



ریاست جمهوری
معاونت علمی، فناوری و اقتصاد دانش بنیان



Iran Franchise
Association

انجمن نشان سپاری ایران (فرانچایز)

سند راهبردی توسعه فرانچایز دانش بنیان

Knowledge-Based Franchise Development Strategic Framework

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

۱- مقدمه و هدف

سال ۱۴۰۵ در شرایطی آغاز گردیده که در حین تحولات و فراز و نشیب های مربوط به جنگ رمضان، رهبری جوان با نگاهی مدبرانه و در ادامه شعارهای اقتصادی و هوشمندانه رهبری شهید که بیش از یک دهه اخیر بر آنها تأکید داشته‌اند، امسال را نیز سال "اقتصاد مقاومتی در سایه امنیت ملی و وحدت ملی" نام‌گذاری نموده‌اند. این تأکید، بیانگر شناخت عمیق از نقطه ضعف ساختاری اقتصاد ایران، یعنی تصدی‌گری گسترده دولت و وابستگی بیش از حد به درآمدهای نفتی است. در این میان، سیاست‌هایی مانند اصل ۴۴ قانون اساسی اگرچه گام‌هایی در مسیر خصوصی‌سازی برداشتند، اما اجرای ناقص آن‌ها مانع از تحقق کامل اهداف ترسیم‌شده گردید.

برای فائق آمدن بر چالش‌هایی چون توسعه اقتصادی پایدار، ایجاد اشتغال مولد، تقویت صادرات غیرنفتی، کاهش ریسک فعالیت‌های سفته‌بازی و جذب سرمایه‌های خرد و کلان، نیازمند عبور از نگاه سنتی و به کارگیری ابزارها و استراتژی‌های نوین مدیریت اقتصادی هستیم. صنعت نشان‌سپاری تجاری (فرانچایز) به عنوان یک «نسخه اثربخش» جهانی، یکی از این ابزارهای کارآمد است که توانسته در اقتصاد کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه، سهمی ۱ تا ۵ درصدی از تولید ناخالص داخلی را به خود اختصاص داده و نقشی بی‌بدیل در ایجاد اشتغال پایدار ایفا کند. هدف اصلی این سند، ایجاد چارچوبی نظام‌مند، شفاف و حمایتی برای توسعه و تقویت صنعت فرانچایز در میان بازیگران اصلی زیست‌بوم نوآوری کشور، یعنی «شرکت‌ها و مؤسسات دانش‌بنیان و فناور دارای تأییدیه معاونت علمی» و به صورت متقابل بهره‌مندی از ظرفیت‌های اکوسیستم دانش‌بنیان در توسعه کسب و کار فعالان صنعت فرانچایز می‌باشد. این رویکرد، مسیری مستقیم برای «دانش‌بنیان‌سازی اقتصاد»، «مردمی‌سازی سرمایه‌گذاری» و «تسریع در تجاری‌سازی نوآوری‌ها» فراهم می‌آورد.

۲- تعاریف کلیدی و دامنه شمول

برای جلوگیری از هرگونه ابهام و تمرکز بر هدف سند، تعاریف زیر به عنوان مبنا قرار می‌گیرد:

۲-۱- شرکت/مؤسسه دانش‌بنیان و فناور (ذی نفع اصلی سند): به هر واحد اقتصادی (شرکت یا مؤسسه) اطلاق می‌شود که دارای گواهی معتبر «دانش‌بنیان» یا «فناور» صادره از «معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری» بوده و اساس فعالیت آن، توسعه و کاربرد «فناوری‌های نوین» یا «نوآوری در فرآیندها» برای خلق ارزش اقتصادی است.

۲-۲- فرانچایز دانش‌بنیان (موضوع سند): به رابطه قراردادی بلندمدت و استاندارد گفته می‌شود که در آن یک شرکت دانش‌بنیان (به عنوان نشان‌سپار/فرانچایزور)، حق بهره‌برداری از یک «سیستم کسب‌وکار

یکپارچه» خود را -شامل ترکیبی از دانش فنی ثبت شده یا منحصر به فرد، علامت تجاری، روش های عملیاتی استاندارد شده (عملیات، بازاریابی، مدیریت) و پشتیبانی مستمر -در ازای دریافت مبالغ مشخص (حق امتیاز اولیه و حق مدیریت دوره ای) و تحت نظارت کیفی، به شخص حقیقی یا حقوقی دیگری (نشان پذیر/فرانچایزی) واگذار می کند و یا یک فرانچایزور با ارائه اسناد مرتبط با سیستم و فرایندها به عنوان دانش بنیان دست می یابد.

