

Za hrvatsko tržište zainteresiran je i lanac Hard Rock Cafe, koji nudi svoju franšizu. Možda će hrvatski Hard Rock Cafe izgledati poput ovoga u Pekingu

FRANŠIZE

Mnogim hrvatskim tvrtkama franšiza je jedina mogućnost za rast

Slovenska iskustva pokazuju da će se nakon ulaska Hrvatske u EU povećati interes europskih franšiza za širenje na hrvatskom tržištu. To će dodatno pojačati konkurentsku borbu na njemu, u kojoj će profitirati oni čije će poslovanje rasti

piše dr. sc. MIRELA ALPEZA
direktorica CEPOR-a

Sudeći prema podacima European Franchise Federationa (EFF), u Europskoj uniji je u 2010. godini na tržištu djelovalo oko 10.000 franšiznih sustava, od kojih su 80 posto franšize davatelja iz EU. Najveće franšize u EU ipak drže američke korporacije 7-Eleven, Subway i McDonald's. Među sto najvećih franšiznih mreža u EU nalaze se Fornetti, franšiza iz Mađarske (19. mjesto s ukupno 6464 franšizne lokacije), i Bata iz Češke Republike (24. mjesto s ukupno 5000 franšiznih lokacija). Hrvatska je, međutim, vrlo daleko od europskog prosjeka, ovdje je franšizno poslovanje još 'u povojima'. Prema procjenama Hrvatske fran-

šizne udruge, Hrvatska ima mali udio domaćih franšiznih sustava u njihovom ukupnom broju (20,6 posto) u odnosu na druge europske zemlje (Slovenija 48,6 posto, Mađarska 70,4 posto, Poljska 72,6 posto, Italija 96 posto). O franšiznom poslovanju u Hrvatskoj se intenzivnije počelo govoriti tek 2003. godine kada je održan prvi franšizni sajam u organizaciji Hrvatske franšizne udruge.

Manji troškovi Prema iskustvu Slovenske franšizne asocijacije, ulaskom Hrvatske u EU povećat će se interes europskih franšiza za širenje na hrvatskom tržištu, što će pojačati konkurentsku borbu u mnogim djelatnostima. S druge strane, i uspješnim poduzećima iz Hrvatske otvorit će se prilika konkuriranja na iznimno zahtjevnom tržištu EU. Za mnoge će razvoj i rast poslovanja biti predujet opstanka,

Prilike

AMERIČKE TVRTKE OMOGUĆUJU FRANŠIZU

Podršku u rješavanju problema slabe informiranosti o franšiznom poslovanju u Hrvatskoj dalo je veleposlanstvo SAD-a u Zagrebu putem programa Civil Society Small Grants. U sklopu njega provodi se projekt 'Promocija franšiznog poslovanja u Hrvatskoj' te izdaje publikacija 'Franšiza - najčešća pitanja i odgovori'. Također, u travnju CEPOR (www.cepor.hr) organizira informativne radionice o franšiznom poslovanju i prezentacije franšiznih ponuda odabranih američkih davatelja franšize, zainteresiranih za širenje poslovanja na hrvatskom tržištu: Hard Rock Cafea, EmbroideMe, Plan Ahead Eventsa, SuperGreen Solutionsa, Transworld Business Advisorsa, IZON Global Medije, Re/Maxa, Sign-A-Rame, KFC Corporationa, Cheeburger Cheeburgera, Office 1 SuperStoresa Internationala, Dairy Queena i Precision Tune Auto Care.

Kupili franšizu za edukaciju o franšizi

Osječki Centar za poduzetništvo kupio je franšizu od američkog Centra za franšizu iz El Pasa Sveučilišta u Teksasu za organizaciju edukativnog programa u Hrvatskoj. Na temelju američkoga uspješnog modela, osječki Centar pokreće edukativni program 'Franšiza od A do Ž', koji je do danas prošlo više od 400 polaznika te pokreće web-stranicu www.fransiza.hr koja, u nedostatku sajmova i specijaliziranih franšiznih časopisa, predstavlja ključno mjesto za uspostavljanje kontakata između davatelja i kupaca franšize u Hrvatskoj i široj regiji.

jer u protivnom će njihov poslovni model biti nekonkurentan, a samim time i neodrživ usljed velikih troškova po jedinici proizvoda zbog malih količina proizvoda i nekorištenja ekonomijom obujma.

Franšiza omogućuje brži rast i razvoj poslovanja uz niži iznos angažiranoga kapitala i za mnoga hrvatska poduzeća zbog nedostatka vlastitoga kapitala predstavlja možda jedinu primjenjivu strategiju rasta. Nažalost, brojni poduzetnici u Hrvatskoj nemaju razrađen scenarij o tome što će se dogoditi s njihovom djelatnosti i poduzećem ulaskom u EU i čekaju da reagiraju na promjene umjesto da se informiraju i preduhitre moguće probleme.

Slabe karike Nedavno održan okrugli stol na temu 'Povećanje konkurentnosti hrvatskoga gospodarstva u EU kroz izgradnju franšize', koji je organizirao Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva (CEPOR) u suradnji s Hrvatskom franšiznom udrugom i Centrom za franšizu Centra za poduzetništvo Osijek, potvrdio je probleme i prepreke razvoja franšiznog poslovanja u Hrvatskoj. Tako je jedna od većih prepreka nepostojanje zakonodavnog okvira franšiznog poslovanja kao i nepostojanje registra franšiza u Hrvatskoj (domaćih i inozemnih). Nema ni relevantne analize stanja i strategije razvoja franšiznog poslovanja u Hrvatskoj, a među najslabijim karikama je slaba razina educiranosti o prednostima franšiznog poslovanja među poduzetnicima početnicima i rastućim poduzećima. Slaba infrastrukturna podrška za razvoj franšiznog poslovanja uvjetovana je niskom razinom educiranosti odvjetnika i poslovnih savjetnika, nerazumijevanjem specifičnosti franšiznog poslovanja u financijskim institucijama te slabom zastupljenosti franšiznog poslovanja u formalnom sustavu obrazovanja. ■