

Franczyza w piekarni sposobem na umocnienie pozycji?



Niedawno pisałem o tym, że branża piekarska, i w pewnym stopniu również cukiernicza, są odporne na większość zawirowań gospodarczych i politycznych. Recesja bardziej wzmocni pozycję lokalnej piekarni niż ją osłabi. Recesja polega przede wszystkim na osłabieniu, u znacznej części społeczeństwa, zdolności nabywczych. To bezpośrednio uderza w producentów dóbr i usług, zwłaszcza tych luksusowych. Pieczywo jest tanim produktem spożywczym, bez którego trudno sobie wyobrazić normalną egzystencję. Obecnie następuje powolna, lecz zauważalna polaryzacja zasobności przedsiębiorców. Piekarze z racji specyfiki zachowują dotychczasowy poziom dochodów, inni przedsiębiorcy przeżywać będą kryzysy i bankructwa. Właściciele piekarni, mimo że nie będą zarabiali więcej, staną się ekonomicznie mocniejsi, ponieważ inni staną się ekonomicznie słabsi.

Od wielu lat piszę o tym, jak korzystnie sprzedać własną piekarnię. Tym razem, w okresie recesji, namawiam na wykorzystanie okazji do rozwoju swojej piekarni lub uruchomienie dodatkowych rodzajów działalności.

Pandemia jest więc okazją do wzmocnienia piekarni na lokalnym rynku. Wzmocnienie to może odbywać się przez rozbudowę sieci sprzedaży w drodze wykupywania upadających sklepów. Może też polegać na uruchomieniu nowego rodzaju działalności, która będzie prowadzona równolegle. Ktoś kiedyś zauważył, że sklepy z pieczywem mogą równocześnie sprzedawać na oddzielnym stoisku mięso i wędliny. W piekarni można również serwować kawę i wykwintne ciasta. Można też prowadzić sprzedaż suplementów diety lub produktów ekologicznych. Uruchomienie równoległego rodzaju działalności jest wprawdzie obciążające, jednak znacznie poprawia stabilność firmy, co może być ważne w trudnym ekonomicznie okresie recesji.

Z rozpoczęciem równoległej nowej działalności wiąże się wiele trudności i niebezpieczeństw, dlatego można skorzystać z gotowych rozwiązań prowadzenia działalności znanych jako franczyza. Ta forma uruchomienia nowej działalności jest pod wieloma względami optymalna.

Każdy przedsiębiorca planujący rozpoczęcie nowej działalności gospodarczej opartej na franczyzie musi podjąć decyzję, czy zakładać nową franczyzę czy kupować już istniejącą. Niewątpliwą zaletą franczyzy jest niższe ryzyko w porównaniu z nową samodzielną działalnością. Warto o tym wspomnieć, ponieważ w okresie pandemii i recesji z czasem pojawi się wiele okazji zakupu już istniejących sieci sprzedaży franczyzowej. Z drugiej strony francyzodawcy kuszą nowymi ofertami współpracy.

Zakładać nową franczyzę czy kupować już istniejącą? Oba rozwiązania mają swoje wady i zalety. Przedstawię zalety obu rozwiązań.

Nowa działalność franczyzowa

1. Zaletą nowej franczyzy jest cena – koszt założenia takiej działalności zawsze będzie niższy niż kupowania już istniejącej. Dużi francyzodawcy udzielają często dogodnych kredytów na rozpoczęcie współpracy. Zawsze uruchamianie nowej działalności to większe przedsięwzięcie i większe ryzyko w porównaniu do kupienia ugruntowanej, istniejącej już działalności franczyzowej.

2. Nowa franczyza to nowe wyposażenie techniczne. Zwykle, gdy kupujemy firmę, dziedziczymy istniejące wyposażenie. Postęp techniczny jest błyskawiczny, lepiej mieć nowy sprzęt niż korzystać z używanego.

3. Nowa działalność to nowi ludzie, procedury i zwyczaje. To możliwość zrealizowania swojej wizji równoległej firmy, oczywiście w ramach umowy franczyzy. Stara firma to stare nawyki, naleciałości, które trudno zmienić.

Zakup istniejącej firmy franczyzowej

1. Istniejąca franczyza ma swoją historię, wiadomo ile ma przychodów, na jakich produktach czy usługach zarabia oraz jaka jest sezonowość sprzedaży. Przy nowej działalności nie ma takich informacji. Kupując starą firmę wiemy co kupujemy, zakładając nową działalność „wchodzimy do ciemnego pokoju”. Miałem nie pisać o wadach, jednak warto zwrócić uwagę, czy istniejąca franczyza nie ma jakichś obciążeń wizerunkowych lub zaszłości prawnych. W nowym biznesie tego problemu nie będzie.

2. Kupowanie gotowej działalności opartej na franczyzie jest droższe, ale mniej ryzykowne. Wyższa cena może być zrekomensowana przez lepszą umowę z francyzodawcą. Ugruntowane podmioty zależne, które wypracowały sobie wysoką pozycję w sprzedaży oraz wykazały się długookresową stabilnością mają dużo lepszą pozycję negocjacyjną z francyzodawcą.

3. Firma działająca od wielu lat zazwyczaj może poszczycić się pokaźną bazą klientów, ugruntowaną reputacją oraz stabilną i korzystną współpracą z kontrahentami i dostawcami. Wartości te są głównym źródłem przewagi konkurencyjnej na lokalnym rynku. Przewagi te w przypadku powstającej działalności będą dopiero budowane.

Wywołana przez pandemię recesja jest okazją dla właścicieli piekarni do rozpoczęcia dodatkowego rodzaju działalności. To przedsięwzięcie można zrealizować wykorzystując umowę franczyzową. Jest to rozwiązanie, które zmniejsza wielkość zaangażowania oraz ryzyko porażki.

Wojciech Moszczyński