۲-۳- تمایز از مفاهیم مشابه:

✓ تابلو فروشی یا نمایندگی انحصاری: صرفاً واگذاری حق فروش یک محصول تحت یک نام، بدون انتقال سیستم عملیاتی، آموزش های فنی و پشتیبانی نظام مند. این مدل خارج از دامنه شمول و حمایت این سند است.

✓ لیسانس (اعطای پروانه بهره برداری): عموماً محدود به واگذاری حق استفاده از یک دارایی فکری خاص (مثل پتنت یا نرم افزار) برای تولید است و لزوماً شامل سیستم جامع عملیاتی و مدیریت شبکه نمی شود.

۲-۴- بازیگران کلیدی در اکوسیستم فرانچایز دانش بنیان:

- ✓ فرانچایزور دانش بنیان: شرکت دارنده سیستم (طبق بند ۲-۱).
- ✓ فرانچایزی: کارآفرین یا سرمایه گذار گیرنده امتیاز.
- ✓ نهاد حاکمیتی و تنظیم گر: ستاد توسعه فرانچایز دانش بنیان (پیشنهادی در این سند).
- ✓ نهادهای پشتیبان: انجمن فرانچایز ایران، مرکز تامین مالی معاونت علمی، شتاب دهنده تخصصی فرانچایز، صندوق های تخصصی سرمایه گذاری جسورانه و مرکز داوری فرانچایز
- ✓ مصرف کننده نهایی.

۳- ضرورت های توسعه فرانچایز دانش بنیان

توسعه این صنعت برای ایران و به ویژه برای بخش دانش بنیان، تنها یک انتخاب نیست، بلکه یک ضرورت راهبردی است که دلایل آن را می توان در چند محور زیر خلاصه کرد:

- عبور از اقتصاد پروژه محور: بسیاری از شرکت های دانش بنیان در چرخه «پروژه-پایان-پروژه جدید» گرفتارند. فرانچایز مکانیسمی برای تبدیل نوآوری به یک مدل کسب و کار تکثیر پذیر و مقیاس پذیر است که درآمدی مکرر و پایدار ایجاد می کند.
- تسریع در تجاری سازی و نفوذ در بازار: فرانچایز با استفاده از سرمایه و انرژی کارآفرینان محلی (فرانچایزی ها)، امکان گسترش سریع جغرافیایی و دستیابی به مشتریان جدید را برای محصولات و خدمات پیچیده فناورانه فراهم می آورد.

- **جذب سرمایه‌های خرد مردمی و هدایت آن به تولید مولد:** این مدل، کانالی امن و ساختاریافته برای هدایت پس‌اندازها و سرمایه‌های سرگردان جامعه به سمت سرمایه‌گذاری در کسب‌وکارهای مبتنی بر فناوری و نوآوری داخلی است.
- **ایجاد اشتغال کیفی و پایدار:** مشاغل ایجادشده در شبکه‌های فرانچایز، به‌دلیل پشتیبانی سیستم مرکزی و کاهش ریسک شکست، از پایداری بالاتری برخوردارند و نیازمند سطحی از مهارت‌های فنی و مدیریتی هستند.
- **تقویت پیوند صنعت و دانشگاه:** موفقیت یک فرانچایز دانش‌بنیان وابسته به پشتوانه تحقیقاتی و به‌روزرسانی مستمر دانش فنی است که این امر تقاضای مؤثری برای همکاری با مراکز پژوهشی ایجاد می‌کند.
- **ابزاری عملی برای تحقق اقتصاد مقاومتی:** این مدل به‌طور همزمان بر درون‌زایی (تکیه بر نوآوری داخلی)، برون‌گرایی (قابلیت صادرات مدل)، مردم‌بنیادی (مشارکت سرمایه مردمی) و دانش‌بنیانی (فرآیندهای سیستمی یکپارچه و چابکی در توسعه) استوار است.

