

# Franšizni model poslovanja se je zelo izkazal

**TZS** Ta poslovni model prinaša stabilnost, odpornost in prilagodljivost

V preteklih dveh letih se je franšizni model poslovanja zelo izkazal. Posel je uspeval v številnih sektorjih, ki so med pandemijo covid-19 dokazali svojo odpornost in prilagodljivost. Obenem so se skupaj odzvali na izzive, ki so jih prinašali hitre spremembe poslovnega okolja in predpisov, spremenjene potrošniške navade, povečanje odsotnosti zaposlenih in v nekaterih primerih tudi zaprtja prodajaln.

MARJANA KRISTAN FAZARINC

Kot pojasnjuje dr. Edith B. Steiner, sekretarka sekcije slovenskih franšiznih družb pri Trgovinski zbornici Slovenije (TZS), so blagovne znamke in podjetja, ki so si med pandemijo pridobili zaupanje in zvestobo strank tako, da so ostali osredotočeni na ohranitev in prilagoditev svojih storitev strankam in niso ovirali javnega zdravja, s tem povečali svoj promet in tudi število franšiznih enot, in vse to v času pandemije. »Takšne franšize obstajajo tudi v Sloveniji,« še pravi Edith B. Steiner.

Franšizni poslovni model je idealen za številne visokokvalificirane in usposobljene vodstvene delavce, ki iščejo nove izzive, še pravi sogovornica in dodaja, da so ti kadri pridobili potrebna znanja za vodenje podjetja, ne želijo pa se vrniti v stari ritem korporativnega življenja. »Takšnih posameznikov je bilo veliko na Češkem, Slovaškem ter v Romuniji pa tudi pri nas. Prodaja franšiz se je v času pandemije in zaprtij na teh trgih zelo dvigovala. Letošnji podpisi pogodb za nove franšize temeljijo

na delu in prodaji v zadnjem letu in menim, da so na voljo vse sestavine za obdobje visoke rasti franšiznega modela v Evropi.«

## Porast digitalnih franšiznih poslovnih modelov

Tudi EU je odmerila zajetna sredstva, namenjena predvsem manjšim podjetjem, zlasti tistim, ki želijo v svoje poslovanje vnesti okolju prijaznejše, trajnostne in digitalne poslovne modele. »Vpliv teh razdeljenih evropskih sredstev v obliki posojil na rast pričakujemo v letih 2023 in 2024,« še pravi sogovornica. In dodaja, da v prihodnjih dveh letih pričakuje porast digitalnih franšiznih poslovnih modelov, ki prinašajo hitrejšo umestitev na tuje trge, ker ne zahtevajo lokacije na trgu. »Prav tako bomo videvali vedno več podjetij, ki v svojem franšiznem poslovnem modelu ponujajo trajnostne rešitve.«

Sekcija slovenskih franšiznih družb pri TZS 29. septembra organizira tudi franšizni dogodek *Ko ne veš kako naprej! Franšiza – preverjen način za doseganje vaših sanj o podjetniški poti*, na katerem želijo spomniti na uspeh franšizinga kot poslovnega modela v Sloveniji in širše. »Na dogodku želimo poudariti stabilnost, odpornost in prilagodljivost tega poslovnega modela. Predstavili bomo jasnost, pomen in potek aktivnosti pri nakupu franšiz. Mnogi bodoči podjetniki ne vedo, kje začeti, in so pogosto presenečeni nad ogromnim številom franšiznih priložnosti, ki so na voljo. Ponavadi se jim odpre povsem nov pogled, kako veliko različnih franšiz po svetu išče



O franšizingu kot poslovnem modelu bodo konec septembra razpravljali na srečanju, ki ga organizira sekcija slovenskih franšiznih družb pri TZS. FOTO METKA KOMATAR

nove franšizne kandidate,« napove dr. Edith B. Steiner.

