

Попов Евгений

Vilani
Mr. Кваска!
Молнии



Музыкант или Бариста?

Евгений Попов

**Мистер КвакаМолли.
Музыкант или бариста?**

«Издательские решения»

Попов Е. И.

Мистер КвакаМолли. Музыкант или бариста? / Е. И. Попов —
«Издательские решения»,

ISBN 978-5-44-931119-1

Любишь рок и кофе? Хочешь почувствовать себя в шкуре музыканта-бариста? Данная книга содержит в себе 90% всей необходимой информации и секретов для начинающего предпринимателя, желающего преуспеть и расширить свои знания в музыкальном бизнесе и популярном экспресс-формате «кофе с собой». Мы расскажем о том, как мы пришли к данному формату, почему он пользуется популярностью и как самому открыть успешный кофе-бар для музыкантов.

ISBN 978-5-44-931119-1

© Попов Е. И.
© Издательские решения

Содержание

Начало пути	6
Концепция франшизы «Мистер КвакаМолли»	8
О франчайзере	8
Предложение для покупателей франшизы	9
Специальное предложение для действующих организаций	10
Что мы предоставляем своим партнерам	11
Какую прибыль приносят кофе-бары	12
Наши преимущества	13
Требования к потенциальным партнерам	14
Требования к помещению	15
Стоимость франшизы	16
Бизнес-план франшизы кофе-баров «Мистер КвакаМолли»	17
Резюме проекта	17
Цель проекта	17
Резюме финансовых результатов и потребности в ресурсах	17
Анализ рынка	19
Описание продукции	19
Рынок кофе на вынос	19
Потребительский анализ	20
Конкурентный анализ	21
Рынок музыкальных инструментов	23
Правовые аспекты бизнеса	25
Регистрация договора коммерческой концессии	25
Разрешительная документация	25
Маркетинговый план	26
Планируемый ассортимент продукции	26
Тактика маркетинга	26
Конец ознакомительного фрагмента.	27

Мистер КвакаМолли Музыкант или бариста?

Евгений Игоревич Попов

Корректор Петрова Ольга

© Евгений Игоревич Попов, 2018

ISBN 978-5-4493-1119-1

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Начало пути

Пикапы для перевозки хлеба, бутиковые педали эффектов и мексиканский свежесваренный кофе – это вовсе не бессмысленное перечисление, как может показаться на первый взгляд, а эксклюзивные три кита, на которых мы выстраиваем наш бизнес уже на протяжении более 20 лет.

История нашей компании начинается в 1998 году, по крайней мере ее официальная часть, в этом году было зарегистрировано наше первое юридическое лицо «Авто Техна ЛТД». На тот момент основатели компании уже несколько лет работали в автомобильном бизнесе и решили объединить силы для открытия полноценного автосалона. С первых дней и по сегодняшний день компания сохраняет принцип семейного бизнеса: высокое качество продукции и услуг, которые мы предоставляем, а все наши сотрудники, поставщики и партнеры для нас как члены семьи.

Как и в любой компании, у нас были свои взлеты и падения, но все наши победы в коммерческой деятельности и социальной сфере – это результат слаженной работы всего коллектива, за каждым успешным шагом стоит титаническая работа наших специалистов, профессионализм, ответственное отношение к своим обязанностям и дисциплинированность каждого сотрудника коллектива. Наши самые крупные достижения: награда за высокие достижения в маркетинговой деятельности и в продвижении бренда LADA от вице-президента по продажам и маркетингу ОАО «АВТОВАЗ» Федосова А. А., благодарность за плодотворное сотрудничество от директора представительства лизинговой компании «Европлан» Павлова А. В., благодарность за спонсорскую поддержку юношеской хоккейной команды LADA-97 от главного тренера LADA-97 Попова Б. А. и благодарность за бескорыстную помощь ветеранам и инвалидам боевых действий от лидера Российского Союза ветеранов Афганистана Клинецвича Ф. А.

Имея большой опыт работы с легковыми автомобилями, в 2011 году наша компания начинает работу с коммерческими автомобилями, и основными нашими клиентами становятся небольшие пекарни, кондитерские магазины и кофейни. Вдохновленные именно нашими клиентами и основываясь на нашем опыте, мы решили для себя, что однажды тоже откроем кофейню, где посетители смогут насладиться изысканным кофе в приятной обстановке.