۴-صنعت فرانچایز در اقتصاد جهان

۴-۱- فرانچایز: موتور محرک اقتصادهای مقاوم و نوین

صنعت نشان‌سپاری تجاری (فرانچایز) در یک دهه اخیر با رشد مناسبی که ثبت کرده، سهم قابل توجهی از اقتصاد جهان، به‌ویژه در کشورهای توسعه‌یافته، را به خود اختصاص داده است. سهم این صنعت از تولید ناخالص داخلی ایالات متحده به ۳ درصد (معادل بیش از ۹۰۰ میلیارد دلار گردش مالی) رسیده و حجم گردش مالی جهانی آن به حدود ۵ تریلیون دلار نزدیک می‌شود. همچنین، نرخ رشد این صنعت حتی در بحران‌هایی مانند همه‌گیری کووید-۱۹ افزایش یافت که گواهی بر نقش آن در کاهش ریسک کارآفرینی و حفظ اشتغال در شرایط دشوار است.

۴-۲- مزایای کلیدی: نرخ موفقیت بالا و اشتغال‌زایی انبوه

بر اساس گزارش‌ها، تنها ۷ درصد از کسب‌وکارهای مبتنی بر فرانچایز اصولی و علمی ورشکست می‌شوند، در حالی که بیش از ۷۰ درصد آن‌ها سودآوری متوسط تا بالا دارند. میزان موفقیت این کسب‌وکارها به‌طور متوسط ۱۰ درصد بیش از کسب‌وکارهای مستقل است. این مدل با ایجاد شبکه‌ای گسترده، نقشی بی‌بدیل در اشتغال‌زایی ایفا می‌کند؛ به‌گونه‌ای که در آمریکا، بیش از ۸۵۰ هزار واحد فرانچایزی مسئول ایجاد بیش از ۹ میلیون شغل مستقیم هستند.

۴-۳- تجربه موفق کشورهای پیشرو: الگوهای برای توسعه

- ایالات متحده: با دارا بودن بیش از یک کسب و کار فرانچایز از هر هفت کسب و کار، الگویی تکامل یافته از تنوع بخشی به حوزه‌هایی مانند خدمات تخصصی، فناوری و سلامت ارائه داده است.
- اروپا (انگلیس، فرانسه، ایتالیا): رشد کیفی و پایدار، با افزایش چشمگیر درآمد هر واحد (مثلاً رشد ۵۰٪ در انگلستان) و ایجاد صدها هزار شغل (۷۰۰ هزار شغل در فرانسه) از ویژگی‌های بارز آن است.
- ترکیه (الگوی منطقه‌ای): با بیش از ۳۰۰۰ برند فعال، نشان‌دهنده تعادل هوشمندانه میان جذب برندهای خارجی (۳۶٪) و توسعه برندهای داخلی برای صادرات (بیش از ۲۰۰ برند) است. جالب‌تر آنکه، ۴۵ میلیارد دلار از سرمایه‌گذاری خارجی این کشور از کانال فرانچایز جذب شده است.
- خاورمیانه و عربستان سعودی: اگرچه تجربه تاریخی کوتاهی دارد، اما با نرخ رشد سالانه ۲۷٪، سریع‌ترین رشد بخش غیرنفتی منطقه را دارد. عربستان با برنامه‌ریزی متمرکز، نیمی از بازار ۳۰ میلیارد دلاری منطقه را در اختیار گرفته و با حمایت‌های دولتی همه‌جانبه در حال تبدیل شدن به قطب این صنعت است.