## Izkušnje članov sekcije

In kaj pravijo nekateri člani sekcije? Že od leta 1991 je na franšiznem trgu prisoten Mercator, ki ima v Sloveniji 625 lokacij, od tega 160 franšiznih prodajaln, ki so v lasti kmetijskih zadrug, manjših podjetij ali samostojnih podjetnikov. Večina franšiznih prodajaln je primerna za dnevne nakupe, saj je 90 odstotkov vseh manjših od 250 kvadratnih metrov. Kot pojasnjujejo, od leta 2016 sledijo sloganu, da je Mercatorjeva franšizna prodajalna Mercatorjeva prodajalna s pridihom lokalnosti, kar pomeni, da prinašajo Mercatorjevo podobo tudi na franšizne prodajalne, obenem pa spodbujajo delno diferenciacijo. »Franšize so deležne ugodnih nabavnih virov,

celovite marketinške podpore in so vključene v aktivnosti, ki jih izvaja Mercator na trgu. Ključni skupni točki vsem prodajalnam z Mercatorjevim logotipom so Pika kartica in izdelki trgovske znamke Mercator, ki morajo biti ekskluzivno zastopani na policah franšiznih prodajaln.«

Podjetje Optiprint s sedežem v Ljubljani je na trgu že 13 let, in sicer v Romuniji, BiH, na Hrvaškem, v Srbiji, Italiji in Sloveniji; skupaj imajo 11 franšiznih enot. Končnim uporabnikom, ki so poslovni subjekti, ponujajo učinkovite rešitve tiskanja, kopiranja ali skeniranja v obliki najema multifunkcijskih tiskalnikov. Njihov način uvedbe franšiznega poslovnega modela je bil, da so storitev testirali na domačem terenu, pri čemer jih je opazil franšizni partner z Obale, ki je bil njihov prvi franšizojemalec. Tako

so razvili franšizni sistem, s katerim so, kot pravijo, posameznikom omogočili, da imajo zdaj uspešno podjetniško pot, z njimi naprej gradijo blagovno znamko in širijo poslovanje.

Podjetje Omnilingua, katerega direktorica in soustanoviteljica je Nina Žerjal, otroke od treh mesecev do 19 let uči angleščine po svetovno priznani metodi Helen Doron English. Pred 11 leti je Nina Žerjal, profesorica angleščine in italijanščine, iskala način, kako takrat še ne triletno hčerko učiti angleščine, in našla metodo, ki je zdaj dostopna tudi slovenskim otrokom v 12 učnih centrih. Omejnjeni tečajji otroke naučijo praktične angleščine z razumevanjem in govorjenjem. »S poslovnim modelom Helen Doron English franšizni partnerji dobijo preverjen in stabilen poslovni model, podporo

sedeža, kjer skupina strokovnjakov nenehno skrbi, da programi vsebujejo najsodobnejše prijeme in omogočajo tudi uporabo sodobne tehnologije,« pravijo.

Razvoj organizacije BNI (angl. Business Networking International) temelji na franšiznem sistemu in zato dosegajo nenehno rast že od ustanovitve leta 1985. Franšizni sistem, kot pravi Jernej Pirc, nacionalni direktor BNI Adria, omogoča, da se podjetnik lažje posveti podjetniški rasti in manj časa porabi za delo »v poslu«. Podjetnik se nenehno srečuje z različnimi problemi in izzivi, ki pa jih s kolektivnim znanjem in izkušnjami, ki jih prinaša franšizni sistem, rešuje bistveno lažje. In to je le eden od mnogih pozitivnih vidikov, ki jih franšizni sistem prinaša podjetnikom, ki se odločijo, da svojo podjetniško pot utemeljijo s franšizo.

Zgodba AN.NIKA se je začela pred 15 leti, ko je ustanoviteljica Vida Ozis razvila lastne metode dela v medicinski pedikuri in odprla Center medicinske pedikure AN.NIKA v Celju. Ker so vanj prihajali ljudje iz vse Slovenije, se je pojavila ideja o franšizah. Franšizni partnerji se pred odprtjem centra izobražujejo po metodah AN.NIKA, tudi po končanem izobraževanju so strokovni seminarji stalnica. Leta 2020 so v Krškem odprli prvo franšizno enoto na področju medicinske pedikure, kmalu zatem pa še v Novi Gorici in Mariboru. »Pridobivanje novih strank, dodatno izobraževanje, podpora pri poslovanju, pomoč pri težjih primerih in inovacije na področju dela niso strošek franšizojemalca, in to so glavne prednosti franšiznega sistema AN.NIKA,« navajajo.

Banka Slovenije

29. 8. 2022

Referenčna tečajna lista Evropske centralne banke - Tečajji veljajo od 14.30 ure

Kriptovalute  
29. 8. 2022

18.01

Vzajemni skladi

VEP na Spremembe VEP v odstotkih

TRGOVINSKA