Об особенностях создания и развития одного из главных своих проектов на сегодняшний день – The Vilan Family – мы и хотим вам рассказать.

Все началось в 2012 году, Евгений Попов основал студию звукозаписи The Vilan Family и занялся разработкой и производством гитарных эффектов. Занимались всем, что было интересно и прогрессивно – от экспериментальных способов записи музыки до разработки нового синтезатора на базе советского «Ритм-2». На протяжении пяти лет были собраны и разрисованы вручную десятки эффектов, которые нашли своих счастливых обладателей в России, США, Новой Зеландии, Великобритании, Канаде, Австралии, Бангкоке, Бразилии, Чили, Германии, Испании, Франции, Румынии, Сингапуре, Таиланде и Вьетнаме. В 2017 году мы открываем музыкальный магазин, объединенный с кофе-баром. Место, где представлены, помимо эффектов The Vilan Family, лучшие из лучших производителей гитарных эффектов, а также изысканное кофе с мексиканскими нотками. Это был момент рождения «Мистера КвакаМолли» – дуэта гитарной педали Wah-Wah, так же известной как «квакушка», и солнечной Мексики со всем ее колоритом.

Первый кофе-бар «Мистер КвакаМолли» открыли в действующем автоцентре. Таким образом, получилось интересное, творческое пространство, объединившее в себе страсть к музыке, кофейной культуре и автомобильной промышленности. Общительный персонал, интерьер помещения, состоящий из флагов панк-рок групп и вывесок BOSCH Service, старый

виниловый проигрыватель и музыкальные инструменты, сваренные из кузовных деталей автомобилей, широкий выбор аксессуаров для музыкантов, запах качественного кофе и дополняющая атмосферу музыка в духе «рок 70-х». Это особое место для нас стало источником вдохновения, и мы намерены создать крупную сеть кофе-баров «Мистер КвакаМолли», которая принесет удовольствие меломанам и ценителям изысканного кофе, а главное – станет стабильным бизнесом для наших партнеров, которые, так же как и мы, хотят, чтобы их уникальное звучание услышал весь мир.

Концепция франшизы «Мистер КвакаМолли»

О франчайзере

Сеть кофе-баров «Мистер КвакаМолли» – это маленькие оазисы счастья с мексиканским привкусом для меломанов и ценителей жгучего, бодрящего кофе. За много лет работы мы разработали уникальный подход к клиентам и ассортименту магазина, для того чтобы вы смогли, не теряя времени, взять с собой вкусный кофе и музыкальные аксессуары по пути на работу или репетицию.

Философия нашей компании: «Мы увлечены, живем и дышим музыкой». При этом мы не ограничиваем себя и наших партнеров. «Мистер КвакаМолли» – это уникальные кофе-бары, объединяющие в себе музыку, кофе и историю каждого владельца «Мистера КвакаМолли», и, как показала практика, огромное количество людей разделяет наш взгляд на мир.



«Мистер КвакаМолли» – место, где вы не только насладитесь кофе, приготовленным по разным рецептам профессиональными бариста, но найдете все самое необходимое, что можно уместить в руках и взять с собой – от медиаторов и струн до острых, жгучих кофейных зерен прямиком из Мексики!

К каждой кружке кофе мы дарим своим гостям фирменный медиатор, и, возможно, для кого-то это станет первым шагом к игре на гитаре.



Предложение для покупателей франшизы

Будущим партнерам компания «Мистер КвакаМолли» предлагает открыть аналогичные кофе-бары в своем или ближайшем городе по всей России и СНГ. Наш формат уникален и завоевывает все большую и большую популярность среди музыкантов и кофеманов.



Специальное предложение для действующих организаций

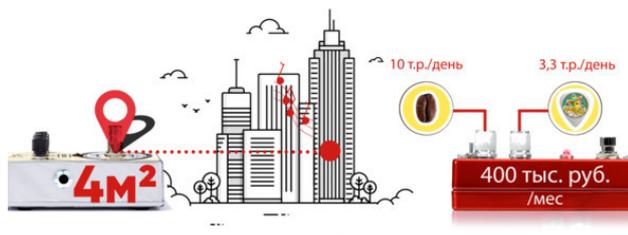
Мы предлагаем уникальные условия для уже действующих магазинов и кофеен. От фирменной стойки «Мистер КвакуМолли» с кофе и музыкальными аксессуарами для сотрудников и клиентов магазинов, таким образом, вы можете сохранить свое имя и уникальность бизнеса, до полного ребрендинга и смены формата – такой путь подойдет тем, кто хочет кардинально изменить весь свой бизнес.