۴-۴- اهمیت راهبردی برای بخش فناوری و دانش‌بنیان

- فرانچایز دیگر صرفاً یک مدل برای صنایع سنتی نیست، بلکه به یک ابزار کلیدی برای مقیاس‌دهی و تجاری‌سازی نوآوری تبدیل شده است. این مدل به شرکت‌های دانش‌بنیان امکان می‌دهد تا:
- محصول یا خدمت پیچیده خود را از طریق یک سیستم استاندارد شده و قابل تکثیر به بازارهای گسترده‌تر برسانند.
 - با تقسیم ریسک و سرمایه‌گذاری اولیه با فرانچایزی‌ها، سرعت نفوذ به بازار را به‌طور چشمگیری افزایش دهند.
 - جریان درآمدی پایدار و مکرری ایجاد کنند که وابستگی به چرخه پروژه‌های دولتی یا سرمایه‌گذاری‌های سنگین را کاهش می‌دهد.
 - ابزار تامین مالی برای توسعه
- به عنوان یک جمع‌بندی، تجربه جهانی ثابت می‌کند که توسعه هدفمند صنعت فرانچایز، به‌ویژه با تأکید بر بخش فناوری و دانش‌بنیان، می‌تواند به عنوان یک راهبرد عملی برای ایجاد اشتغال پایدار، تنوع بخشی به اقتصاد غیرنفتی، جذب سرمایه خارجی و تسریع در تجاری‌سازی نوآوری در ایران مورد توجه قرار گیرد. الگوهای موفق کشورهای مانند ترکیه و عربستان که در بستر منطقه‌ای مشابهی فعالیت می‌کنند، می‌تواند راهنمای بهتری برای تدوین سیاست‌های داخلی باشد.

۵- وضعیت فعلی صنعت فرانچایز در ایران و زیست‌بوم فناوری و نوآوری

صنعت فرانچایز در ایران هنوز در مراحل ابتدایی توسعه قرار دارد و کمتر از دو دهه تجربه عملی دارد؛ اما ساختار اقتصادی ایران و وسعت زیست‌بوم نوآوری کشور نشان می‌دهد که ظرفیت تبدیل فرانچایز به یکی از ابزارهای کلیدی توسعه بازار، مقیاس‌پذیری و تجاری‌سازی فناوری وجود دارد. سهم ۵۷ درصدی بخش خدمات در اقتصاد ایران و رشد سریع بخش‌های مبتنی بر فناوری، خصوصاً خدمات دیجیتال، لجستیک هوشمند، سلامت فناورانه، آموزش نوین و تجارت الکترونیک، فرصت مهمی برای ایجاد شبکه‌های مقیاس‌پذیر فرانچایزی با تکیه بر دارایی‌های فناورانه و برندهای دانش‌بنیان فراهم کرده است.

در شرایطی که اقتصاد ایران با حدود ۲/۱ میلیون نفر بیکار و افزایش مستمر هزینه ایجاد شغل مواجه است، فرانچایز می‌تواند به‌عنوان ابزار مؤثر اشتغال‌زایی فناورانه و کم‌هزینه وارد عمل شود. ویژگی مهم این مدل آن است که سرمایه‌گذاری از سوی مردم انجام می‌شود ولی استاندارد، فناوری، دانش عملیاتی و برند از سوی شرکت‌های مادر نوآور تأمین می‌گردد؛ بنابراین یکی از سازوکارهای مهم مردمی‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان و گسترش دسترسی مردم به کسب‌وکارهای فناورانه محسوب می‌شود. در این سند، «فرانچایز» یا «نشان‌سپاری» به مدل استاندارد بین‌المللی مدیریت برند، انتقال فناوری، آموزش، استانداردسازی فرایندها و کنترل کیفیت اشاره دارد؛ نه تابلوفروشی یا ساختارهای غیرحرفه‌ای. بررسی داده‌های صنعتی نشان می‌دهد که بخش‌هایی نظیر لوازم خانگی، پوشاک، صنایع غذایی و خدمات دیجیتال، حتی با سهم‌های کوچک از GDP، توانسته‌اند صدها هزار شغل ایجاد کنند. حال آنکه سهم کسب‌وکارهای فرانچایز در ایران کمتر از ۰/۲ درصد GDP است و هنوز ساختار حرفه‌ای مبتنی بر فناوری و نوآوری در این حوزه شکل نگرفته است. براساس مدل‌های مقایسه‌ای کشورهای منطقه، اگر فرانچایز در ایران به سهم ۱ درصدی GDP برسد، می‌تواند حداقل ۴۵۰ تا ۵۰۰ هزار شغل مستقیم و غیرمستقیم ایجاد کند؛ آن هم در کسب‌وکارهایی که به سرمایه‌گذاری صنعتی کلان نیاز ندارند و عمدتاً با تکیه بر دارایی‌های نامشهود، استانداردهای فناوری، پلتفرم‌های دیجیتال و نوآوری خدماتی توسعه می‌یابند. جایگاه ژئوپلیتیک ایران، جمعیت بالای ۸۵ میلیونی داخلی و دسترسی طبیعی به بازار ۴۰۰ تا ۵۰۰ میلیونی منطقه، ظرفیت ایجاد برندهای فناورانه و نیل به هدف یک میلیارد دلار صادرات تخصصی از طریق فرانچایز در راستای تنوع بخشی به صادرات غیر نفتی را فراهم کرده است. با این حال، موانعی چون تحریم‌ها، نبود قانون تخصصی در حوزه فرانچایز، ضعف

