

Franczyza – aktualne trendy

Rok 2013 pokazał, że franczyza – mimo że opiera się na sprawdzonych pomysłach – podąża za biznesowymi trendami. Nowe trendy w gospodarce szybko znajdują swoje odzwierciedlenie w biznesie na licencji. Mobilne punkty z burgerami, lokale z bąbelkowymi herbatkami czy e-papierosy to tylko przykłady modnych francyz, które ubiegły rok mogły zaliczyć do udanych.



Karolina Kazula

We franczyzie finansowej z sukcesem zadebiutowały pożyczki krótkoterminowe, czyli tzw. chwilówki. Jedną z nich w zaledwie pół roku otworzyła pięć placówek na licencji. Nowością na polskim rynku francyzy jest niewątpliwie lokalna wyszukiwarka internetowa, która na podstawowym poziomie dotyczy tylko jednego regionu (powiatu lub dzielnicy). Jest systemem zawierającym informacje o firmach, usługach, promocjach i wyprzedziałach, bezpłatne ogłoszenia drobne z najbliższej okolicy użytkownika. Pojedyncza licencja obejmuje terytorium jednego powiatu lub dzielnicy dużego miasta.

Artykuły sportowe i zdrowotne

Wraz z rosnącą popularnością zdrowego trybu życia, przybywa sieci z artykułami sportowymi i zdrowotnymi. Nie bez znaczenia na kierunek rozwoju tej branży pozostają przepisy prawne. Widać to wyraźnie na przykładzie aptek, które po wprowadzeniu ustawy refundacyjnej, postawiły na rozwój sieci partnerskiej, dzięki której prywatne apteki mają szansę funkcjonować. Największa sieć liczy już 400 placówek franczyzowych. Jednak pod tym względem od lat dominuje rynek spożywczy. Podobnie było w 2013 r. Na współpracę zdecydowali się przede wszystkim właściciele lokalnych i osiedlowych sklepów, którzy w pojedynkę nie mają szans z ekspansywnymi dyskontami. Silna konkurencja wymusza przechodzenie pod parasol znanych marek. Stale popularna jest gastronomia.

Dotadnia dynamika wzrostu

Franczyza jest najczęściej kojarzona z gastronomią i branżą spożywczą, ale ten model biznesowy rozwija się we wszystkich sektorach. Potwierdzeniem jest dynamika wzrostu liczby systemów franczyzowych, która od kilku lat jest dodatnia i utrzymuje się na podobnym poziomie. Jednak tak jak nie jest możliwe wskazanie najlepszego systemu franczyzowego na rynku, tak samo trudno wskazać najchętniej wybierany. Wszystko zależy od tego, jaka branża nas interesuje i jakim dysponujemy budżetem. Oczywiście najczęściej wybierane biznesy franczyzowe to te, które mają stosunkowo niską kwotę inwestycji. Są przede wszystkim bardziej dostępne dla przedsiębiorców. Zwykle nie wymagają długich przygotowań do otwarcia, a to oznacza, że szybciej wystartują, więc i szybciej mogą zacząć zarabiać.

Wewnętrzne porządki

To, co determinuje wybór systemu franczyzowego, to doświadczenie i know-how franczyzodawcy. Zdecydowanie częściej wybierane były koncepty, które mają już swoją historię, rozpoznawalną markę i partnerów, od których można uzyskać informacje na temat współpracy. Niemniej na polskim rynku wciąż jest miejsce na nowe koncepty franczyzowe, natomiast ich debiut jest o wiele trudniejszy niż jeszcze kilka lat temu. Przede wszystkim franczyzobiorcy są bardziej świadomi swoich wyborów i potrafią zwerifikować dobrą ofertę. Po drugie, niełatwo jest już zaproponować coś oryginalnego, co przy-

ciągnie nie tylko inwestorów, lecz także klientów. Z tego samego powodu wiele działających już sieci postawiło na wewnętrzne porządki. Dla jednych oznaczało to zamknięcie nierentownych placówek, dla innych odświeżenie wstępu czy zmianę dotychczasowej oferty. Dużo sieci, chcąc dotrzeć do nowych klientów, zdecydowały się na nowe formy, najczęściej zróbnicowanie pod względem powierzchni. Takie rozwiązanie przyspiesza rozwój placówek franczyzowych i daje możliwość pojawienia się

w mniejszych miastach, w których do tej pory nie było to możliwe.

Dobry czas dla francyzy

Rozwój rynku doprowadza do coraz większego wyboru wśród sieci. A im konkurencja jest większa, tym warunki współpracy są coraz bardziej korzystne dla franczyzobiorców. To też ma pozytywny wpływ na sektor francyzy. Trend, który obserwujemy na tym rynku, potwierdza, że w trudniejszych czasach warto skorzystać ze

sprawdzonego pomysłu na biznes i zmniejszyć w ten sposób ewentualne ryzyko. To dobry czas dla francyzy, choć w kolejnych latach tempo rozwoju nieco osłabnie. A to dlatego, że polski rynek franczyzowy jest już bliski poziomu nasycenia. Szacuje się, że jest na nim miejsce na około tysiąc sieci. A taka wielkość może zostać osiągnięta jeśli nie w 2014 r., to najpóźniej w 2015 r.

Autorka jest menedżerem PR, PROFT system