

Glas Slavonije, 29.10.2003.

Piše:

Prof. dr. sc. Slavica Singer

Franšiza kao poduzetnička strategija

Ako razmišljate o vlastitom poslovnom pothvatu, ali se užasavate priča o promašenim novopokrenutim pothvatima, onda je franšiza pravi odgovor za Vas.

Što je franšiza?

Franšiza je svojevrsna poslovna strategija za dobivanje i zadržavanje kupaca, pri čemu postoje jasni obostrani interesi davatelja i korisnika franšize. To je širenje marke proizvoda i distribuiranje proizvoda i usluga na način koji zadovoljava kupce. Franšiza je i stvaranje mreže poslovnih odnosa koja omogućava brojnim poduzetnicima da koriste prednosti marke proizvoda, uspješne metode vođenja posla i jakog marketinškog i distribucijskog sistema.

Zašto franšiza?

Korisnici franšize imaju manje poslovne slobode, ali i manje poslovnog rizika. Kupnjom franšize svoj poslovni pothvat razvijaju na već stvorenoj marki i provjerenoj organizaciji posla. Kupac franšize mora osigurati kapital za uspješniji prodor na tržište nego što bi to davatelj franšize mogao sam učiniti. To je i osnovni kriterij na kojem davatelj franšize mjeri svoj interes. Iako izgleda da korisnik franšize dobije "sve na tacni", ipak pored kapitala, potrebno je imati i poduzetničke vještine i znanja za vođenje poslovnog pothvata.

Davatelj franšize osigurava provjerenu metodu poslovanja, marku koju kupci cijene te savjetodavnu podršku prilikom pokretanja posla i tokom poslovanja, što znači da kupac franšize ne mora otkrivati "toplu vodu".

Može li se naučiti kako raditi u sistemu franšize?

Odgovor je, naravno, da. Osječki Centar za poduzetništvo već godinu dana priprema program za promociju poduzetništva putem franšize. Korištenjem iskustva i znanja vrlo poznatog Centra za franšize pri američkom University of Texas u El Paso-u, pokrenut je Centar za franšize pri osječkom Centru za poduzetništvo. Centar za franšize nudi obrazovne seminare za davatelje i korisnike franšize, savjete i povezivanje davatelja i korisnika franšize.

Prvi seminar o franšizi "Franšiza od A do Ž" održat će se 21. i 22. studenog 2003. godine, uz sudjelovanje dva američka eksperta iz Centra za franšize University of Texas. Sadržaj seminara "pokrit" će najvažnija pitanja o kojima ovisi da li će se poduzetnik odlučiti za franšizu ili ne: da li franšiza odgovara očekivanjima poduzetnika, kako riješiti pravnu stranu, kako osigurati financiranje, izbor lokacije, zaposlenika, kako upravljati franšizom. Seminar

će biti vođen na način da sudionici - potencijalni korisnici franšize dobiju odgovore na sva praktična pitanja, pri čemu će iskustvo američkih eksperata i znanje lokalnih eksperata. Za informacije o seminaru i aktivnostima Centra za franšize javite se Centru za poduzetništvo ili koristite internet stranicu www.poduzetnistvo.org/cfo

Centar za franšize pri osječkom Centru za poduzetništvo stvara bazu podataka o davateljima franšiza i može pomoći u povezivanju s njima, ali i dati pomoć kako da svoj poslovni pothvat pretvorite u franšizu.

Za McDonalds svi znaju da je franšiza, ali da čišćenje kuće može biti predmet franšize možda niste čuli. U Velikoj Britaniji jedna od vrlo uspješnih franšiza je čišćenje kuća i stanova, pod imenom Poppies. Sljedeći put o nekoliko neobičnih franšiza.