуализации товаров юридических лиц или индивидуальных предпринимателей. Правообладатель товарного знака имеет право его использовать, им распоряжаться и запрещать его использование другими лицами.

**Товарный франчайзинг** - вид франчайзинга, при котором франчайзер реализует продукцию, маркированную его товарным знаком, через предприятия-франчайзи, которые берут обязательство не продавать товары конкурентов.

**Торговля оптовая** - продажа больших партий товара с целью перепродажи.

**Торговля розничная** - продажа небольших партий товара непосредственно клиенту.

**Торговый представитель** - обычно сотрудник торговой компании или компании-производителя, который посещает несколько клиентов в день по утвержденному маршруту с

целью максимального сбыта продукции.

**Точка безубыточности** - момент, когда доходы равны расходам, или то количество товара за период, которое необходимо реализовать для того, чтобы предприятие покрыло все свои затраты, но еще не получило прибыли.

**Транспортный налог** - налог, взимаемый с владельцев зарегистрированных транспортных средств.

**Устав предприятия** - документ, определяющий цели, профиль и задачи предприятия, сферу его деятельности, органы управления и контроля, порядок образования имущества, распределения прибыли (дохода), условия реорганизации и иные положения; утверждается учредителем предприятия.

**Уставный фонд** - наиболее устойчивая величина стартового капитала, дающая импульс для деятельности предприятия, вносится участниками учреждаемого предприятия при его образовании; размер уставного фонда устанавливается учредительным договором и фиксируется в уставе; вклад, оцененный в денежных единицах, составляет долю участника в уставном фонде; в качестве взноса могут быть здания, сооружения, оборудование и другое имущество, относящееся к основным средствам.

**Учредительные документы** – это документы, служащие основанием для деятельности юридического лица. Состав таких документов зависит от организационно-правовой формы создаваемого юридического лица.

**Франчайзер** (менее распространенная форма написания - франчайзор) - владелец прав на франшизу.

**Франчайзи** - юридическое или физическое лицо, покупающее франшизу у франчайзера.

**Франчайзинг** - система передачи или продажи франшизы на технологию и(или) товарный знак. При этом фирма (франчайзер), имеющая более высокий имидж, продает другой фирме (франчайзи), право на деятельность по своей технологии и(или) под своим товарным знаком.

**Франшиза** - определенные права на использование торговой марки и(или) бизнес-модели франчайзера, объект нематериальных активов, на определенных условиях передаваемый от франчайзера к франчайзи.

**Франшиза на фирменное имя** - разновидность франшизы, при которой франчайзи устанавливают связи с поставщиками, аналогичные дистрибьюторским соглашениям. Франчайзеры при этом поставляют товар, который франчайзи продает под товарным знаком франчайзера или под его логотипом.

**Цена** - денежное выражение стоимости товара.

**Эффективность работы предприятия** - продуктивность использования ресурсов предприятия в достижении целей бизнеса.

**Юридическое лицо** - юридическим лицом признается организация, которая имеет в собственности, хозяйственном ведении или оперативном управлении обособленное имущество и отвечает по своим обязательствам этим имуществом, может от своего имени приобретать и осуществлять имущественные и личные неимущественные права, нести ответственность, быть истцом и ответчиком в суде.