Что мы предоставляем своим партнерам

- Узнаваемый и уникальный товарный знак
- Рекламная поддержка
- Четко прописанные стандарты работы
- Подготовка и периодическое обновление ассортимента меню
- Обучение и инструкции по запуску бизнеса
- Брендбук с дизайн-макетами
- Помощь в выборе места
- Консультационная и техническая поддержка
- Помощь в обучении и подборе персонала
- Помощь и поддержка на всех этапах работы

Какую прибыль приносят кофе-бары



Торговая точка площадью от 4 кв. м, находящаяся в крупном торговом центре с проходимостью 5 тыс. чел. и занимающаяся лишь продажей кофе с собой, приносит среднюю выручку 10 тыс. руб. в день. Дополнительную выручку от 100 тыс. руб. дают продажи музыкальных аксессуаров. Итого ваша выручка в месяц составит более 400 тыс. руб.

В зависимости от выбранного формата и результатов работы собственника «Мистера КвакаМолли» чистая прибыль на один кофе-бар может варьироваться от 50 до 200 тыс. руб.

Мы советуем всем своим партнерам сразу планировать открытие нескольких кофе-баров для уменьшения рисков и увеличения прибыли.

Наши преимущества

- Рабочая франшиза музыкального магазина с рентабельностью, в разы превышающей доходность обычного музыкального магазина за счет продаж кофе с высокой наценкой
- «Мистер КвакаМолли» – идеальный вариант для тех, кто хочет открыть музыкальный магазин с минимальными инвестициями
- Уникальный и совершенно новый формат кофе с собой
- Вы зарабатываете не только на продаже кофе, но и на музыкальных аксессуарах
- Низкие закупочные цены и высокая прибыль
- Небольшой порог вхождения в бизнес
- Приобретая франшизу, наши партнеры получают отлаженный механизм с описанием всех процессов
- Непрерывные поставки кофе и расходных материалов с собственного склада по низким ценам
- Франшиза от производителя аксессуаров для гитаристов The Vilan Family

Требования к потенциальным партнерам

- Желание работать и развиваться вместе с крупной компанией
- Статус индивидуального предпринимателя или наличие зарегистрированного юридического лица
- Любить кофе и музыку так же, как любим это мы

Требования к помещению

- Площадь от 4 кв. м
- Крупный торговый центр вашего города

Стоимость франшизы

- Паушальный взнос – 150 тыс. руб.
- Роялти – 15 тыс. руб./мес.

Бизнес-план франшизы кофе-баров «Мистер КвакаМолли»

Резюме проекта

Цель проекта

Целью проекта является открытие торговой точки, совмещающей в себе кофе-бар (экспресс-кофейню) и магазин музыкальных аксессуаров по франшизе «Мистер КвакаМолли» на условиях франчайзингового договора. Данный бизнес-план направлен на обоснование инвестиционной привлекательности проекта для потенциального франчайзи.

Описание деятельности компании

В рамках реализации проекта предполагается регистрация нового предприятия. Рекомендуемая форма регистрации – индивидуальный предприниматель¹. Оптимальная система налогообложения предприятия – упрощенная (объект налогообложения – доходы, ставка 6%).

Основные покупатели:

– мужчины в возрасте от 25 до 45 лет

Целевая аудитория музыкального магазина:

– мужчины (80%) и женщины (20%) от 15 до 70 лет

Целевая аудитория экспресс-кофейни:

– мужчины и женщины от 25 до 45 лет (более 70%)

– молодые люди/студенты (20%)

– остальные (10%)

Реализуемая продукция:

– напитки (эспрессо, американо, капучино, латте, чай, горячий шоколад)

– гитарные эффекты и аксессуары (медиаторы фирменные «Mr. КвакаМолли» от The Vilan Family; гитарные эффекты фирменные «Mr. КвакаМолли» от The Vilan Family; гитарные эффекты Electro-Harmonix, TC Electronic, MXR; бутиковые гитарные эффекты; гитары Fender, Gibson (под заказ)).

