Brands&

Brands&Stories

02/2012

PŘÍBĚHY ZNAČEK

Husqvarna
Cremesso
Moser
LIU•JO
Porsche Design
Gant
SCANquilt
Bianchi
Bramac
MasterCard
OD Kotva
MARTELL CORDON BLEU
BUSHMAN
SaSaZu
Playmobil
Babypoint
Salón Dermitage
Latin Art Gallery

Jaký je současný stav franchisingu u nás, hlavní výhody a nejčastější problémy s touto formou podnikání

Při příležitosti připravovaného jubilejního X. ročníku konference FRANCHISING FORUM 2012, jehož organizátor – Česká asociace franchisingu si kladě za cíl znovu upoutat pozornost na franchising, jako jednu z nejstabilnějších a ekonomicky nejzajímavějších forem podnikání, jsme moderátorům a panelistům setkání položili tři otázky:

- *FRANCHISING FORUM 2012, je významnou odbornou konferencí, která má za cíl představit novinky v oblasti podnikání a také seznámit účastníky s aktuální situací v ČR. Jak vnímáte stav, případně rozvoj franchisingu v ČR?*
- *Jakou zásadní výhodu mají podle Vás podnikatelé, kteří jsou zapojeni do franchisové sítě, příp. do Vaší franchisové sítě?*
- *Můžete uvést příklad problému, se kterým jste se při vývoji, aplikaci a rozvoji franchisingu, příp. při poradenství setkali?*

Moderátor odpoledního panelového bloku - RNDr. Jiří Lošťák - poradce a konzultant v oblasti franchisového podnikání a budování obchodních sítí

- Současný stav? Jako poradce vnímám značný nárůst zájmu českých firem o vytváření vlastních franchisových sítí. Tito podnikatelé si uvědomují, že investice do vlastní odbytové sítě je jedinou šancí, jak nezmizet z trhu. Podnikatel má tedy pouze dvě možnosti: buď síť tvořit nebo se do sítě zapojit.
- Příklad problému? Neznalost a naivita mnohých budoucích franchisorů i franchisantů, která plyne z nedostatku informací o tom, jak má dobrý franchisový koncept vypadat. Podnikatelé šetří, na profesionálním zpracování know-how a na právním základu svého projektu. Franchisanti zase neinvestují čas ani peníze na získání informací k franchisingu a zejména k prověření konceptu, který chtějí koupit.

Moderátorka dopoledního panelového bloku Mgr. Martina Parusová Zímová, LL.M., advokátka Kocián Šolc Balaštík advokátní kancelář

- Česká republika je na tom ekonomicky oproti jiným zemím stále relativně dobře a právní prostředí je pro rozvoj franchisingu příznivé. Na trh má zájem vstoupit řada zahraničních franchisových konceptů, které u nás nejsou zastoupeny. Český trh rovněž řada zahraničních konceptů využívá jako testovací prostředí, zda jít s konceptem dále na východ. Kouzlo franchisingu pak objevuje čím dál více českých konceptů.
- Výhoda franchisingu? Rozhodne-li se někdo podnikat způsobem, že zakoupí franchisu osvědčeného konceptu má oproti zahájení podnikání „na zelené louce" tu výhodu, že eliminuje začátečnické chyby. Na druhou stranu je nutné si uvědomit, že pokud podnikám jako franchisant, je má kreativita do určité míry omezena a musím respektovat pravidla nastavená franchisorem.
- Častým problémem u řady českých konceptů je skutečnost, že si neuvědomují, že kvalitní franchisová smlouva je základem a že je to investice, která se vyplatí, neboť problémům je lepší předcházet než je pak řešit. Určitým evergreenem mezi problémy jsou pak soutěžní ujednání (zákazy konkurence, cenová ujednání, odběry zboží), kdy je mezi veřejností stále malé povědomí o tom, co sjednat lze a co již ne. Ale i zde vnímám za poslední roky určité zlepšení.

Stejné tři otázky byly položeny také účastníkům panelových diskusí

JUDr. Halka Pavlíková, advokátka v advokátní kanceláři Noerr s.r.o.

- Naše kancelář se zabývá právními aspekty franchisingu již řadu let, a musím říct, že počet dotazů v této oblasti v posledních letech značně vzrostl. Proto je dobře, že Česká asociace franchisingu pořádá akce jako Franchising Forum 2012.
- Výhoda? Na jedné straně jste samostatný podnikatel s vlastním ziskem, na straně druhé smíte využívat již osvědčené know-how a známou značku, a máte nejen v oblasti obchodní, nýbrž i v té právní, podporu franchisora jakožto zkušeného podnikatele.
- Problémy v praxi? S klienty řešíme celou řadu právních otázek, od ochrany know-how až po výši smluvních pokut za nedodržení povinností z franchisové smlouvy. V poslední době franchisoři často řeší otázku, do jaké míry mají informační povinnost vůči druhé straně, tj. vůči franchisantovi, před uzavřením franchisové smlouvy. Tj., do jaké míry mají zákonem danou povinnost rozkrývat svůj obchodní koncept, než začne jejich faktická spolupráce, a jak tuto situaci právně ošetřit.

