

Przedsięwzięcia >> Franczyza się sprawdza. Nawet w kryzysie.

Pomysł na biznes można kupić

**Delikatesy U Rzeźnika,
Shop Prac, Żabka,
Piotr i Paweł – to tylko
niektóre z sieci funk-
cjonujących na zasa-
dach franczyzy.**

Barbara Kociakowska
bkociakowska@prasapodlaska.pl

Na koniec minio-
nego roku w Pol-
sce funkcjonowa-
ło 565 systemów
franczyzowych
i 46 agencyjnych.
A posiadały one ponad 32 tys. placów-
ek franczyzowych i 17 tys. agencyj-
nych.

Mają wymagania

Na czym polega ten biznes? Franczyzodawca, podmiot, który biznes wymyślił i sprawdził go na własnej skórze udostępnia prawa do używania logo sieci lub znaku towarowego oraz dzieli się swoją wiedzą na temat biznesu. Natomiast franczyzobiorca w zamian za to – poza opłatą wstępną – wpłaca na rzecz centrali określony w umowie procent swoich obrotów przez cały okres umowy.

Franczyzodawca także ma zazwyczaj określone wymagania dotyczące lokalizacji punktu, powierzchni, czy urządzenia lokalu.

ILE KOSZTUJE FRANCZYZA

Dane pochodzą z firmy doradczej PROFIT system

Dwustanowiskowa placówka BZ WBK Partner

22 tys. zł

Multita (biuro podróży)

60 tys. zł

Sklep DDD Dobre Dla Domu

75 tys. zł*

Outlet Polska

200 tys. zł

Supermarket Intermarche lub Bricomarche

500 tys. zł

McDonald's

1,2 mln zł

Podane kwoty to przybliżone koszty przedsięwzięcia

* w mieście do 30 tys. mieszkańców

W woj. podlaskim nie tylko funkcjonują sklepy, restauracje czy placówki finansowe na zasadach franczyzy. Ale nasze firmy też tworzą własne sieci franczyzowe. Jednym z pionierów był Clovin z Czyżewa, producent proszków i płynów do prania. Od 2003 r. tworzy sklepiki o nazwie Shop Prac, w których sprzedaje proszki tylko na wagę, a płyny na litry.

– Wówczas sieci handlowe postawiły nam duże wymagania odnośnie pakowania wyrobów – mówi Arkadiusz Żanowski, dyrektor handlowy firmy Clovin. – Wówczas doszliśmy

do wniosku, że zaoferujemy produkt nieopakowany, taki jak w osiedlowym warzywniaku.

Według niego model ten sprawdził się. Na terenie całego kraju funkcjonuje 160 sklepików „Shop Prac”. Poprzez tą sieć czyżewski Clovin sprzedaje 10 proc. swojej produkcji.

Solidny partner czeka

Przybywa również chętnych do prowadzenia delikatesów mięsnych „U Rzeźnika”, należących do białostockiego PMB. W ciągu trzech lat powstało już 126 takich sklepów z czego 110 funkcjonuje

na zasadzie franczyzy. W tym roku PMB planuje otworzyć 15-20 kolejnych placówek.

– Osoby, które zdecydują się nawiązać z nami współpracę otrzymują od nas gotowy konspekt prowadzenia sieciowej produkcji oraz atrakcyjną ofertę handlową, wspólną dla całej sieci – mówi Wojciech Dunikowski, wiceprezes delikatesów „U Rzeźnika”. – Zyskują też solidnego partnera.

Wszystkie sklepy działające pod marką „U Rzeźnika” mają charakterystyczny wygląd, który tworzy tradycyjno-wiejski klimat. ▲