Резюме финансовых результатов и потребности в ресурсах

Потребность в финансировании составляет 805 тыс. руб., в т. ч.:

– паушальный взнос – 150 тыс. руб.

– инвестиции в оборудование – 555 тыс. руб.

– пополнение оборотных средств (на инвестиционной фазе) – 100 тыс. руб.

Предполагается, что финансирование проекта осуществляется за счет собственных средств франчайзи².

¹ Возможна регистрация ООО (общество с ограниченной ответственностью).

² В случае использования заемных средств экономика проекта изменится.

Для реализации проекта необходимо нанять: бариста – 2 чел., бухгалтера – 1 чел. (на аутсорсинговой основе).

Проведенные расчеты финансово-экономической модели проекта³ показывают эффективность ведения бизнеса по франшизе:

- чистая приведенная стоимость (NPV) – 10,2 тыс. руб.
- дисконтированный срок окупаемости (РВР) – 0,71 года (<9 месяцев)
- внутренняя норма рентабельности (IRR) – 409,5%
- рентабельность продаж⁴ – 34%
- норма доходности дисконтированных затрат (PI) – 13,77 раз

³ В расчете на 7 лет.

⁴ Среднее значение за 7 лет.

Анализ рынка

Описание продукции

Кофе на вынос – это отличная возможность насладиться натуральным кофе при динамичном образе жизни. Компания «Мистер КвакаМолли» предлагает ассортимент самых популярных напитков для потребителей: эспрессо, американо, капучино, латте, чай, горячий шоколад в ярком фирменном стаканчике. Дополнительным ассортиментом точки продаж является музыкальная продукция и аксессуары (гитары, гитарные эффекты и проч.).

Рынок кофе на вынос

Сегмент кофеен развивается динамичнее остальных кластеров рынка общественного питания в России. Об этом свидетельствуют данные исследовательской компании NPD Group. После непродолжительного падения в 2015 году, когда рынок кофеен сократился на 2%, сегмент восстановил позиции и в первом квартале 2016 года вырос на 4%⁵.

Главным триггером роста стали продажи кофе на вынос: за год процент заказов с собой увеличился на 35% и в 1 квартале 2016 года уже составлял 23% продаж. Кофе на вынос в среднем для покупателя получается на 10—15% дешевле, чем кофе в зале.

В 2016 году в кофейнях на 12% увеличился средний чек (до 330 руб.), тогда как по рынку в целом рост составил всего лишь 8%. На первом месте по продажам в кофейнях оказались традиционные блинчики, на втором и третьем – соответственно сладкая выпечка и торты/десерты, на четвертом – мороженое, на пятом – салат «Цезарь». В 2016 году в 73% заказов с собой непременно присутствовал кофе.

В целом стоит отметить, что потребление кофе в России ежегодно растет, о чем свидетельствует динамика его импорта: в 2016 году объем ввозимой в страну продукции вырос в натуральном выражении на 9,5%. По итогам года объем поставок достиг 171,5 тыс. тонн. Однако потребление остается низким по сравнению со странами с похожим климатом и культурой питания. Например, за год средний россиянин потребляет 1,2 кг кофе, а в Финляндии этот показатель в 10 раз выше⁶.

Потенциал развития

Кофейный бизнес в России переживает свою трансформацию. Кофе становится напитком, который россияне пьют не только дома и в ресторанах-кофейнях, но и на ходу. Новый для нашей страны сегмент «кофе с собой», или coffee to go (кофе на вынос), стремительно растет. Появляются сотни мини-кофеен в виде экспресс-точек уличного формата, всевозможных киосков, островков и стоек в торговых и деловых центрах, а также появились мобильные кофейни на колесах. По прогнозам экспертов отрасли, Россия должна повторить западный вариант развития рынка. На смену растворимому кофе на лидирующие позиции постепенно выйдет кофе натуральный. Причем большую долю должна занять именно торговля «на вынос» (в США составляет около 75% доли рынка).

