

Czy franczyza to dobry pomysł?

Choć słowo franczyza ma niezbyt swojskie brzmienie, to sam koncept biznesowy nie jest niczym nowym. Na czym polega, czy i komu się opłaci? Czy sprawdzi się dla nowo otwieranego biznesu? Poznajmy jej najważniejsze cechy.

Katarzyna Rulkiewicz

Czym jest franczyza? Najprościej mówiąc, to sposób na to, żeby prowadzić własny biznes ale... pod czyjąś nazwą. Oczywiście działalność prowadzimy na własny rachunek, ale koncept biznesowy jest ściśle określony przez naszego francyzodawcę, który przekazuje nam swoją wiedzę, doświadczenie, a czasem o wiele więcej, jak np. *corporate identity*. Najstłynniejszy przykład franczyzy to oczywiście restauracje McDonalds, ale katalog systemów francyzowych jest znacznie szerszy. Co daje franczyza? Możliwość lewarowania się znaną na rynku marką i uczenie się biznesu pod czujnym okiem doświadczonego partnera biznesowego, a więc niższe ryzyko niepowodzenia. A jaki jest jej minus? Zyskami musimy podzielić się z francyzodawcą.

Rodzaje franczyzy

Zanim w ogóle przejdziemy dalej, warto przybliżyć, z jakimi rodzajami franczyzy możemy się spotkać. Podstawowy podział opiera się na tym, jaką działalność chcemy założyć. Z tego punktu widzenia rozróżniamy francyzę dystrybucyjną i usługową. W tej pierwszej otrzymujemy całą wiedzę na temat danego towaru, a także efektywnych sposobów jego sprzedaży. Najprościej mówiąc, jest to sprzedaż produktów pod dobrze znanym szyldem. Dobrym przykładem może tu być np. sieć sklepów Żabka.

Z kolei w przypadku franczyzy usługowej, poza nazwą otrzymamy od naszego francyzodawcy wiedzę na temat procedur, które będziemy wykonywać. Najprościej mówiąc, prowadzimy wtedy punkt usługowy pod znaną marką, np. pizzerię DaGrasso.

Istnieją również inne rozróżnienia typów franczyzy, np. na podstawie tego, jak jest zorganizowana. Mówimy wtedy o francyzie bezpośredniej, najczęściej spotykanej na rynku metodzie, która opiera się na dwustronnej umowie między stronami. To francyzodawca ma nadzorować współpracę, ale też oferować pomoc, doradzać i zająć się działaniami promocyjnymi dla całego brandu.

Można też zdecydować się na francyzę wielokrotną, w której zobowiązujemy się do tego, że – najprościej mówiąc – na danym obszarze zbudujemy sieć placówek francyzowych, którą będziemy musieli zarządzać.

I wreszcie, pojęcie masterfranczyzy czy też wyłączności. W takim modelu uzyskujemy wyłączne prawo do korzystania z marki, produktów czy know-how danej sieci. Prawo to jest najczęściej ograniczone jakimś terenem (np. w danym kraju). Wiąże się też jednocześnie z najszerszym zakresem działalności.

Zalety i wady franczyzy

Franczyza, jak każdy system biznesowy, ma swoje wady i zalety. Największym plusem tego systemu jest zwiększone bezpieczeństwo, zwłaszcza na starcie, ponieważ włączamy się w operację, która już odniosła sukces na rynku, mamy dużo niższe ryzyko poniesienia porażki niż w przypadku zakładania swojej własnej firmy „od zera”. Niestety, wiele ambitnych start-upów szybko bankrutuje na skutek, np. problemów zarządczych czy kosztów marketingowych. To ryzyko można zmitygować, ucząc się biznesu od kogoś, kto już go z sukcesem prowadzi. Dodatkowo, korzystamy w naturalny sposób na znajomości marki, nie musimy więc wypracowywać zaufania klientów. To wszystko razem wzięte daje nam lepsze perspektywy na to, że biznes się nam uda.

Rzadko to tutaj piszę, ale w przypadku franczyzy jest to prawdą – zaletą franczyzy jest „nic nierobienie” w obszarze marketingu, ponieważ przystajemy do „stajni” znanej już marki, to ta marka dba o swój wizerunek. Dlatego też my nie musimy przejmować się kwestiami, które mogą poważnie spędzać sen z powiek. Mam tu na myśli nie tylko koszty, ale też nadzór i egzekucję kampanii marketingowej.

Wśród zalet franczyzy na pewno należy spisać opiekę biznesową i korzystanie z know-how naszego francyzodawcy. W wypadku większości umów możemy liczyć na trwałą i kompleksową opiekę – nie tylko na to, że dostaniemy „podręcznik”, ale też na szkolenia dla siebie i pracowników, pomoc w rekrutacji, księgowości, kampanie promocyjne i inne działania wspierające biznes. Innymi słowy – dostajemy od firmy fachową wiedzę na temat prowadzenia biznesu.

Jeszcze jedną zaletą franczyzy jest to, że nie trzeba gromadzić ogromnego kapitału początkowego. Dostajemy wiele elementów podanych od razu – logo, szkolenia, pomoc merytoryczną, a co najważniejsze – rozpoznawalność wśród klientów. Łatwiej też zaplanować swoje wydatki i zyski, bo od francyzodawcy w zasadzie dostajemy kompletny plan.

A jakie są wady franczyzy?

Cóż, przede wszystkim koszty. Na wstępie musimy uiścić opłatę wstępną dla francyzodawcy. A to nie koniec, bo co miesiąc musimy płacić opłatę w wysokości stałego procenta od swoich obrotów. Pieniądze te z zasady mają przysłużyć się francyzobiorcom

- dzięki nim firma może prowadzić szeroko zakrojone kampanie, badania rynkowe. To może być dość trudne, zwłaszcza na początkowym etapie prowadzenia działalności, gdzie ponosimy jeszcze koszty związane z najmem i wyposażeniem lokalu czy koszty pracownicze.

Innym minusem jest konieczność podporządkowania się franczyzodawcy. Właściwie we wszystkim lub przynajmniej w takim zakresie, w jakim określa to nasza umowa. Oznacza to, że będziemy musieli np. przestrzegać wspólnych dla całej sieci procedur obsługi klienta, brać udział we wszystkich akcjach promocyjnych, ustawiać towar na półkach w określony sposób itd. Zmniejsza to kreatywność i innowacyjność biznesu, bo na wszystko będzie trzeba mieć zgodę od centrali. Doświadczeni przedsiębiorcy mogą to postrzegać jako kluczową wadę.

I wreszcie, dość niejasne i potencjalne koszty wizerunkowe. Jeśli cała branża lub nasz franczyzodawca boryka się z kryzysem wizerunkowym, to kłopoty będziemy mieć także i my. Błędne decyzje centrali mogą przełożyć się na nasze kłopoty. A na dodatek nie będziemy mieli na to właściwie żadnego wpływu ani możliwości reakcji, bo te są zarezerwowane dla właściciela marki.

Na koniec, wśród wad należy też wymienić ryzyko nieprzedłużenia umowy. Biznes idzie nieco gorzej, niż zakładał franczyzodawca? A może zmienił się jego plan i strategia rozwoju czy obecności w danym kraju? Trzeba pamiętać, że może mieć to wpływ na nas. Umowy franczyzy są czasowe i może dojść do sytuacji, w której stracimy swoją opokę.

Panaceum 3/2023