**Nie wszystko złoto, co się świeci, czyli po czym poznać, że franczyza jest opłacalna**

**Kilka rad Przemysława Tymczyszyna, współtwórcy marki Makarun Spaghetti and Salad, dla tych, którzy chcieliby uruchomić własny biznes, a się boją, na temat tego od czego zacząć w przypadku franczyzy.**

**Mam mały kapitalik, chcę go sensownie zainwestować. Co franczyzobiorca powinien sprawdzić na początku, żeby nabrać przekonania do biznesu?**

**Przemysław Tymczyszyn:** Powinien najpierw zobaczyć go oczami zwykłego klienta. Po prostu, wybrać się do sklepu czy do firmy, która go interesuje i zweryfikować swoje wyobrażenia. Sprawdzić „na własnej skórze” jakość produktu, poziom obsługi, a potem szczerze odpowiedzieć sobie na pytania: „Czy ja bym to kupił? Czy ludzie będą tym zainteresowani? Czy chcę to sprzedawać?” Ujmując to krótko - musi poczuć biznes. Niech weźmie też pod uwagę, że będzie się tym zajmować przez pięć albo dziesięć najbliższych lat i zdecydować czy jest na to gotowy. Gdyby ktoś zaproponował mi prowadzenie przedszkola, gdzie trzeba moim zdaniem czuć temat edukacji, to powiedziałbym: „Nie, to nie dla mnie”. I nie ważne jak dobry byłby to biznes. Ale komuś innemu może to odpowiadać. To też kwestia indywidualnych upodobań.

**Powiedzmy, że pierwsze oględziny wpadły korzystnie. Co dalej?**

Początkujący przedsiębiorca musi też zdać sobie sprawę z tego, kto będzie jego klientem. Czy produkt, który zamierza sprzedawać jest niszowy czy też ustabilizowany, bezpieczny? Czy chce wystartować w popularnym miejscu, czy woli poszukać czegoś nowego? I tu ważne jest indywidualne podejście do biznesu jako takiego. Jedna osoba powie, że woli otworzyć punkt w miejscu, gdzie do tej pory nie działo się nic. Gotowa jest podjąć ryzyko, licząc, że trafi w dziesiątkę. Kto inny będzie jednak bardziej przekonany do tego, by uruchomić interes w sprawdzonej lokalizacji, gdzie można spodziewać się regularnego, choć niekoniecznie wielkiego dochodu. My pierwszego Makaruna otwieraliśmy na gastronomicznej pustyni, bo czuliśmy, że punkt z niedrogim, dobrym jakościowo jedzeniem musi się tam przyjąć. Można powiedzieć, że najpierw dostrzegliśmy brak - czyli zdiagnozowaliśmy potrzeby klienta, a potem szukaliśmy dla niego produktu.

**Dla którego typu inwestorów jest franczyza?**

Moim zdaniem dla tych ludzi, którzy zamierzają ograniczyć ryzyko inwestycyjne oraz chcą zdywersyfikować źródła przychodów tj. ulokować kapitał w jakiś sprawdzony wcześniej przez takich jak my biznes. Franczyza jest również dla osób, które nie do końca mają pomysł na firmę, a chcą prowadzić swoją własną działalność, często mając już upatrzoną jakąś interesującą lokalizację lub niszę na rynku. Przeszliśmy drogę od przysłowiowego pucybuta, także po to, by teraz ułatwiać innym wejście w branżę, pomóc im ominąć rafy, a także czerpać z naszego doświadczenia korzyści.

**Jeśli już się na coś wstępnie zdecydowaliśmy, jak określić szanse powodzenia?**

Jeżeli mamy poczucie, że to biznes, który nam odpowiada, to pięknie. Teraz jednak koniecznie trzeba uważnie przestudiować twarde dane z „Excela”. Zweryfikować, czy są przedstawione w sposób rzetelny i absolutnie oczekiwać tego od franczyzodawcy.

 Nikt oczywiście niczego nam na 100 proc. nie zagwarantuje, biznes zawsze obarczony jest ryzykiem, ale podpisując umowę musimy mieć przekonanie, że liczby i wskaźniki też mówią: „tak” , są realne i osiągalne.