نظام‌های آموزشی-استانداردسازی و عدم آشنایی مدیران با الگوهای حرفه‌ای فرانچایز فناوری موجب شده است این ظرفیت بالفعل نشود.

۶- مزایای فرانچایز در زیست بوم فناوری و دانش‌بنیان

جدول زیر مزایای کلیدی توسعه نظام فرانچایز در اقتصاد و زیست‌بوم نوآوری ایران را نشان می‌دهد. فرانچایز به‌عنوان یک مدل کسب‌وکار مقیاس‌پذیر و استاندارد، قادر است رشد اقتصادی، اشتغال پایدار، بهره‌وری بنگاه‌ها، جذب سرمایه، انتقال فناوری، توسعه برند و صادرات مدل کسب‌وکار، ارتقای کیفیت و توان مدیریتی، و همچنین توسعه اقتصاد دیجیتال و حکمرانی شفاف را تسهیل کند. هدف از جدول، ارائه تصویری جامع از حوزه‌های اثرگذاری فرانچایز و مزایای آن برای سیاست‌گذاران، سرمایه‌گذاران و فعالان زیست‌بوم است.

مزایای توسعه نظام فرانچایز در اقتصاد و زیست‌بوم نوآوری

حوزه اثرگذاری	مزیت کلیدی فرانچایز	توضیح فنی
رشد اقتصادی	گسترش سریع کسب‌وکارهای موفق	فرانچایز امکان تکثیر مدل‌های تجاری اثبات‌شده را فراهم می‌کند و نرخ شکست کسب‌وکارها را کاهش می‌دهد.
	رشد اشتغال پایدار	شعب فرانچایزی عمدتاً SME هستند، اشتغال محلی با ریسک کم ایجاد می‌کنند و با سرمایه‌گذاری اندک به ازای هر شغل عملیاتی می‌شوند.
	افزایش بهره‌وری بنگاه‌ها	استانداردسازی عملیات، مدیریت، کنترل کیفیت و فناوری منجر به بهره‌وری بالاتر می‌شود.
سرمایه‌گذاری و تأمین مالی	جذب سرمایه‌های خرد و مردمی	فرانچایز راهی برای ورود سرمایه‌گذاران خرد به مدل‌های کسب‌وکار مطمئن ایجاد می‌کند.
	کاهش ریسک سرمایه‌گذاری	سرمایه‌گذاری روی برندها و فرآیندهای اثبات‌شده، ریسک تأمین مالی را کاهش می‌دهد.
	توسعه ابزارهای نوین مالی	امکان انتشار ابزارهای نوین ایجاد شده در زیست‌بوم، در قالب فرانچایز
نوآوری و انتقال فناوری	انتشار فناوری در مقیاس	فرانچایز مدل مؤثر انتقال دانش فنی، استانداردها و نرم‌افزارهای تخصصی است.
	تقویت R&D برندهای مادر	برندهای مادر برای رقابت و توسعه شبکه، در تحقیق و توسعه سرمایه‌گذاری مستمر می‌کنند.
	استانداردسازی نوآوری	نوآوری‌های فرآیندی، محصولی، و مدیریتی در کل شبکه تکثیر و تثبیت می‌شود.

