

FRANCZYZA

TWÓJ MARKOWY BIZNES

Koordynator projektu Joanna Banakiewicz-Brzozowska

Autorzy Kinga A. Wojciechowska
Marcin Kaleta
Andrzej Berger-Jankowski

Zdjęcia dreamstime.com

Opracowanie graficzne Grzegorz Dobrzyński

Korekta Danuta Wojcieszak

UNIT.
WYDAWNICTWO INFORMACJE
BRANŻOWE SP. Z O.O.

UNIT Wydawnictwo
Informacje Branżowe Sp. z o.o.
ul. Kierbedzia 4, 00-728 Warszawa,
tel.: +48 22 32 01 500
<http://www.unit.com.pl>
<http://www.tradebizz.pl>

Zarząd Gerrit Klein, Beata Łuczyska

Dyrektor wydawnictwa Dorota Mazurek

Marketing i dystrybucja Ewa Kowalska
tel.: +48 22 32 01 635
e-mail: bok@unit.com.pl

**Produkcja
i administracja** Marcin Olech

Przedruki i eksport tylko
za zgodą wydawcy

Nakład: 2000 egz.
ISSN 2084 - 5758

Redakcja nie odpowiada za treść ogłoszeń.

Redakcja zastrzega sobie prawo skracania i adyustacji zamówionych tekstów oraz odsyłania materiałów niezatwierdzonych do druku.

Materiałów niezamówionych nie zwracamy.

UNIT.

Service internetowy UNIT
www.unit.com.pl

tradebizz.pl

Portal internetowy UNIT
www.tradebizz.pl

Partnerzy:

światbutów

**świat
ZABAWEK**
HOBBIETY I WYDARZENIA | BIZNES I PRACĘ EDUCATIONAL

**MODA
FORUM**
MODA I KOSMETYKA | WYDARZENIA

papierniczy
BIZNES I WYDARZENIA

**Kids
SHOP**

SKLEP SPORTOWY
WYDARZENIA I WYDARZENIA

**edu
concept
store**

Z&B
Zdobychanie Biznesu

Spis treści

02	Franczyza – to lubię!
04	Mam już dość etatu, idę „na swoje”
06	Nie kupuję franczyzy w ciemno
10	Sprawdzam pakiet franczyzowy
12	Ważę plusy i minusy (dla franczyzobiorcy i dla franczyzodawcy)
15	Franczyza na miarę moich oczekiwań
17	Jestem partnerem biznesowym dla franczyzodawcy
20	Franczyzobiorca przed lustrem
21	Wiarygodność we franczyzie
24	Umowy franczyzowe. Czy są w nich jakieś pułapki?
29	Franczyza to moja firma!
35	Prezentacje firm
39	O autorach
40	Ważne adresy, instytucje, media

Oddajemy w Państwa ręce nową publikację biznesową skierowaną do wszystkich zainteresowanych stworzeniem własnej firmy w obszarze franczyzy i dla tych, którzy już działają na tym polu jako franczyzodawcy. Odpowiadamy w niej m. in. na pytania: Czym jest franczyza? Jakie są jej mocne i słabe strony? Co zawiera umowa, a co pakiet franczyzowy? Jakie są obowiązki franczyzodawcy i franczyzobiorcy? „Franczyza. Twój markowy biznes” to kompendium wiedzy idealne dla wszystkich, którzy chcą prowadzić własny, sprawdzony biznes pod ochronnym parasolem franczyzy.

Joanna Banakiewicz-Brzozowska



Franczyza to lubię!

Autor: Kinga A. Wojciechowska

Wygląda na to, że oswoiliśmy franczyzę jako sposób na własny biznes i strategię rozwoju firmy. Według najnowszego raportu o rynku franczyzy w Polsce, przygotowanego przez firmę

doradcą Profit System, w naszym kraju działa ponad 700 sieci franczyzowych, z czego ponad 75% to firmy rodzime. Tylko jedna czwarta to koncepty zagraniczne, w tym najpopularniejszy

UWAGA NA PODRÓBK! Terminu franczyza nie zawsze używa się zgodnie z jego faktycznym znaczeniem. Chętnie posługują się nim przedstawiciele firm sieciowych, które nie świadczą usług ani nie sprzedają towarów, niczego nie wytwarzają i nie ma w nich przepływu know-how.

Działalność partnera polega jedynie na pozyskiwaniu nowych osób do współpracy i zarabianiu na pozyskiwaniu. To jednak nie jest franczyza a tylko piramida sprzedaży, ponieważ zyski zależą nie od liczby sprzedanych towarów czy usług, ale od liczby pozyskanych partnerów.

Podobny do franczyzy termin funkcjonuje także w ubezpieczeniach – franczyza – integralna lub redukcyjna oznacza udział własny ubezpieczonego w wartości szkody.

z nich – McDonald's. Także słowo „franczyza” weszło na stałe do naszych słowników, choć jeszcze czasem jest mylone z ubezpieczeniowym terminem „franszyza”, lub zniekształcane na przykład do postaci „franczyzna”. Rada języka polskiego nie pozostawia jednak wątpliwości, gdyż uznała słowo „franczyza” na określenie prowadzenia biznesu na licencji. Tym samym językowi usankcjonowała ekonomiczny fakt i odróżniła franczyzę od franczyzy – terminu z rynku ubezpieczeń.

Przedsiębiorca prowadzi biznes na zasadach franczyzy, korzystając z licencji franczyzodawcy – pod jego logo i w oparciu o jego doświadczenie biznesowe. Od tego momentu nazywany jest franczyzobiorcą. Mimo franczyzowego parasola ochronnego przedsiębiorca ponosi ryzyko biznesowe, które towarzyszy każdej działalności, zarabia, ale i ponosi wszystkie koszty. Doświadczenie franczyzodawcy jest kluczowe przy takim sposobie organizacji biznesu – dzięki niemu ryzyko prowadzenia działalności gospodarczej przez franczyzobiorcę spada.

FRANCZYZA – spolszczone słowo franchising – oznacza udział własny przedsiębiorcy (zwanego franczyzobiorcą) w biznesie organizatora całego systemu sprzedaży towarów, produktów lub usług, zwanego franczyzodawcą.

NIEPOWTARZALNA OKAZJA... ...Z MARKĄ JAK ŻADNA INNA



Szukasz wyjątkowego Partnera z międzynarodowym doświadczeniem w prowadzeniu sklepów franczyzowych?

Dołącz do brytyjskiej marki Clarks, która jest wyjątkowa z wielu powodów:

- założona w 1825 jest obecnie numerem 1 w sprzedaży obuwia codziennego
- posiada 185-letnie doświadczenie w projektowaniu obuwia
- znajduje się w 35 krajach na całym świecie
- sprzedaje 51 milionów par obuwia każdego roku
- posiada 25-letnie doświadczenie jako franczyzodawca
- zarządza 1400 salonami firmowymi, z czego 450 to sklepy franczyzowe

Wykorzystaj szansę na udaną współpracę franczyzową i skontaktuj się z nami:

C. & J. Clark Polska Sp. z o.o.
Al. Jerozolimskie 56 C, 00-803 Warszawa
tel.: 22 581 60 00
cee.franchising@clarks.com



Clarks

CLARKS.COM