Согласно прогнозу Euromonitor International, в 2018 году россияне будут пить 45% свежего кофе, 55% – растворимого, а объем рынка при этом составит 131 тыс. тонн кофе.

⁵ По информации из открытого источника <http://restorator.chef.ru/kofe>.

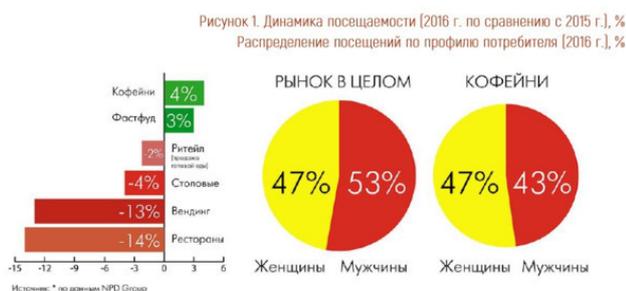
⁶ РБК, Исследования рынков «Российский сетевой рынок общественного питания 2017».

У кофе на вынос есть потенциал для развития: в крупных городах России доля кофе на вынос от всех заказов в 2016 году составляла 3%⁷. В регионах РФ этот показатель еще ниже, что говорит о том, что рынок не насыщен, присутствует потенциал для роста.

Потребительский анализ

Отечественный рынок мини-кофеен еще не насыщен. Кофе, как известно, второй по популярности в мире напитков после воды. Привычка пить его на ходу пришла в Россию с Запада и постепенно начинает укореняться на отечественной почве. Кофе из одноразовых стаканчиков с крышкой пьют все категории населения от студентов и школьников до бизнесменов. Наглядное подтверждение этому можно увидеть в мегаполисах, когда с 7 до 10 утра кофе в экспресс-точках покупают работники ближайших офисов и завтракающие туристы, после обеда около трех часов дня – студенты вузов, а в обеденное время или ближе к вечеру все покупатели собираются вперемешку.

48% визитов за кофе на вынос приходится на молодежь от 16 до 35 лет, что говорит о том, что для этой аудитории стаканчик с кофе – атрибут динамичного стиля жизни. Потребители ценят в первую очередь удобство и скорость, 75% заказов совершается в рабочие дни, причем на утренние часы приходится четверть всех продаж кофе.



⁷ Для сравнения, по данным NPD, во Франции этот показатель составил 4%, в Германии – 5%, а в Великобритании – 6%.



Конкурентный анализ

Количество франшиз мини-кофеен, которые можно найти на рынке, довольно внушительно и своим многообразием может вогнать предпринимателя в тупик. Многие из сетей считаются федеральными и даже международными, так как имеют свои представительства во многих уголках России и странах СНГ и буквально каждый месяц открывают новые точки.

Одним из лидеров отрасли считается ижевский проект Coffee Like, который имеет более 200 филиалов. Среди крупных игроков можно выделить также сети кофеен «Бодрый день» (130 точек), Roils Club (91 точка), «Сокофе» (более 80 точек). Собственные сети кофеен имеются почти в каждом регионе страны, и каждая из сетей может продавать франшизу одного или нескольких форматов. В качестве примеров можно привести сеть кофеен «Перекасти поле», которая работает за Уралом и продает три формата кофейни (мини-кофейня, мобильная кофейня, уличная кофейня); сеть Coffee and the City, популярную в основном в Москве и Московской области; «Мобильную кофейню», развитую в Ростовской области и на Юге России; сеть экспресс-кафе в Краснодарском крае Von Carruccino, которая позиционирует себя как одна из первых в регионе и т. д.

В среднем инвестиции в кофейню мини-формата составляют около 220 тыс. руб., но могут достигать до 1,5 млн руб. и больше. Вложения будут зависеть от многих параметров, основные из которых: требуемая площадь и оборудование. Здесь все определяется форматом будущей кофейни. Наименьших вложений (100—400 тыс. руб.) требуют торговые стойки, островки в ТЦ площадью от 2—3 кв. м и павильоны, наибольших – уличные кофейни от 15—30 кв. м с возможностью обустройства посадочных мест (450 тыс. —1,5 млн руб. и больше).

Далее представлены краткие характеристики наиболее востребованных на рынке франшиз.

