

HRVATSKA UDRUGA ZA FRANŠIZNO POSLOVANJE „FIP“
Vodnikova 8
Zagreb

HRVATSKEI PREDSTAVNICE U JUŽNOJ KOREJI NA SASTANAKU SVJETSKOG FRANŠIZNOG VIJEĆA (WORLD FRANCHISE COUNCIL)

Od 12-17 listopada predstavnice Hrvatske udruge za franšizno poslovanje boravile su na sastanku Svjetskog franšiznog vijeća u Južnoj Koreji, gdje su predstavile situaciju u Hrvatskoj i razmijenili iskustva sa svojim kolegama iz 35 zemalja. Ovaj važan međunarodni sastanak održao se uz pokroviteljstvo Vlade Južne Koreje pa su mu prisustvovali premijer gospodin Kim Hwang-Sik, predsjednik Demokratske stranke gospodin Sohn Hak-Kyu te gradonačelnik Seoula gospodin Kwon Young-Gy, kao i drugi predstavnici državnog vrha, što ukazuje na važnost ovog poslovnog sektora za korejsko gospodarstvo, kao i činjenica da je sastanak organiziran neposredno prije sastanka zemalja G20 u Južnoj Koreji.

Hrvatska je od 2006. godine članica Europske franšizne federacije (European Franchise Federation) i Svjetskog franšiznog vijeća (World Franchise Council) zahvaljujući pionirskom radu Hrvatske udruge za franšizno poslovanje. Od 12-17 listopada 2010, predstavnice Hrvatske udruge za franšizno poslovanje Ljiljana Kukec i Gordana Ćorić boravile su u Seoulu, Južna Koreja na godišnjem sastanku Svjetskog franšiznog vijeća. Službeni dio posjeta odigrao se u JW Marriott Hotelu, na kojem su prisustvovala 35 delegacije zemalja članica WFC, Indonezija kao akreditirani promatrač, te oko 300 drugih uzvanika. Ovaj važan gospodarski sastanak podržala je Vlada Južne Koreje, uz prisustvo premijera gospodina Kim Hwang-Sik-a, predsjednika Demokratske stranke gospodina Sohn Hak-Kyu-a, te gradonačelnik Seoula Mr. Kwon, Young-Gyu -a i mnogih drugih visokih dužnosnika. Činjenica da je sastanak WFC-a organiziran neposredno uoči sastanka zemalja G20 u Seoulu (21-23. listopada 2010) potvrđuje koliko važnosti domaćini pridaju razvoju franšiznog sektora za svoje gospodarstvo, pa stoga niti ne čudi činjenica da je Južna Koreja druga u svijetu po broju prisutnih franšiznih brandova.

Na konferenciji su predstavljeni rezultati iz svake pojedine zemlje te se raspravljalo o trenutnoj situaciji u franšiznoj industriji u svijetu s obzirom na recesiju, kao i o novim trendovima koji imaju za cilj još jači procvat franšiznog poslovanja.

Franšizni sektor, unatoč recesiji, još uvijek generira više od 50% svjetske maloprodaje. Vodstvo u broju franšiznih brandova prisutnih u zemlji su od SAD (2200 brandova) preuzeli Kina sa 4000 i Južna Koreja sa 2500 brandova. Na ljestvici koja je obuhvatila podatke iz 40 zemalja svijeta, Hrvatska sa svojih 170 brandova se nalazi na 36. mjestu ispred Češke, Kolumbije, Slovenije i Hong Konga. S obzirom na rast broja franšiza od 13% u zadnje dvije godine, nalazimo se na 8. mjestu u Europi.

Franšizno poslovanje smatra se agregatom zapošljavanja te u ova krizna vremena mnoge zemlje pomažu razvoj franšiznog poslovanja, s obzirom da je franšizno

poslovanje put u sigurnije poduzetništvo koje otvara nova radna mjesta, pomaže rastu, izvozu i znatno doprinosi konkurentnosti, a što se sve u konačnici pozitivno odražava na državnu blagajnu. U Europi najviše radnih mjesta (oko 453 000) u franšiznom poslovanju otvoreno je u velikoj Britaniji. U Njemačkoj taj sektor zapošljava 452 000 osobe, u Poljskoj oko 350 000 ljudi, u Turskoj 252 000, a kod nas je prema neslužbenim podacima Hrvatske udruge za franšizno poslovanje zaposleno samo 16 500 osoba, što jest važna brojka, ako imamo u vidu da smo na začelju u Europi po broju franšiznih brandova.

Ono što je naš problem je činjenica da su, primjerice, u Italiji 96% svih franšiznih brandova nacionalni brandovi i mnogi od njih izvozni, u UK 89%, u Francuskoj 89%, u Poljskoj 73%, u Sloveniji 48%. Hrvatska se u tome nalazi na zadnjem mjestu sa svojih jedva 19% vlastitih nacionalnih brandova. Zašto je to tako? Egipatska vlada podupire potporama i olakšicama ovaj sektor, Poljska je uložila mnogo uz pomoć USAID u popularizaciju, edukaciju i savjetovanje u tom sektoru. Njemačka, Finska, Francuska i druge zemlje imaju posebne programe promocije i popularizacije ovog sektora. UK uz vrlo agresivnu promociju ima razvijenu i posebnu školu za školovanje kadrova za rad u franšiznom sektoru.

Dakle, sve zemlje sa razvijenim franšiznim poslovanje, koje su uložile znatna sredstva za promociju i popularizaciju i etabliranje ovog načina poslovanja znatno su profitirale od istoga. Jedino u Hrvatskoj franšizno poslovanje nije naišao na kontinuiranu konstruktivnu podršku institucija, banaka i razvojnih agencija koja bi mu trebala pripasti s obzirom na mogućnosti koje taj način poslovanja može pružiti nacionalnom gospodarstvu.

Franšizno poslovanje nije samo uvoz stranih brandova u zemlju, ono je mnogo više od toga. Ono je oruđe za širenje i rast domaćih uspješnih poslovnih koncepata i lakši izvoz u regiju i šire. U svijetu postoje banke koje imaju odjele za franšizno poslovanje u sklopu kojih rade i franšizni brokeri. Kod nas čak i te iste banke ne žele niti prepoznati franšizno poslovanje kao sigurniji način ulaska u poduzetništvo, ako ništa drugo onda kao potpuno provjerljiv i mjerljiv projekt u usporedbi sa projekcijom poslovnog plana za poslovanje koje se tek treba stvoriti.

Hrvatska udruga za franšizno poslovanje u zadnjih 8 godina uvelike radi na edukaciji, razumijevanju, savjetovanju u franšiznom poslovanju, ne bez jače potpore institucija i banaka potencijal ovog unosnog načina poslovanja ostat će u Hrvatskoj neiskorišten.