**Które z tych liczb są najważniejsze?**

Wyobraźmy sobie, że chcę otworzyć wcześniej wspomniane przedszkole. Najpierw muszę dowiedzieć się ile potrzebuję pieniędzy na inwestycję, a potem ustalić w jakim czasie koszty powinny się zwrócić. Trzeba do sprawy podejść bardzo szczegółowo i analitycznie. Rozmawiam z przykładowym franczyzodawcą. Pytam ile to będzie kosztowało, a on mi odpowiada: „350 tysięcy”. I to jest - według mnie - najgorsza z możliwych odpowiedzi. Dużo lepiej przyjąłbym lakoniczne: „To zależy”. Wtedy wiem, że rozmawiam z kimś poważnie podchodzącym do tematu. Ponieważ jest bardzo wiele zmiennych wpływających na koszty, a pies jak zwykle pogrzebany jest w szczegółach. I jeśli franczyzodawca opowie mi rzetelnie o tych znaczących detalach, to warto z nim dalej rozmawiać. Bo jeśli wspomniane przedszkole będzie zajmowało 400 m. kw. powierzchni, to jest jasne, że będzie kosztowało więcej niż to, które ma tylko 200 m. kw. Chyba, że to drugie jest po generalnym remoncie. Ale chodzi właśnie o to, by partner zrozumiał skąd się biorą takie, a nie inne koszty i je zaakceptował. I tutaj moja rada jako franczyzodawcy: nie ma co się targować. Albo ufam ludziom, z którymi chcę współpracować i którzy zęby zjedli na tym biznesie, albo nie. Jeżeli proponują nam konkretny sprzęt czy wyposażenie, to nie szukajmy tańszej oferty, bo ta zaproponowana przez franczyzodawcę z pewnością jest sprawdzona pod każdym względem – również w korelacji jakości do ceny. Potem takie sytuacje kładą się cieniem na dalszej współpracy. Jeżeli franczyzodawcy nie wzbudzili naszego zaufania, to pożegnajmy się przed podpisaniem umowy. Bierzmy wszystko albo nic, bo inaczej dochodzi do nieporozumień i dwie strony kosztuje to więcej pieniędzy oraz niepotrzebnych nerwów.

**W końcu musi paść najważniejsze pytanie: kiedy to powinno zacząć zarabiać?**

Zazwyczaj podaje się takie oczywiste koszty jak np.: woda, prąd, gaz, terminale płatnicze, pracownicy, czynsz. Ale spróbujmy sobie wyobrazić, z największą dokładnością, jak to rzeczywiście funkcjonuje. Pójdźmy nawet do podobnego lokalu i porównajmy wyliczenia jakie dostaliśmy, z tym co widzimy na miejscu, a więc np. w punkcie są cztery sprzedawczynie, na my w kalkulacji mamy tylko dwie. Sprawdźmy czy są w niej uwzględnione np. środki czystości, ochrona, czy wywóz odpadów. Jeśli te wszystkie „małe rzeczy” są policzone, to na 90 proc. biznes jest dobrze przemyślany. A jeżeli to co widoczne gołym okiem zgadza się, to zapewne można też zaufać franczyzodawcy w kwestiach, których nie widać, a są one jego „know-how” opisanym zwykle w podręczniku operacyjnym dla franczyzobiorcy. Na pewno warto jest pytać. Lepiej zadać dwa pytania za dużo niż jedno za mało.

**O czym więc pamiętać przy podpisywaniu umowy? Na co pod żadnym pozorem się nie godzić?**

Powtórzę: to zależy. Można się zgodzić na bardzo specyficzne warunki, kiedy z kalkulacji wynika, że ostatecznie przyniosą korzyść. Są jednak pewne punkty, które warto mieć na uwadze, np. okres obowiązywania umowy franczyzowej powinien być taki sam jak czas,

 na który wynajmujemy lokal. Nie podpisujmy umowy najmu z możliwością trzymiesięcznego wypowiedzenia. Bo powiedzmy, że inwestujemy w sklep, idzie świetnie i nagle właściciel życzy sobie większego czynszu, albo opuszczenia lokalu. Co wtedy? Nawet jeśli oferta jest poważna, przeanalizujmy też pesymistyczne scenariusze. W umowie należy też określić warunki rozwiązania umowy.

**Co jeszcze powinno wzbudzać czujność?**

Zwracajmy uwagę na wiarygodność oferty. Ktoś podaje np., że koszt inwestycji to 40 tys. zł i że będę zarabiał 13 tys. miesięcznie, czyli zwrot osiągnę w trzy miesiące. Super, tylko niech potencjalny franczyzbiorca zada sobie wtedy pytanie: „Dlaczego wszyscy tego nie robią, przecież to istne Eldorado?” Dlaczego ta firma nie ma 200 własnych punktów, tylko sprzedaje koncept we franczyzie? A takie „magiczne oferty” bez trudu można znaleźć na rynku. W kwestii doboru lokalizacji warto słuchać podpowiedzi franczyzodawcy, ale osoba, która jest z danego miasta też wie jakie są plusy i minusy miejsca, zna lokalne przyzwyczajenia i upodobania. Trzeba też określić jakie mamy realnie możliwości czasowe, na ile możemy zaangażować się w biznes, czy jesteśmy w stanie spełnić wymagania franczyzodawcy. Często najlepszy biznes w świetnej lokalizacji pozostawiony bez opieki nie zarabia. I na odwrót, ten sam biznes w średniej lokalizacji dzięki zaangażowaniu przedsiębiorcy potrafi osiągnąć ponadprzeciętne wyniki. Wsparcie franczyzodawcy jest bardzo ważne, ale to w końcu biznes franczyzobiorcy!