## ПРИЛОЖЕНИЕ 6

### РАЙОННЫЕ АГЕНТСТВА ЗАНЯТОСТИ НАСЕЛЕНИЯ РАЙОНОВ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА

Наименование	Контактная информация
<b>Адмиралтейский район</b>	Адрес:190121, Санкт-Петербург, Английский пр., д.45/26 Телефон для работодателей: 320-06-51, доб. 4015,4017,4024,4025,4020 Телефон для соискателей: 714-70-18 Факс: 571-41-74 Электронная почта: <a href="mailto:admin1.admiral@rspb.ru">admin1.admiral@rspb.ru</a>
<b>Василеостровский район</b>	Адрес : 199406, Санкт-Петербург, ул. Шевченко, д.27 Телефон «Горячая линия» : 356-00-76 Телефон для работодателей: 356-10-43 Телефон для соискателей: 356-00-79, 320-06-51 доб. 4203 Факс: 356-00-76 Электронная почта: <a href="mailto:secr010@rspb.ru">secr010@rspb.ru</a>
<b>Выборгский район</b>	Адрес: 194044, Санкт-Петербург, ул. Смолячкова, д.14/3 Многоканальный номер:320-06-53 Телефон для работодателей: 320-06-53, добавочный 2; 320-06-51, добавочный 44 04 Телефон для соискателей: 320-06-53 доб. 1; 320-06-51 доб. 4403 Факс: 8(812)591- 64-23 Электронная почта: <a href="mailto:rczn1.vyborg@rspb.ru">rczn1.vyborg@rspb.ru</a>
<b>Калининский район</b>	Адрес: 194044, Санкт-Петербург, пер. Нейшлотский, д. 23 Телефон «Горячая линия» : 320-06-51/541-89-37 Телефон для работодателей: 541-89-05 Телефон для соискателей: 294-59-58 Факс: 541-86-85 Электронная почта: <a href="mailto:admin1.kalinin@rspb.ru">admin1.kalinin@rspb.ru</a>
<b>Кировский район</b>	Адрес: 198188, Санкт-Петербург, ул. В.Алексеева, д.20/24 Телефон для работодателей: 785-02-77, 320-06-51 (доб. 4804) Телефон для соискателей: 785-02-36, 320-06-51 (доб. 4803) Факс:785-03-44 Электронная почта: <a href="mailto:rczn1.kirovsk@rspb.ru">rczn1.kirovsk@rspb.ru</a>

- Колпинский район** Адрес: 196653, Санкт-Петербург, г. Колпино, Павловская ул., д.1/21  
Телефон для работодателей: 461-52-53  
Телефон для соискателей: 461-70-42 Факс:461-52-53  
Электронная почта: [admin2.kolpino@rspb.ru](mailto:admin2.kolpino@rspb.ru)
- Красногвардейский район** Адрес: 195176, Санкт-Петербург, ш. Революции, д.19  
Телефон для работодателей: 227-31-18 Телефон для соискателей: 320-06-51 (доб. 5203), 320-06-52  
Факс:227-60-87  
Электронная почта: [admin1.krgv@rspb.ru](mailto:admin1.krgv@rspb.ru)
- Красносельский район** Адрес: 198259, Санкт-Петербург, ул. Пограничника Гарькавого, д.36, к.1  
Телефон для работодателей: 320-06-51, го6. 54 04  
Телефон для соискателей:320-06-51, го6. 54 03 Факс: 730-84-92  
Электронная почта: [admin1.krasns@rspb.ru](mailto:admin1.krasns@rspb.ru)
- Кронштадтский район** Адрес: 197760, г. Кронштадт, ул. Владимирская, д.27  
Телефон для работодателей: 311-39-40  
Телефон для соискателей: 311-3350 Факс: 311-79-64  
Электронная почта: [admin1.kronsht@rspb.ru](mailto:admin1.kronsht@rspb.ru)
- Курортный район** Адрес: 197706, г. Сестрорецк, Дубковское шоссе, д.11  
Телефон для работодателей: 434-38-83  
Телефон для соискателей: 437-12-58  
Факс:437-12-56, 437-31-86  
Электронная почта: [admin1.kurort@rspb.ru](mailto:admin1.kurort@rspb.ru)
- Московский район** Адрес: 196191 Санкт-Петербург, ул.Варшавская д.63 корп.1  
Многоканальный телефон: 320-06-54  
Телефон для работодателей: 320-06-54, добавочный 2; 320-06-51, добавочный 59 04  
Телефон для соискателей:320-06-54, добавочный 1; 320-06-51, добавочный 59 03  
Факс:8(812)374-17-37  
Электронная почта: [admin1.moscow@rspb.ru](mailto:admin1.moscow@rspb.ru)
- Невский район** Адрес: 192131, Санкт-Петербург ул. Бабушкина, дом 52.  
Телефон для работодателей: 362-64-16  
Телефон для соискателей:362-56-71,367-01-05 Факс: 362-64-10  
Электронная почта: [admin1.nevsky@rspb.ru](mailto:admin1.nevsky@rspb.ru)