JUDr. Jana Hanzlová, právník společnosti Tesco Franchise Stores ČR a.s.

- Rozvoj franchisingu v ČR vnímám velmi pozitivně a to zejména v oblasti českých konceptů. Je vidět, že čeští podnikatelé nechtějí být jen příjemci cizí franchisy, ale rovněž poskytovatelé vlastního franchisového konceptu.
- Výhodou franchisingu je silná podpora podnikatele ze strany franchisora. Postupy, obchodní kroky, resp. celá koncepce franchisy, je franchisorem promyšlená a odzkoušená a umožňuje tak podnikateli snížit riziko jeho podnikání.
- S potížemi se setkáváme spíše ve vztahu k pronajímatelům prostor nežli ve vztahu franchisant- franchisor. Ne vždy je pronajímatelem umožněná instalace reklamního značení dle našich potřeb a je tak nezbytné často měnit způsob označení tak, aby byla zachována jednotnost, a zároveň aby byl spokojen pronajímatel.

Kamila Zárychtová, ředitelka Business for Breakfast Česká republika, s.r.o.

- Díky vstupu rozmanitých zahraničních konceptů na český trh se v posledních 2 letech rozšířila možnost začít podnikat pod záštitou silného obchodního partnera již v mnoha oborech. Například „klubová" setkávání byla do nedávna typickou výsadou Anglie – nyní díky franchise se mohou podnikatelé pravidelně setkávat v klubech Business for Breakfast.
- Výhody? Nejsou na rozjezd a rozvoj podnikání sami. Každý franchisant se může těšit na prověřené postupy a návody. Franchisanti Business for Breakfast se pak mohou těšit na „nekončící" podporu z vedení společnosti, rady, tipy jak rozvíjet své kluby, jak pečovat o své zákazníky a kolektivní sdílení zkušeností s rozvojem franchisy od ostatních (již zkušených) franchisových partnerů Business for Breakfast.
- Problémy? Jsme průkopníci nové podnikatelské atmosféry v ČR, aplikujeme na trh myšlenku etického podnikání, networkingu a vzájemné spolupráce a budování byznysu prostřednictvím doporučení. Náš koncept v ČR nikdo neznal, tudíž byl největší oříšek šířit osvětu o mocném nástroji jménem „networking".

Jan Gonda, master franchisant NATUR-HOUSE pro Českou republiku a Slovensko.

- Je patrné, že v současnosti franchising neustále nabývá na síle a známosti. Pokud má franchisový koncept kvalitní produkt a služby, má cestu otevřenou k úspěšné a stabilní expanzi.
- Výhody? Naši partneři od nás získají prověřené a funkční know-how, kompletní podporu ze strany centrály, proškolení a kontinuální vzdělávání personálu. Pomůžeme jim i s hledáním vhodného místa pro provozovnu.
- Problémy? Pociťujeme nedostatek vhodných prostor pro nové pobočky. Je to dáno z části tím, že se naše síť celorepublikově zahušťuje a také tím, že požadujeme prostor o min. 29 m² na pěších zónách nebo obchodních centrech. Také pociťujeme neochotu bank financovat začínající podnikatele.

Aleš Kotěra, ČESKÝ GRUNT CZ, s.r.o., spolumajitel

- Franchising v ČR se po trochu opatrném startu před několika lety začíná stávat dle mého názoru plnohodnotnou formou spolupráce a rozvoje obchodních sítí. Potenciál pro růst této oboustranně výhodné spolupráce je stále veliký a očekávám další růst.
- Výhodou pro partnery je zejména rychlý start jejich podnikání, vysoká jistota jeho funkčnosti díky know-how, marketingu a veškeré podpoře ze strany franchisora, který se zároveň stará o neustálý rozvoj konceptu.
- Problémy se zaváděním do praxe? Při rozvoji konceptu jsme naráželi zejména na složitý právní řád, řadu předpisů a nepřehledných nařízení. To neúměrně zvyšuje časovou náročnost a náklady na právní servis a poradenství.

JUDr. Jiří Gajdarus, partner HÁJEK ZRZAVECKÝ advokátní kancelář, s.r.o.

- V posledních letech se franchising v ČR začíná rozvíjet rychlejším tempem, než tomu bylo v minulosti. Při porovnání se zahraničím, kde je franchising podstatně více rozšířený, se dá očekávat, že v dalších letech zažije franchising u nás další zvyšování zájmu o tuto formu podnikání.
- Hlavní výhodou je ve většině případů možnost využít v dané lokalitě obecně známou a pozitivně vnímanou značku. Využitím osvědčeného konceptu se pak zejména začínající podnikatelé mohou vyhnout celé řadě chyb, které by v případě rozjezdu vlastního podnikání udělali. Jako ve všech oblastech podnikání jsou pak zásadní ekonomické výhody, mezi které patří např. výhodnější podmínky ze strany dodavatelů, využití marketingových a propagačních akcí, apod.
- Spektrum jednotlivých problémů je značně široké. Obecně se dá říct, že jako poradci v oblasti práva se nejčastěji setkáváme s problémy majícími základ ve franchisové smlouvě.