

Sieci franczyzowe rosną w kryzysie

W tym roku przybędzie 3,5 tys. franczyzowych sklepów i punktów usługowych. Stworzą 30 tys. etatów.

Okazuje się, że mimo kryzysu, a może właśnie z jego powodu, tysiące niezależnych przedsiębiorców, głównie właścicieli sklepów i lokali gastronomicznych, decyduje się obecnie na przystąpienie do jednej z kilkuset działających w Polsce sieci franczyzowych. Z danych badającej rynek franczyzowy firmy Profit System wynika, że w 2008 r. w naszym kraju przybyło aż 4,4 tys. franczyzowych sklepów i punktów usługowych. Wyniki z pierwszego półrocza 2009 r. potwierdzają utrzymanie silnej tendencji wzrostowej. Ekspert Profit System szacuje więc, że w tym roku przybędzie 3,5 tys. punktów franczyzowych, a w związku z tym powstanie 30 tys. miejsc pracy.

— W czasie stagnacji obserwujemy większe zainteresowanie zakupem licencji franczyzowej. Dekoniunktura na rynku pracy skłania część ambitnych osób do założenia własnej firmy. Inwestycja w biznes na licencji jest bezpieczniejsza, bo niesie mniejsze ryzyko porażki. Biznes taki jest oparty na sprawdzonym pomysle i działa pod znaną marką. Problemem okresu stagnacji jest jednak spadek moż-

FRANCZYZOWA HOSSA

► Liczba sklepów i punktów usługowych prowadzonych przez franczyzobiorców (w tys.) i liczba sieci franczyzowych (●)



Źródło: Profit System

liwości inwestycyjnych potencjalnych franczyzobiorców, m.in. z powodu ograniczeń w dostępie do kredytów — mówi Michał Wiśniewski,

dyrektor działu doradztwa w Profit System.

W Polsce sieci franczyzowe rozwijają się głównie w handlu i usługach. Tylko w 2008 r. przybyło 1,5 tys. franczyzowych sklepów spożywczych oraz 430 sklepów ze sprzętem RTV AGD. W sektorze usługowym pojawiło się 1,6 tys. punktów, m.in. gastronomicznych, fryzjerskich i kosmetycznych.

Ekspert podkreśla, że franczyza jest biznesem prawie na każdą kieszeń, bo 30 proc. systemów franczyzowych wymaga inwestycji nie większych niż 50 tys. zł.

Ożywienie w sektorze franczyzowym potwierdzają firmy.

— Mimo spowolnienia gospodarczego zauważamy dynamiczny rozwój sieci franczyzowych. Na przykład nasza sieć Groszek pozyskała w pierwszym półroczu prawie 200 franczyzobiorców. Pokazuje to, że działający niezależnie przedsiębiorcy w czasach kryzysu szukają oparcia w silnych organizacjach i silnych markach. I choć konsolidacja handlu jest nieunikniona i będzie systematycznie postępować, to myślę, że minie jeszcze kilka lat, zanim sklepy zrzeszone w sieciach osiągną liczebną przewagę nad sklepami niezależnymi — mówi Paweł Rozpara, szef działu marketingu w spółce Detal Koncept, należącej do Emperia Holding. [WIS]