<b>Петроградский район</b>	<p>Адрес: 197136, Санкт-Петербург, Большой пр. ПС, д. 74  Телефон для работодателей: 232-56-28  Телефон для соискателей: 233-39-00  Факс: 232-55-76  Электронная почта: <a href="mailto:admin1.petrograd@rspb.ru">admin1.petrograd@rspb.ru</a></p>
<b>Петродворцовый район</b>	<p>Адрес: 198504, Санкт-Петербург, г. Петродворец, Шахматова ул., д.12, корп.2  Телефон для работодателей: 428-84-77  Телефон для соискателей: 428-84-93  Факс: 428-85-00, 428-84-79  Электронная почта: <a href="mailto:admin1.petrpal@rspb.ru">admin1.petrpal@rspb.ru</a>  Адрес: 198412, Санкт-Петербург, г. Ломоносов, Петербургская ул., д.2/10, лит. А  Телефон для работодателей: 423-13-30  Телефон для соискателей: 423-14-44  Факс: 423-13-30, 423-14-33  Электронная почта: <a href="mailto:admin1.lomonosov@rspb.ru">admin1.lomonosov@rspb.ru</a></p>
<b>Приморский район</b>	<p>Адрес: 197374, Санкт-Петербург, ул. Савушкина д.131  Телефон для работодателей: 345-60-97  Телефон для соискателей: 345-33-17, 345-35-86, 345-40-22  Факс: 345-33-17  Электронная почта: <a href="mailto:secr041@rspb.ru">secr041@rspb.ru</a></p>
<b>Пушкинский район</b>	<p>Адрес: 196607, Санкт-Петербург, г. Пушкин, ул. Новая, д. 34  Телефон для работодателей: 476-88-32  Телефон для соискателей: 465-80-30  Факс: 476-88-32, 466-48-91  Электронная почта: <a href="mailto:admin1.pushkin@rspb.ru">admin1.pushkin@rspb.ru</a></p>
<b>Фрунзенский район</b>	<p>Адрес: 192286, Санкт-Петербург ул. Бухарестская дом 61  Телефон для работодателей: 701-66-11; 320-06-51 доб. 7232  Телефон для соискателей: 701-62-67, 701-64-61; 320-06-51 доб. 7246  Факс: 701-62-67  Электронная почта: <a href="mailto:admin1.frunz@rspb.ru">admin1.frunz@rspb.ru</a></p>
<b>Центральный район</b>	<p>Адрес: 191015, Санкт-Петербург, ул. Кирочная, д. 53/46  Телефон для работодателей: 579-90-45  Телефон для соискателей: 275-27-09  Факс: 275-70-97, 275-65-97  Электронная почта: <a href="mailto:admin1.central@rspb.ru">admin1.central@rspb.ru</a></p>

## **Комитет по промышленной политике, инновациям и торговле Санкт-Петербурга**

Комитет образован для разработки и реализации государственной политики Санкт-Петербурга, координации деятельности исполнительных органов государственной власти Санкт-Петербурга в сфере промышленной и инновационной политики, агропромышленного комплекса, развития предпринимательской деятельности, в том числе среднего и малого бизнеса, потребительского рынка (оптовая и розничная торговля, общественное питание, бытовое обслуживание, похоронное дело и погребение в Санкт-Петербурге), а также проведения государственной политики Санкт-Петербурга в сфере лицензирования отдельных видов деятельности, обеспечения продовольственной безопасности Санкт-Петербурга и государственного регулирования в данной сфере.