Таблица 1. Основные параметры франшизы Coffee in

Наименование	Coffee in
Количество открытых точек	>30
Первоначальный взнос	199 000 руб.
Инвестиции	от 200 000 руб.
Роялти	нет
Срок окупаемости	3-6 мес.
Регион продажи	Россия



Таблица 2. Основные параметры франшизы Coffee like

Наименование	Coffee like
Количество открытых точек	238
Первоначальный взнос	330 000 руб.
Инвестиции	500 000 – 1 000 000 руб.
Роялти	4,5% от выручки
Срок окупаемости	от 6 мес.
Регион продажи	Россия



Таблица 3. Основные параметры франшизы Бодрый день

Наименование	Бодрый день
Количество открытых точек	143
Первоначальный взнос	100 000 руб./490 000 руб.
Инвестиции	от 100 000 руб. до 400 000 руб.
Роялти	нет
Срок окупаемости	2-6 мес.
Регион продажи	Россия



Таблица 4. Основные параметры франшизы Бодрый день

Наименование	RedCup
Количество открытых точек	55
Инвестиции	490 000 руб.
Роялти	10 000 руб. ежемесячно
Срок окупаемости	от 4 мес.
Регион продажи	Россия, Казахстан, Белоруссия, др.



Таблица 5. Основные параметры франшизы Coffee and the City

Наименование	Coffee and the City
Количество открытых точек	44
Первоначальный взнос	от 290 000 руб.
Инвестиции	от 913 000 руб.
Роялти	6% от выручки
Срок окупаемости	от 4 мес.
Регион продажи	Россия



Таблица 6. Основные параметры франшизы Take & Wake

Наименование	Take & Wake
Количество открытых точек	23
Первоначальный взнос	от 80 000 руб.
Инвестиции	от 200 000 руб.
Роялти	3 тыс. руб. в месяц, или 3% от выручки, если она превышает 250 тыс. руб.
Срок окупаемости	от 3 до 6 мес.
Регион продажи	Россия, Украина, Казахстан, Беларусь, Молдова



Таблица 7. Основные параметры франшизы Von Carruccino

Наименование	Von Carruccino
Первоначальный взнос	77 000 руб.
Инвестиции	от 300 000 руб.
Роялти	нет
Срок окупаемости	3-6 мес.
Регион продажи	Россия

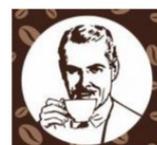


Таблица 8. Основные параметры франшизы Coffee make

Наименование	Coffee make
Первоначальный взнос	450 000 руб.
Инвестиции	от 820 000 руб.
Роялти	6%
Срок окупаемости	3-12 мес.
Регион продажи	Россия, Казахстан, Белоруссия



Стоит отметить, что предложений франшиз кофе на вынос в России очень много, причем многие из них международного или федерального уровня, а новые точки открываются практически каждый месяц.

Чтобы занять свое место на конкурентном рынке, франшиза «Мистер КвакаМолли» использует необычный подход, добавляя в ряды своих покупателей меломанов за счет продажи музыкальных аксессуаров и проведения различных акций для покупателей кофе.

РЫНОК МУЗЫКАЛЬНЫХ ИНСТРУМЕНТОВ

Гитарные эффекты

Гитарные эффекты представляют собой электронные приспособления, с помощью которых разнообразными сочетаниями меняется конечный сигнал гитары.

Гитарные эффекты включаются физически в линию сигнала между инструментом и усилителем звука. Технически они выполняются следующим образом:

- педали эффектов;
- раковые аудиопроцессоры для гитары;
- гитарные эффекты, вмонтированные в усилитель звука или предусилитель.

Приобрести гитарные эффекты можно на специализированных интернет-ресурсах (muztorg, pedalzoo, pop-music, pedalgeek и др.) или в музыкальных магазинах («Мир музыки», «Вивальди» и др.).

Медиаторы и струны

Медиаторы и струны – расходные предметы музыкантов. Поэтому это одни из самых популярных аксессуаров для гитариста, которые подлежат обновлению.

За свою творческую жизнь каждый гитарист использует не одну дюжину разных струн и не раз меняет свои предпочтения, потому что требования и вкус со временем меняются, к тому же технологии производства струн тоже не стоят на месте. Довольно часто профессионалы имеют у себя несколько разных гитар и, соответственно, для каждой подбирают отдельный комплект струн, которые лучше всего подходят по физическим и звуковым параметрам.

