

BIZNES

Rynek franczyzy w Polsce

Wzajemne korzyści

Raport firmy PROFIT system potwierdza dynamiczny wzrost systemów franczyzowych, także w naszej branży.

Polska franczyza z roku na rok radzi sobie coraz lepiej, o czym świadczy struktura i liczba konceptów. Powiązania franczyzowe są obecne w coraz większej liczbie branż i stale pojawiają się w nowych. Pierwsze umowy franczyzowe zawarto w Polsce 20 lat temu. Wówczas prowadzenie biznesu według cudzego pomysłu było nowością traktowaną „z pewną nieśmiałością”, często na granicy nieufności. Po dwu dekadach systemy wzajemnych korzyści – franczyzodawca udostępnia franczyzobiorcy wraz z logo marki know-how i stałe doradztwo biznesowe, czerpiąc z tego stałe, gwarantowane umową profity – rozwijają się dynamicznie, także w branży mody.

Podczas marcowych Targów Mody Poznań stoiska 55 marek zostały opatrzone znakiem Franchising informującym o chęci nawiązania współpracy z potencjalnymi franczyzobiorcami. Tych, którzy znak przegapili, informujemy, że lista odzieżowych i obuwniczych franczyzodawców jest nadal dostępna na: www.targimodypoznani.pl

Popularność tej formy biznesu odzwierciedla również rosnąca liczba uczestników szkoleń poświęconych franczyzie oraz zainteresowanie corocznymi targami Franczyza. Z najnowszego raportu firmy doradczej PROFIT system wynika, że w 2010 roku w Polsce przybyło 129 systemów oraz ponad 5,8 tys. przedsiębiorstw na licencji franczyzowej. Na rodzimym rynku dominują systemy polskie. Łącznie w 2010 roku było ich 481, czyli o 68 więcej niż w poprzednim.

MODA W SYSTEMIE

Według raportu PROFIT system, na rynku sieci odzieżowych i obuwniczych działa 157 systemów franczyzowych, a 16 przybyło podczas ostatniego roku. Właściciele sklepów odzieżowych i obuwniczych przyłączają się do sieci, aby poprawić warunki zaopatrzenia i otrzymać wsparcie marke-

Pod koniec 2010 roku na polskim rynku działało 660 systemów franczyzowych, a według prognoz PROFITsystem do końca 2011 roku ich liczba może przekroczyć 750. W 2010 przybyło 129 sieci, a ubyło 45. Liczba przedsiębiorstw na licencji franczyzowej wzrosła z 32.403 do 38.269 – powstało blisko 6 tysięcy placówek handlowych i usługowych działających na zasadzie franczyzy.

tingowe. W ubiegłym roku w Polsce 4011 przedsiębiorstw działało na licencji franczyzowej. W modzie dla młodych potentatem jest sieć Moodo Urban Fashion Mode z 333 placówkami partnerskimi i franczyzowymi.

NA KAŻDĄ KIESZEŃ

Franczyza nazywana jest modelem biznesowym na każdą kieszeń – najtańsze systemy to wydatek rzędu kilku tysięcy złotych, najdroższe wymagają inwestycji kilku milionów euro. Średnia wartość inwestycji we własną firmę we franczyzie wynosiła w 2010 roku około 241,40 tys. zł. Franczyzobiorcy branży odzieżowo-obuwniczej musieli zainwestować w punkt franczyzowy w 2010 roku średnio 254,22 tys. zł.

Ekspertki podkreślają także coraz odważniejsze działania polskich firm franczyzowych poza granicami kraju. Zagranicznymi placówkami pochwalić się może 72 polskich operatorów, rok wcześniej takich firm było 65. Poza Polskę najchętniej wychodzą firmy z branży odzieżowej, spożywczej i gastronomii. W ubiegłym roku placówki zagraniczne otworzyły m.in. sieć outletów odzieżowych Brand New Products oraz firma Top Secret.

JAKI RYNEK, TAKA OFERTA

Spowolnienie gospodarcze sprawiło, że franczyzodawcy musieli wzmocnić ofertę placówek licencyjnych i postawić na dywersyfikację przychodów, wykazując się elastycznością w wymaganiach dotyczących warunków współpracy, kosztów inwestycji, kryteriów lokalowych. Coraz częściej franczyzobiorcy mogą liczyć na ich pomoc w finansowaniu inwestycji. Na przykład bank BZ WBK zaoferował swoim potencjalnym franczyzobiorcom kredyt na otwarcie placówki partnerskiej. Wrocławskie Auto-Spa, nowy gracz na rynku franczyzowym, proponuje partnerom finansowanie inwestycji z zaciągniętego przez siebie kredytu. Na polskim rynku franczyzy to pierwszy przypadek, kiedy kredytobiorcą jest organizator systemu.

Inni franczyzodawcy także próbują wspierać partnerów, np. dzieląc z nimi koszty uruchomienia placówki. I tak, w DDD Dobre Dla Domu franczyzobiorca inwestuje 1/3 kwoty potrzebnej do uruchomienia placówki, resztę – centrala oraz dostawcy.

Źródło: PROFIT system