

Franczyza to propozycja dla tych, którzy szukają sprawdzonego pomysłu na biznes

Cudzy pomysł na własną firmę

Marcin Kaleta

konsultant Profit System

Myślisz o porzuceniu ciepłej posadki na rzecz własnej firmy? Masz do wyboru dwie drogi. Jedna to firma oparta na własnym pomysle na biznes. Druga droga to licencja franczyzowa – skorzystanie z pomysłu na biznes, który ktoś sprawdził na sobie, a teraz sprzedaje go innym.

Franchising jest modelem współpracy biznesowej, w której firma nie tylko udostępnia prawa do używania własnego logo lub znaku towarowego, ale też dzieli się wiedzą na temat biznesu. Franchyzobiorca może liczyć na systematyczną opiekę – szkolenia dla siebie i załogi, kampanie promocyjne wspierające sprzedaż czy branżowe know-how. Za udzielenie licencji płaci franchyzodawcy tzw. opłatę wstępną, a potem przez cały czas trwania kontraktu określony procent od obrotów. Na zasadzie franczyzy działa w Polsce 450 firm. Prawie 18 tys. franchyzobiorców prowadzi ponad 22 tys. placówek. Sektor zatrudnia już 195 tys. osób.

Kto ma szansę

Doświadczenie w biznesie, choć mile widziane, nie jest zwykle warunkiem koniecznym. Ważna jest świadomość i zrozumienie, na czym franchising polega, a czym zdecydowanie nie jest. Bolesnie pomylili się ten, kto potraktuje franczyzę jak inwestycję – rodzaj lokaty, którą otworzy, po czym może spać spokojnie. Franchising to przecież własna firma. Tutaj nie pracuje się od – do, o biznes trzeba dbać o każdej porze. Nikt bowiem lepiej nie zadba o biznes niż sam franchyzobiorca i największa nawet marka nie zapewni mu rentowności, jeśli on sam nie postara się o klientów w lokalnym środowisku. Zaangażowanie i inwencja nie mogą jednak przekraczać granic wyznaczonych umową. Zdarza się, że nadmierna i źle pojmowana samodzielność staje się przyczyną konfliktu z udzielającym franczyzę, a niekiedy jest powodem rozstania. – Bardzo ważne w procesie rekrutacji są predyspozycje do prowadzenia własnej działalności, motywacja oraz akceptacja zasad obo-



Jak podkreślają w McDonald's, franchyzobiorca musi mieć ducha przedsiębiorczości i silne pragnienie odniesienia sukcesu

Franchising to własna firma, ale pod cudzą marką. Trzeba wyłożyć pieniądze, by kupić licencję

wiązujących w sieci. Dlatego starannie dobieramy partnerów. W końcu przekazujemy w ich ręce markę wartą miliony – mówi Grzegorz Świątek, dyrektor departamentu sprzedaży Eurobanku.

Na każdą kieszeń...

Na ogół pierwszym skojarzeniem z franczyzą, notabene słusznym, jest McDonald's. Taka inwestycja przekracza 0,5 mln zł. Ale franczyza daje znacznie więcej możliwości. Na przykład alternatywą dla etatowej księgowej może być działalność pod marką Auxilium – notowanej na giełdzie kancelarii biegłych rewidentów, która za kwotę od 15 tys. zł udostępnia własne know-how oraz biznesowe możliwości znacznie przekraczające kompetencje przeciętne księgowej.

Przedsiębiorca z zacięciem informatycznym niebawem będzie mógł zainwestować w koncept Sferis należący do giełdowej spółki Action. Sieć sprzedaży detalicznej pod

marką Sferis oraz Orange oferuje urządzenia IT, sprzęt i usługi telekomunikacyjne. Dolna granica inwestycji szacowana jest na 20 tys. zł.

Niejeden były etatowy pracownik Poczty Polskiej postanowił zostać jej konkurentem i zainwestował w oddział PAF Operator Poczty. W placówkach PAF można wysłać listy zwykle, polecane, za potwierdzeniem odbioru oraz przesyłki masowe i seryjne. Koszt inwestycji w oddział pocztowy PAF wynosi od 40 do 250 tys. zł w zależności od wielkości obsługiwanej obszar. Tańszą formą inwestycji w usługi pocztowe jest multiusługowa placówka PAF, która pośredniczy w wymianie korespondencji między klientem a oddziałem pocztowym PAF. Tutaj franchyzobiorca powinien dysponować 20 tys. zł.

Ostatnio modna jest franczyza bankowa. Kwota inwestycji waha się od 25 do nawet 200 tys. zł. Za rozsądną cenę można zainwestować np. w system partnerski Eurobanku. Jest to wydatek rzędu 30 – 75 tys. zł (w zależności od liczby stanowisk oraz kosztów adaptacji lokalu). Otwarcie jednostanowiskowej placówki kosztuje 30 tys. zł (bez remontu). Za tę cenę bank dostarcza wizualizację wewnętrzną i zewnętrzną, me-

ble, sejf oraz sprzęt komputerowy. Franchyzobiorca może poczuć się jak prawdziwy bankier; bowiem jego placówka oferuje wszystkie produkty dostępne w sieci firmy.

...droższe...

Przedsiębiorca, który dysponuje większym kapitałem, może inwestować w restauracje, punkty handlowe znanych marek, a nawet stacje benzynowe. Za 100 tys. zł może wejść w branżę nieruchomości – biuro amerykańskiej firmy RE/MAX. Globalna firma zrzesza 120 tys. agentów w 67 krajach. Partnerzy sieci mogą zawierać transakcje międzynarodowe, bo placówki łączy system informatyczny, który umożliwia wymianę informacji nawet poza granicami kontynentu.

Boom na rynku mieszkaniowym przyspieszył ekspansję sieci z branży wyposażenia wnętrz. Na rozwój przez franczyzę zdecydowała się należąca do grupy Black Red White firma Dobre Dla Domu, sieć specjalistycznych sklepów z podłogami, panelami i drzwiami. Potencjalny franchyzobiorca musi liczyć się z wydatkiem ok. 100 tys. zł. Dwukrotnie więcej zainwestuje w jego sklep centrala oraz dostawcy DDD.

Franczyzowa Telepizza to wydatek 150 tys. zł. 14 tys. to

opłata wstępna, 55 tys. zł – koszt urządzeń gastronomicznych, a 70 – 120 – adaptacja lokalu. Firma kusi przedsiębiorców brakiem opłaty franczyzowej i marketingowej przez pierwsze trzy miesiące współpracy.

...i z górnej półki

Jednymi z droższych są franczyzowe propozycje Grupy Muszkietier – supermarkety spożywcze Intermarche oraz sklepy Bricomarche z branży budowlanej. Po przejściu półrocznego szkolenia franchyzobiorca (zwany aderonem) zostaje operatorem supermarketu o wielomilionowych obrotach. Kwota inwestycji to 350 tys. zł, które powracają do inwestora jako kapitał zasilaający jego spółkę zarządzającą supermarketem. Unikalny charakter franczyzy Muszkietiera polega na organizacji sieci. Nie istnieje tu podległość franchyzobiorca – franchyzodawca (centrala). Każdy członek grupy pełni podwójną rolę: jest szefem przedsiębiorstwa, które sam stworzył, oraz pełni funkcję zarządczą w ramach grupy.

Jeden z najkosztowniejszych pomysłów to stacja paliw. W zależności od marki, rodzaju stacji i jej funkcjonalności inwestycja wraz z zakupem gruntu może pochłonąć nawet kilka milionów euro.