Подробная информация о деятельности, функционале и структуре Комитета представлена на официальном сайте: <http://cppi.gov.spb.ru>

Новгородская ул., д.20А, АДК "Невская Ратуша",  
Центральный район, Санкт-Петербург, 191144 Телефон:+7 (812)  
576-00-02

С другими вопросами, включая специальные программы, направленные на поддержание и развитие малого предпринимательства в Санкт-Петербурге, требования к участникам специальных программ, условия участия в них, разбивку каждой программы на этапы реализации, можно ознакомиться в сети Интернет – на официальном сайте [crppr.gov.spb.ru](http://crppr.gov.spb.ru)

## **Общественный совет по развитию малого предпринимательства при Губернаторе Санкт-Петербурга**

Совет является консультативно-совещательным органом при Губернаторе Санкт-Петербурга по вопросам реализации государственной политики в сфере развития и поддержки малого предпринимательства в Санкт-Петербурге.

В рамках Общественного совета работают две службы юридической помощи

**«Горячая линия» по юридическим вопросам** предлагает консультации по вопросам правомерности (неправомерности) действий представителей контролирующих органов власти. Здесь Вам помогут разобраться в законности и обоснованности действий таких организаций как Госпотребнадзор, Роспотребнадзор, Государственная инспекция труда и др. В случае конфликтной ситуации возможен выезд специалистов на объект для составления юридического заключения.

*Телефон «горячей линии»: 331-58-13. График работы: с 10:00 до 18:00 (кроме субботы и воскресенья, праздничных дней).*

В Доме предпринимателя также работает **юрист-эксперт**, осуществляющий прием по предварительной записи и консультирующий по вопросам столкновения интересов бизнеса и власти в основных сферах их взаимодействия: арендные отношения, формирование адресной программы размещения временных объектов торговли, проблема заключения договоров с монополистами, вопросы по налогообложению и лицензированию. Специалист помогает разобраться в конфликтной ситуации и, если необходимо, направляет решение вопросов в соответствующие компетентные органы, которые рассматривают жалобу или

запрос предпринимателя.

*Юрист-эксперт Общественного совета принимает по предварительной записи по понедельникам, средам и пятницам с 11.00 до 18.00. Запись по телефону: 331-58-13.*

Кроме того, существует **«горячая» телефонная линия** Общественного совета, целью которой является обеспечение прозрачности и открытости мероприятий, направленных на поддержку малого предпринимательства в Санкт-Петербурге, и осуществление обратной связи с субъектами малого предпринимательства, оказание им помощи в преодолении административных барьеров.

Специалисты, обслуживающие «горячую линию», фиксируют тему обращения, информируют предпринимателей по общим вопросам малого бизнеса, направляют решение вопросов предпринимателей в соответствующие компетентные органы, которые рассматривают жалобу или запрос предпринимателя, на который специалисты «горячей линии» направляют ответ по контактному адресу предпринимателя.

Телефоны «горячей» телефонной линии поддержки малого бизнеса: **331-58-13**

Дополнительную информацию можно получить непосредственно в Общественном совете по развитию малого предпринимательства при Губернаторе Санкт-Петербурга:

**ОБЩЕСТВЕННЫЕ СОВЕТЫ ПО МАЛОМУ  
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВУ ПРИ ГЛАВАХ АДМИНИСТРАЦИЙ  
РАЙОНОВ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА**

[HTTP://OSSPB.RU/ABOUT\\_OS/REG\\_OS/KONTAKT\\_RS.PHP](http://osspb.ru/about_os/reg_os/kontakt_rs.php)