Медиатор, или плектр (от греч. *plectrum* – «ударяю»), представляет собой тонкую пластину, обычно в форме треугольника. Медиаторами пользуются как профессиональные рок-музыканты, так и начинающие гитаристы-школьники. Такое специальное приспособление позволяет с легкостью играть на гитаре и добиваться более четкого и острого звучания.

Тенденции рынка музыкальных аксессуаров

Поскольку музыкальные аксессуары – это узкоспециализированный рынок, по нему не представлено общих статистических данных.

На рынке музыкальных аксессуаров можно выделить следующих игроков:

- интернет-магазины;
- специализированные музыкальные магазины.

Среди основных тенденций стоит отметить следующее: рынок музыкальных инструментов частично перетекает в интернет. Недостатком интернет-магазина может послужить тот фактор, что товар из интернета покупатель получит только спустя определенное время

доставки, а в специализированных музыкальных магазинах не представлено разнообразие выбора гитарных эффектов.

К преимуществам точки продаж «Мистер КвакаМолли» относится то, что в ней представлен широкий ассортимент музыкальных аксессуаров по конкурентоспособным ценам.

Правовые аспекты бизнеса

Чтобы открыть точку продаж, необходимо зарегистрироваться в качестве ИП или ООО, встать на учет в налоговую инспекцию.

Для регистрации бизнеса следует указать коды ОКВЭД. Наиболее подходящим для кофейного бара является код: 56.1 – Деятельность ресторанов и услуги по доставке продуктов питания (56.10.21 – Деятельность предприятий общественного питания с обслуживанием на вынос); для музыкального магазина – код 47.1 Торговля розничная в неспециализированных магазинах.

Для регулирования отношений между франчайзером и франчайзи потребуются зарегистрировать договор коммерческой концессии. Помощь и сопровождение в юридических аспектах открытия бизнеса франчайзер берет на себя.

Регистрация договора коммерческой концессии

Франшиза подразумевает передачу прав на пользование товарным знаком, а значит, без соответствующих документов – лицензионного договора или договора коммерческой концессии – не обойтись.

В российской юридической практике западному термину «franchising» в наиболее полной мере соответствуют понятие «коммерческая концессия». Соответственно, существует и договор коммерческой концессии (ДКК), призванный регулировать отношения между сторонами во франчайзинге. ДКК предусматривает передачу от правообладателя пользователю исключительных прав на использование товарного знака, знака обслуживания, коммерческого обозначения и секрета производства или ноу-хау.

Существует ряд требований, которым обязательно должен отвечать договор коммерческой концессии: сторонами договора могут быть только субъекты предпринимательской деятельности; договор носит возмездный характер; регистрация договора в Роспатенте обязательна.

Рассмотрение заявления о государственной регистрации ДКК в Федеральной службе по интеллектуальной собственности (Роспатенте), регистрация или отказ в регистрации и уведомление заявителя осуществляются в 2-месячный срок со дня поступления документов.

По договору ДКК франчайзер будет обеспечивать юридическую защиту интересов партнеров-франчайзи.

Разрешительная документация

Никаких особых разрешений или лицензий для открытия точки по продаже кофе на вынос нет. Согласования с СЭС, пожарным надзором или другими инстанциями получать не потребуется. Достаточно предупредить государственные органы об открытии.

Что касается персонала: бариста должен иметь медицинскую книжку установленного образца.

Маркетинговый план

Планируемый ассортимент продукции

Напитки:

- Эспрессо
- Americano
- Капучино
- Латте
- Чай
- Горячий шоколад

Гитарные эффекты и аксессуары

- Струны
- Медиаторы фирменные «Mr.КвакаМолли» от TheVilanFamily
- Гитарные эффекты Фирменные «Mr.КвакаМолли» от TheVilanFamily
- Гитарные эффекты Electro-Harmonix, TC Electronic, MXR
- Бутиковые гитарные эффекты
- Гитары Fender, Gibson (под заказ)



Тактика маркетинга

Позиционирование

Предприятие позиционирует себя как точку продаж кофе на вынос уникального формата, который также подразумевает реализацию музыкальной продукции и фирменных аксессуаров.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.