

# Własny biznes oparty na cudzym pomysle

**FRANCZYZA** | Żeby rozpocząć działalność, czasami wystarczy kilka tysięcy złotych. Dzięki wsparciu partnera udzielającego licencji ryzyko jest mniejsze. Ale takie firmy czasem także upadają

## BEATA KALINOWSKA

Eksperti podkreślają, że franczyza to sprawdzony model rozwijania własnej działalności. Nie trzeba budować firmy od podstaw. Można kupić licencję i działać pod sprawdzoną marką.

– Umożliwia to korzystanie z wartości marki bez konieczności przeprowadzania długotrwałego i kapitałochłonnego procesu jej popularyzacji – podkreśla Edyta Potera z Jones Lang LaSalle.

Franczyza rozwija się w Polsce głównie w handlu i usługach. W handlu najpopularniejsze są sklepy odzieżowe, a w usługach punkty gastronomiczne. W ten sposób działają m.in. bary szybkiej obsługi McDonald's, cukiernie A. Blikle, sklepy z bielizną Atlantic, pralnie Panda, sklepy z wykładzinami Komfort, salony kosmetyczne Instytutu Dr Irena Eris, salony fryzjerskie Jean-Louis David.

– Franczyza i systemy agencyjne są bezpieczniejszym rozwiązaniem dla osób, które nie mają doświadczenia biznesowego, a chcą rozwijać własną działalność gospodarczą. Franczyza umożliwia szybką ekspansję rynkową i zwiększa konkurencyjność firmy – wylicza Edyta Potera.

### Powstają i znikają

Franczyza uchodzi za model biznesowy na każdą kieszeń. Wiele systemów wymaga inwe-

stycji nieprzekraczającej 50 tys. zł. Według raportu firmy doradczej Profit System, w 2009 roku w 56 proc. systemów kwota inwestycji nie przekraczała 100 tys. zł, a zaledwie w 5 proc. wymagane były większe nakłady niż 500 tys. zł. W 2009 roku średnia kwota inwestycji wynosiła 264 tys. zł, a przeciętne przychody w jednostce franczyzowej – 169 tys. zł.

W ubiegłym roku zanotowano w Polsce rekordowy przyrost punktów franczyzowych; powstało ich ponad 5,5 tys. Najwięcej przybyło w branży artykułów spożywczych i przemysłowych – blisko 3 tys.

Pojawiły się 124 nowe sieci franczyzowe, najwięcej w gastronomii oraz w handlu odzieżą i obuwiem (pizzerie Biesiadowo, City Hell, czyli salony z końcówkami kolekcji markowej odzieży, Click Fashion, Mohito). Na rynku pojawiły się też: Multita (biuro podróży z ofertami wielu operatorów), firma AKJ Consulting (rekrutacja pracowników), piekarnie Gorąco Polecam Nowakowski.

Franczyza sięga również do dziedzin nowych, np. wyspecjalizowanego handlu sprzętem rehabilitacyjnym (należąca do łódzkiego Mobileksu Galeria Zdrowia), artystycznego malowania wnętrz (Bajart) czy pomocy logopedycznej (Dicto logopedia).

Czy to oznacza, że kryzys franczyzie nie zaszkodził? Nie do końca. Rok 2009 okazał się

rekordowy także pod względem rezygnacji z biznesu.

– Z naszych analiz wynika, że aż 39 sieci zakończyło działalność franczyzową – mówi Michał Wiśniewski, dyrektor działu doradztwa we franczyzie Profit System.

### Jak się do tego zabrać

Zdaniem Michała Wiśniewskiego przy podejmowaniu decyzji o zakupie licencji najważniejsze jest zrozumienie zasad franczyzy. Trzeba dobrze przemyśleć, czy jest to dla nas właściwa forma działalności. Partner sieci musi podporządkować się franczyzodawcy w zakresie procedur i metod prowadzenia biznesu. Powinien spełniać wszelkie narzucone mu normy obowiązujące w danej sieci, dotyczące np. wizualizacji placówki, oferowanych produktów lub usług, standardów obsługi klienta itd.