فرانچایز ابزار اصلی جهانی شدن برندها (مانند مک‌دونالد) است؛ تکثیرپذیر = قابلیت صادراتی.	توسعه برندهای ملی	توسعه بازار و صادرات
بجای صادرات کالا، صادرات مدل عملیاتی، برند، فناوری و استانداردهای مدیریتی با هدف تحقق جریان درآمدی پایدار، کم ریسک و بلندمدت، فراهم می‌شود.	صادرات مدل کسب و کار	
کسب و کارهای کوچک در شبکه فرانچایز به قدرت برندهای بزرگ دسترسی می‌یابند.	افزایش رقابت‌پذیری SME ها	
فرانچایز آموزش مستمر، اسناد عملیاتی، و KPI های استاندارد ارائه می‌دهد.	ارتقای توان مدیریتی کسب و کارها	تحول مدیریتی و کیفیت
نظارت متمرکز و کنترل کیفیت موجب ثبات عملکرد در تمام شعب می‌شود.	تضمین کیفیت خدمات/محصول	
نرخ شکست فرانچایزی‌ها معمولاً ۷-۲ برابر کمتر از کسب و کارهای مستقل است.	کاهش نرخ شکست کسب و کارها	
ابزارهای دیجیتال شامل POS های ابری، ERP شعبی، داشبوردهای نظارت؛ پیشران تحول دیجیتال، IOT, AI, BLOCK CHAIN	توسعه پلتفرم‌های FRANCHISE TECH	اقتصاد دیجیتال و پلتفرمی
داده‌های استاندارد شده در شبکه به توسعه مدل‌های تحلیل محور کمک می‌کند. توسعه خدمات مبتنی بر API امکان اتصال شبکه شعب به خدمات پرداخت، لجستیک، CRM، و تبلیغات هدفمند.	خلق داده‌های تجمیعی ارزشمند	اقتصاد داده محور
شبکه‌های فرانچایزی به‌طور طبیعی شفاف، قابل حسابرسی و قابل پیگیری‌اند.	کاهش اقتصاد غیررسمی	حکمرانی و تنظیم‌گری
توسعه زنجیره ارزش رسمی و کاهش فعالیت‌های غیررسمی.	افزایش درآمد مالیاتی	
شبکه‌های بزرگ، ابزار دولت برای توسعه استانداردها و کیفیت بازار هستند.	ارتقای قدرت سیاست‌گذاری	

۷- الگوی جامع توسعه فرانچایز در شرکت‌های دانش‌بنیان و فناور

شرکت‌های دانش‌بنیان و فناور ایران با تکیه بر نوآوری و فناوری‌های پیشرفته، ظرفیت تبدیل شدن به موتور محرکه‌ای جدید برای توسعه کسب‌وکارهای مقیاس‌پذیر از طریق فرانچایز را دارند. اما اغلب این شرکت‌ها با چالش‌های ساختاری مانند **عدم استانداردسازی فرآیندها، ضعف در مدیریت شبکه و ناآشنایی با مدل‌های تجاری مقیاس‌پذیر** روبرو هستند. این الگو، یک نقشه راه عملیاتی و ساختاریافته برای تبدیل این شرکت‌ها به **فرانچایزورهای ملی و بین‌المللی** ارائه می‌دهد.

بخش ۱: ارزیابی وضعیت موجود و طبقه‌بندی شرکت‌ها

الف) شرکت‌های دارای ظرفیت فرانچایزوری کامل (سطح A)

مشخصات	اقدامات فوری
-مدل کسب‌وکار تکثیرپذیر و تست‌شده در بازار	۱. صدور گواهی فرانچایزپذیری توسط انجمن فرانچایز ایران
-مستندسازی کامل فرآیندها (SOP)	۲. طراحی پکیج جامع فرانچایز (FDD)
-سیستم‌های کنترل کیفیت یکپارچه	۳. اتصال به صندوق ضمانت و سرمایه در گردش فرانچایز
-برند شناخته‌شده و ثبت شده	۴. معرفی به شبکه‌های بین‌المللی فرانچایز

ب) شرکت‌های بالقوه فرانچایزوری (سطح B)