Район	Название Совета	Председатель Совета	Общественная приемная
Адмиралтейский	Общественный Совет по малому предпринимательству при Администрации Адмиралтейского района Санкт-Петербурга	Быков Виктор Иванович	190005, г. Санкт-Петербург, Измайловский пр., д. 10, каб. 113 Тел. +7(812) 251-02-16 E-mail: <a href="mailto:admiral@osspb.ru">admiral@osspb.ru</a>
Василеостровский	Общественный Совет по малому предпринимательству при Администрации Василеостровского района Санкт-Петербурга	Мавроматис Венера Демьяновна	199178, г. Санкт-Петербург, Большой пр. В.О., д. 55Б, каб. 2а Тел. +7(812) 573-93-30 E-mail: <a href="mailto:vasilostr@osspb.ru">vasilostr@osspb.ru</a>
Выборгский	Общественный Совет по малому предпринимательству при Администрации Выборгского района Санкт-Петербурга	Самуйлов Денис Владимирович	194100, г. Санкт-Петербург, Б. Сампсониевский пр., д. 86, ком. 231а Тел. +7(812) 576-56-56, доб. 279 E-mail: <a href="mailto:vyborg@osspb.ru">vyborg@osspb.ru</a>
Калининский	Общественный Совет по малому предпринимательству при Администрации Калининского района Санкт-Петербурга	Величко Ольга Валерьевна	195009, г. Санкт-Петербург, ул. Михайлова, д. 9 Тел. +7(812) 417-47-03 E-mail: <a href="mailto:kalinin@osspb.ru">kalinin@osspb.ru</a>
Кировский	Общественный Совет по экономическому развитию района, поддержке малого и среднего предпринимательства при главе Администрации Кировского района Санкт-Петербурга	Сотников Владислав Викторович	198095, г. Санкт-Петербург, пр. Стачек, д. 18, каб. 156 Тел. +7(812) 417-69-35 E-mail: <a href="mailto:kirov@osspb.ru">kirov@osspb.ru</a>

Район	Название Совета	Председатель Совета	Общественная приемная
Колпинский	Общественный Совет по малому предпринимательству при Администрации Колпинского района Санкт-Петербурга	Морозова Жанна Геннадьевна	196657, г. Санкт-Петербург, г. Колпино, ул. Веры Слуцкой, оф. 328 Тел.: +7(812) 460-79-90, E-mail: <a href="mailto:kolpino@osspb.ru">kolpino@osspb.ru</a>
Красногвардейский	Общественный Совет по малому предпринимательству при Администрации Красногвардейского района	Белкина Евгения Михайловна	195027, г. Санкт-Петербург, Среднеохтинский пр., д. 50, каб. 402 Тел. +7(812) 576-86-61 E-mail: <a href="mailto:krasnogvard@osspb.ru">krasnogvard@osspb.ru</a>
Красносельский	Общественный Совет по малому предпринимательству при Администрации Красносельского района Санкт-Петербурга	Ванюков Олег Олегович	198329, г. Санкт-Петербург, ул. Партизана Германа, д. 3, каб. 431 Тел. +7(812) 576-14-47 mail: <a href="mailto:oskrasnosel@tukrsl.gov.spb.ru">oskrasnosel@tukrsl.gov.spb.ru</a>
Кронштадтский	Общественный Совет по малому предпринимательству при Администрации Кронштадтского района Санкт-Петербурга	Антоненко Артём Викторович	197762, г. Кронштадт, пр. Ленина, д. 36, каб. 37  Тел. : : 8-931-203-96-67  <a href="mailto:kronshtadt@osspb.ru">kronshtadt@osspb.ru</a>
Курортный	Общественный Совет по малому предпринимательству при Администрации Курортного района	Тихонов Андрей Олегович	197701, г. Сестрорецк, пл. Свободы, д. 1, каб. 313 (Администрация района) Тел. +7(812) 573-90-77 E-mail: <a href="mailto:kurort@osspb.ru">kurort@osspb.ru</a>
Московский	Общественный Совет по малому предпринимательству при главе Администрации Московского района	Третьяков Евгений Олегович	196006, г. Санкт-Петербург, Московский пр., д. 129, каб. 279 Тел. +7(812) 576-89-87 E-mail: <a href="mailto:moskov@osspb.ru">moskov@osspb.ru</a>

