

Franczyza? Tylko w gastronomii

2014-08-25

Rynek franczyzy w Polsce zdominowany jest przez sieci gastronomiczne. To one od lat cieszą się największą popularnością wśród przedsiębiorców. Fakt ten potwierdza najnowsza analiza Akademii Rozwoju Systemów Sieciowych z której wynika, że koncepty gastronomiczne stanowią ponad 20 proc. wszystkich ofert franczyzowych w naszym kraju.

Franczyza pozwala na prowadzenie własnej działalności gospodarczej pod szyldem znanej marki. Licencjodawcy otrzymują sprawdzony pomysł na biznes, dostęp do know-how firmy oraz bieżące wsparcie. W zamian za to właściciele sieci oczekują, że firma będzie rozwijać się poprzez koncept franczyzowy. Gastronomia nadal na topie

Według najnowszych danych ARSS, gastronomia to wciąż najpopularniejsza branża wśród biznesów franczyzowych. Z badań ekspertów wynika, że koncepty gastronomiczne stanowią ponad 20 proc. wszystkich ofert franczyzowych w Polsce. Co więcej, w tej branży jest największy ruch i każdego roku powstają setki nowych restauracji, barów i kawiarni. Duży "ruch w interesie" oznacza też, że wiele nowopowstałych lokali zostaje zamkniętych. Powodują to zmieniające się tendencje na rynku. Nowa moda sprawia, że jedne lokale rosną w siłę, a inne upadają. Gastronomia jest specyficzną branżą w biznesie. Wymaga ona od przedsiębiorcy przewidywania nadchodzących trendów i wykorzystywania ich na swoją korzyść.

Obecnie w Polsce można zaobserwować wzrost świadomości konsumentów w zakresie zdrowego odżywiania. Restauracje Subway świetnie wpisują się w owy trend i wyróżniają się na tle konkurencji oferując polskim konsumentom produkt świeży i przygotowywany na ich oczach. Nasi franczyzodawcy obserwują rynek, a także potrafią słuchać swoich klientów oraz identyfikować ich potrzeby, ponieważ oprócz generowania zysków chcą odpowiadać na społeczne potrzeby Polaków i robią to - stwierdza Irena Schlosserova, koordynator rozwoju sieci Subway w krajach Europy Środkowo-Wschodniej.

Gastronomiczni franczyzodawcy najbardziej lubią proste systemy, niewymagające dużych nakładów finansowych, a gwarantujące spory zysk. Zaledwie za 30-40 tys. złotych można otworzyć fastfood, pizzerię, czy postawić punkt z lodami. Na otwarcie najtańszych kawiarni wystarczy już kilka czy kilkanaście tysięcy złotych.

Dobry moment na własny biznes

Rosnąca w siłę kultura jedzenia na mieście zdecydowanie sprzyja rozwojowi branży gastronomicznej. Najnowszy raport "Polska na talerzu 2014" ujawnia, że wśród najmłodszej grupy wiekowej (18-24 lata) aż 63,9 proc. osób co najmniej raz w tygodniu jada poza domem. Badania sugerują, że jest to nowa tendencja na polskim rynku. Starszym ludziom rzadziej zdarza się jeść posiłki poza domem, a wśród osób powyżej 65 roku życia, w lokalach jada zaledwie 7,6 proc. ankietowanych.

Przeczytaj cały artykuł