– Franczyzodawcom doradzamy, żeby edukowali franczyzobiorców już na etapie pozyskiwania partnerów. Być może pozwoli to uniknąć nieporozumień i konfliktów po podpisaniu umowy – twierdzi Michał Wiśniewski.

Najgorsze, co może się przytrafić, to bierny inwestor, który uważa, że franczyzowy biznes sam będzie się kręcił. Tymczasem bardzo ważna jest przedsiębiorczość i kreatywność, co prawda niewykraczająca poza warunki określone w umowie.

Relacje między franczyzodawcą a franczyzobiorcą powinny być partnerskie. Model biznesowy musi być tak skonstruowany, żeby obie strony mogły zarobić. Przepływ know-how musi mieć charakter ciągły. Franczyzodawca daje prawo

do używania logo swojej sieci lub znaku towarowego oraz dzieli się swoją wiedzą na temat biznesu. Natomiast franczyzobiorca – poza opłatą wstępną – przekazuje na rzecz centrali określony w umowie procent swoich obrotów.

Duże znaczenie ma odpowiednie lokalizacja punktu, np. jego usytuowanie przy uczęszczanej ulicy, duże witryny, odpowiedni metraż lokalu. Konkretnie warunki są oczywiście uzależnione od tego, w jakiej branży działa franczyzobiorca.

### Dominują sieci krajowe

W Polsce rodzime sieci franczyzowe mają już przewagę nad tymi z importu. W 2009 roku było ich 410, podczas gdy zagranicznych tylko 155. Mało tego, polskie sieci zaczynają działać w innych krajach. Główne kierunki ekspansji to: Rosja, Czechy, Słowacja, Ukraina i Li-

twa. Na kolejnych miejscach znajdują się: Węgry, Estonia, Łotwa, Austria i Niemcy.

Do tej pory kryzys najlepiej zniosły sieci z artykułami wykończenia i wyposażenia wnętrz (głównie sieci specjalistyczne, takie jak Komfort czy DDD Dobre Dla Domu). Obecnie planują one rozwój w małych miastach.

Za ikonę franczyzy uchodzi McDonald's. Stosowane przez niego rozwiązania przez wiele firm uznawane są za modelowe. Należy on przy tym do najdroższych systemów. McDonald's ma pełną kontrolę nad procesem uruchamiania swoich restauracji. Jest jedynym właścicielem gruntów, na których znajdują się restauracje. Samodzielnie decyduje o lokalizacjach. Bardzo uważnie dobiera sobie partnerów. Wymagany kapitał własny to około 1,2 mln zł. Ale chętnych nie brakuje.

## Systemy działające w Polsce

### Przykłady

### Kwota inwestycji

■ Wydawnictwo Niebieski Słoń, produkcja i sprzedaż książek dla dzieci	2,5 tys. zł
■ Bajart, artystyczne malowanie wnętrz	3,77 tys. zł
■ Netia, punkty sprzedaży usług Netii, telefonii stacjonarnej, telewizji cyfrowej, Internetu	5 tys. zł
■ Clovin, sklepy z artykułami chemicznymi	8 tys. zł
■ Wars, bary i restauracje w pociągach	od 10 tys. zł
■ Dr Bardadyn, bary z koktajlami odchudzającymi	15 tys. zł
■ BZ WBK Partner, placówki bankowe	22 tys. zł
■ Alkohole Winofeka, sklepy alkoholowo-winiarskie	25 tys. zł
■ Żółty Cesarz, sklepy ze zdrową żywnością	30 tys. zł
■ Open School, szkoły językowe	45 tys. zł
■ Multita, biura podróży z usługami wielu touroperatorów	59 tys. zł
■ DDD Dobre Dla Domu, sklepy z podłogami i drzwiami	od 75 tys. zł
■ Metro Pizza, pizzerie	80 tys. zł
■ City Hell, sklepy outletowe z odzieżą markową	100 tys. zł
■ Mobilix, sprzedaż medycznych artykułów zdrowotnych i zaopatrzenia ortopedycznego	100 tys. zł

Źródło: Profit System