Район	Название Совета	Председатель Совета	Общественная приемная
Невский	Общественный Совет по малому предпринимательству при главе Администрации Невского района Санкт-Петербурга	Милосердов Василий Васильевич	192131, г. Санкт-Петербург, пр. Обуховской Обороны, д. 163, каб. 217 Тел. (812) 417-39-87 E-mail: <a href="mailto:nevs@osspb.ru">nevs@osspb.ru</a>
Петроградский	Общественный Совет по малому предпринимательству при главе Администрации Петроградского района	Палади Алексей Владимирович	197101, г. Санкт-Петербург, Большая Монетная ул., д. 17 – 19, каб. 205 Тел. +7(812) 233-69-79 Email: <a href="mailto:petrograd.osspb@mail.ru">petrograd.osspb@mail.ru</a>
Петродворцовый	Общественный Совет по малому предпринимательству при Администрации Петродворцового района Санкт-Петербурга	Соколов Александр Юрьевич	198510, г. Петергоф, Калининская ул., д. 7, каб. 5 Тел. +7(812) 450-66-63 E-mail: <a href="mailto:petrodvor@osspb.ru">petrodvor@osspb.ru</a>
Приморский	Общественный Совет по малому предпринимательству при главе Администрации Приморского района Санкт-Петербурга	Соколецкая Наталия Алексеевна	197374, г. Санкт-Петербург, ул. Школьная, д. 68, каб. 1 Тел. +7(812) 340-54-84 E-mail: <a href="mailto:primorsk@osspb.ru">primorsk@osspb.ru</a>
Пушкинский	Общественный Совет по малому предпринимательству при Администрации Пушкинского района Санкт-Петербурга	Дереновская Ирина Ивановна	196601, г. Пушкин, Октябрьский бульвар, д. 24, оф. 103 Тел.+7 (812) 417-44-50 E-mail: <a href="mailto:pushkin@osspb.ru">pushkin@osspb.ru</a>
Фрунзенский	Общественный Совет по малому предпринимательству при Администрации Фрунзенского района Санкт-Петербурга	Ульрих Виталий Викторович	192241, г. Санкт-Петербург, Пражская ул., д. 46, каб. 407 Тел. +7(812) 576-85-47 E-mail: <a href="mailto:frunz@osspb.ru">frunz@osspb.ru</a>

Район	Название Совета	Председатель Совета	Общественная приемная
Центральный	Общественный Совет по малому предпринимательству при Администрации Центрального района Санкт-Петербурга	Суркова Галина Николаевна	193167, г. Санкт-Петербург, Невский пр., д. 176, каб. 113 Тел. +7(812) 417-46-01 E-mail: <a href="mailto:centr@osspb.ru">centr@osspb.ru</a>

## Единый центр предпринимательства

**Единый центр предпринимательства** – единственная многофункциональная площадка в городе, созданная с целью предоставления комплексной поддержки и помощи предпринимателям Санкт-Петербурга

Это совокупность государственных, негосударственных, общественных, образовательных и коммерческих организаций, предоставляющих услуги, необходимые для развития бизнеса

Кроме того, в Едином центре предпринимательства оказывается экспертная консультационная помощь по финансово-экономическим и правовым вопросам, среди которых:

- Первая консультация с финансовым или налоговым экспертом
- Аудит управленческого или бухгалтерского учета
- Разработка организационно-налоговой структуры бизнеса
- Построение финансовой модели существующего бизнеса для прогнозирования ежемесячного бюджета
- Правовые вопросы

## Основные направления работы

- информирование о существующих мерах государственной поддержки
- проведение бесплатных образовательных мероприятий
- содействие малому бизнесу в части производственной кооперации
- обучающие программы для предпринимателей
- поддержка экспортно-ориентированных компаний
- поддержка начинающих предпринимателей – стартап проекты
- поддержка ремесленничества
- поддержка предпринимательства в области развития легкой промышленности
- административная работа
- преодоление административных барьеров

Оператором Единого Центра является «Центр развития и поддержки предпринимательства», ведущий свою работу с 2010 года.

Обратиться в Единый центр предпринимательства Вы можете по адресу: Санкт-Петербург, пр. Медиков, д.3 лит.3, по телефону +7 812 372- 52-90, по электронной почте [info@crpp.ru](mailto:info@crpp.ru)

Подробная информация размещена на сайте [www.crpp.ru](http://www.crpp.ru)