مشخصات	برنامه توانمندسازی ۱۸ ماهه
-مدل کسب‌وکار موفق اما غیرمستندسازی شده	مرحله ۱ (ماه ۴-۱): آموزش پایه فرانچایز و مستندسازی
-برند منطقه‌ای یا تخصصی	مرحله ۲ (ماه ۱۰-۴): طراحی مدل درآمدی و قراردادهای
-فاقد سیستم‌های مدیریت شبکه	مرحله ۳ (ماه ۱۸-۱۰): اجرای پایلوت با ۲-۳ شعبه آزمایشی
	مرحله ۴ (ماه ۱۸): ارزیابی نهایی و صدور گواهی

ج) شرکت‌های فاقد شرایط فعلی (سطح C)

مشخصات	برنامه حمایتی بلندمدت
-محصول/خدمت نوآورانه اما بدون مدل	۱. ادغام در برنامه شتاب‌دهی تخصصی فرانچایز
کسب‌وکار واضح	۲. تخصیص مربی (Mentor) از فرانچایزورهای موفق
-فاقد استانداردهای عملیاتی	۳. استفاده از زیرساخت‌های اشتراکی فرانچایز (Shared Franchise Platform)
-در مرحله رشد اولیه	

بخش ۲: نقشه راه ملی توسعه فرانچایز دانش بنیان

فاز ۱: زیرساخت سازی و توانمندسازی (سال اول)

۱. تاسیس ستاد ملی توسعه فرانچایز دانش بنیان ذیل انجمن فرانچایز ایران و زیر نظر معاونت علمی،

فناوری و اقتصاد دانش بنیان رئیس جمهور

- دبیرخانه دائمی برای هماهنگی
- بانک اطلاعاتی شرکت های واجد شرایط
- مرکز توسعه استانداردهای فرانچایز فناورانه

۲. طراحی پلتفرم دیجیتال یکپارچه

- سیستم مدیریت ارتباط با فرانچایزی (F-CRM)
- بازارگاه آنلاین فرانچایز (Franchise Marketplace)
- ابزارهای دیجیتال آموزش و پشتیبانی

۳. برنامه آموزش کل زیست بوم

- سطح ۱: آشنایی عمومی برای استارت آپ ها و شرکت های دانش بنیان و فناور (سطح A)
- سطح ۲: دوره های تخصصی برای شرکت های سطح B و C
- سطح ۳: دوره های پیشرفته برای نهادها، ستادها و ارگان تصمیم گیری اکوسیستم

فاز ۲: اجرای پایلوت و الگوسازی (سال دوم)

۱. انتخاب ۲۰ شرکت برتر از هر سطح برای اجرای پایلوت

۲. تخصیص حمایت های مناسب معاونت علمی، فناوری و اقتصاد دانش بنیان رئیس جمهور و صندوق نوآوری و

شکوفایی

۳. ایجاد شبکه آزمایشی در ۵ کلاتشهر کشور

۴. تدوین استانداردهای ملی فرانچایز دانش بنیان

فاز ۳: توسعه ملی و منطقه‌ای (سال سوم به بعد)

۱. توسعه شبکه در کلیه استان‌ها

۲. تقویت صندوق‌های ضمانت و سرمایه‌گذاری خطرپذیر فرانچایز (Franchise VC/PE)،

ایجاد و توسعه سایر ابزارهای نوین تامین مالی

۳. برنامه بین‌المللی‌سازی با تمرکز بر بازارهای همسایه

۴. تقویت مرکز داوری و حل اختلاف تخصصی فرانچایز

بخش ۳: ساختار حکمرانی و اجرایی

۱. شورای عالی فرانچایز دانش‌بنیان

- رئیس: معاون علمی، فناوری و اقتصاد دانش بنیان رئیس جمهور
- قائم مقام: رئیس مرکز تامین مالی و توسعه سرمایه‌گذاری معاون علمی، فناوری و اقتصاد دانش بنیان
- رئیس جمهور
- دبیر: مدیرعامل انجمن فرانچایز ایران
- عضو اصلی: نمایندگان و اعضای انجمن فرانچایز ایران
- سایر اعضا: اتاق بازرگانی، صنایع، معاون و کشاورزی ایران و شرکت‌های خصوصی دانش بنیان و فناور

۸- چشم‌انداز (Vision)

"تبدیل ایران به قطب پیشرو منطقه در خلق و صادرات مدل‌های فرانچایز دانش‌بنیان و فناور تا سال ۱۴۱۰، با ایجاد شبکه‌ای از برندهای نوآورانه مقیاس‌پذیر که کارآفرینی فراگیر، اشتغال مولد و توسعه متوازن ملی را محقق می‌سازند."

ارکان چشم‌انداز:

۱- پیشروی منطقه‌ای:

- ✓ ایران به عنوان هاب اصلی فرانچایزهای فناورانه در خاورمیانه
- ✓ صادرات مدل‌های کسب‌وکار دانش‌بنیان به کشورهای منطقه

۲- اقتصاد دانش بنیان مقیاس پذیر:

- ✓ ایجاد ۱۰۰ برند ملی فرانچایز فناورانه با بیش از ۲۰ شعبه برای هریک
- ✓ حضور فرانچایزهای دانش بنیان در تمامی استانهای کشور

۳- نوآوری در مدل کسب و کار:

- ✓ توسعه نسل جدیدی از فرانچایزهای دیجیتال، هوش مصنوعی محور و مبتنی بر اقتصاد اشتراکی
- ✓ رهبری در استانداردسازی فرانچایزهای صنایع های تک

۴- توسعه انسانی و اقتصادی:

- ✓ ایجاد مستقیم ۵۰,۰۰۰ شغل مستقیم و غیر مستقیم با ارزش افزوده بالا
- ✓ افزایش سهم فرانچایزهای فناورانه به ۲۰ درصد از کل بازار فرانچایز کشور

۹- ماموریت (Mission)

"توانمندسازی نظام مند شرکت های دانش بنیان و فناور برای تبدیل ایده های نوآورانه به مدل های کسب و کار استاندارد، مقیاس پذیر و فرانچایز پذیر، از طریق ایجاد زیرساخت های حمایتی، طراحی چارچوب های قانونی و توسعه بازار در سطح ملی و بین المللی".

ابعاد ماموریت:

۱- ماموریت توسعه ای (در قبال شرکت ها):

- ✓ شناسایی، طبقه بندی و توانمندسازی شرکت های دانش بنیان در مسیر فرانچایز پذیری
- ✓ ارائه بسته های جامع آموزش، مشاوره و پشتیبانی فنی
- ✓ ایجاد سازوکارهای مالی و غیرمالی برای تسهیل فرآیند توسعه شبکه

۲- ماموریت زیرساختی (در قبال اکوسیستم):

- ✓ طراحی و استقرار نظام حکمرانی یکپارچه توسعه فرانچایز دانش بنیان
- ✓ ایجاد پلتفرم های دیجیتال مدیریت و توسعه شبکه های فرانچایزی
- ✓ تدوین استانداردهای ملی و راهنمای عملیاتی فرانچایزهای فناورانه

۳- ماموریت آموزشی (در قبال ذی نفعان):

- ✓ آموزش و فرهنگ سازی در سه سطح: بنیان گذاران، مدیران و کارآفرینان
- ✓ توسعه منابع انسانی متخصص در حوزه فرانچایزهای های تک
- ✓ انتقال دانش و تجربیات بین المللی به زیست بوم داخلی

۴- ماموریت بازاریابی (در قبال اقتصاد ملی):

- ✓ توسعه بازار داخلی از طریق ایجاد شبکه های استانی و منطقه ای
- ✓ تسهیل ورود فرانچایزهای دانش بنیان به بازارهای بین المللی
- ✓ ایجاد پیوند مؤثر بین فرانچایزورها، فرانچایزی ها و سرمایه گذاران

۵- ماموریت نظارتی (در قبال کیفیت و ثبات):

- ✓ ایجاد نظام پایش و ارزیابی عملکرد شبکه های فرانچایزی
- ✓ طراحی سازوکارهای حل اختلاف و حمایت حقوقی
- ✓ تضمین کیفیت خدمات و حفظ اعتماد عمومی در شبکه های فرانچایزی



 021-88948784-5

 www.ir-franchise.ir