

FRANCHISEFORMEN ØKENDE I NORGE



HELLER FAST ANSETTELSE: Et flertall av kjeder opplever at det er vanskeligere å rekruttere franchisetakere enn faste ansatte. Dette kommer fram i en undersøkelse gjort av rekrutteringsselskapet Cappa. F.v. partner i Cappa, Frode Finsrud og førsteamanuensis ved BI, Jan Ketil Arnulf.

Rekrutteringsselskapet Cappa gjennomførte i september 2005 en undersøkelse for å kartlegge hvordan norske kjeder rekrutterer franchisetakere. De fikk respons fra 40 kjeder som helt eller delvis driver med franchise. Sammen med psykolog og førsteamanuensis ved BI, Jan Ketil Arnulf har de nå sett nærmere på resultatene.

Undersøkelsen viser at åtte av ti kjeder vil etablere nye enheter i 2006. Frode Finsrud, partner i Cappa, forteller at franchiseformen er økende i Norge. Norge er også ett av de landene i verden med størst andel franchisedrevde forretninger.

- Ett av forholdene som kan forklare populariteten er at Norge er et landstrakt land som gjør det tungvint å følge opp butikkleddet. Franchise tillater en mer selvstendig arbeidsform enn filialdrift, og lokalt eierskap bidrar til økt

egenmotivasjon og mindre detaljoppfølging fra sentralt hold. Dessuten har man jevnt over gode erfaringer med franchise i Norge, sier han.

Vanskeligere å rekruttere

Et flertall av kjedene erfarer at det er vanskeligere å rekruttere franchisetakere enn faste ansatte. Hovedutfordringen er å finne kandidater som klarer kravene til finansiering. Andre viktige utfordringer kjedene har er å forklare hva det vil si å drive sin egen virksomhet, og å skape trygget for et fremtidig

inntekspotensiale.

- Vi opplever at situasjonen i arbeidsmarkedet er med på å påvirke i hvilken grad folk ønsker å drive for seg selv. Det er nå lettere enn før å få en fast stilling med god lønn uten å måtte satse sparepengene sine. Det kommer også stadig flere gode franchisekonsepter som konkurrerer om de samme kandidatene. Slike forhold er med på å gjøre rekrutteringen vanskeligere enn tidligere, sier Finsrud.

Arnulf påpeker at kjedenes

modenhet og størrelse gjør utslag i hvilken taktikk de velger i rekrutteringsprosessen.

- Det finnes to grupper av kjeder. Den ene gruppen har mange enheter og benytter franchise fordi de erfarer at det er beste driftsformen for dem. Den andre gruppen er mer i startfasen og benytter franchise som en enklere måte å vokse på, i og med at risikoen og kapitalbehovet er lavere for kjedekontoret, sier han.

Egenskaper hos franchisetakeren

Kjedene ser i hovedsak ut til å søke to hovedtyper av franchisetakere: Den unge, sultne, entusiastiske og tilstedeværende selgertypen. Eller den strukturerte driveren med god

økonomisk sans og evne til å følge de oppsatte rutiner. Som regel er disse egenskapene motsenninger, og gjenspeiler ytterpunktene hos en kandidat. Hvilke egenskaper som foretrekkes avhenger mye av hvor sterk styring og struktur som gis av kjedekontoret. Det varierer også med hvor etablert konseptet er, samt profil og arbeidsoppgaver.

Finsrud trekker fram Space-

world som et eksempel på en kjede som har endret krav i forhold til hvem de vil ha som franchisetakere. Tidligere søkte de gjerne entusiastiske og sultne selgertypen. Nå som kjeden er veletablert med mange rutiner og aktiviteter, er det avgjørende at de

rekrutterer personer med evne til å følge både rutiner, kampanjer og konsept.

- Synet på franchisetakerne forandrer seg etter kjedens forutsetninger, sier han.

Et paradoks er at kjedene forventer en person med gode økonomiske kunnskaper, men de legger lite vekt på høyere utdanning.

Hva forventes det av franchisetakeren?

Det er veldig viktig for kjedene at franchisetakeren er til stede i bedriften. Høy entusiasme og stor arbeidskapasitet er også egenskaper som blir lagt vekt på. Finsrud forteller at de fleste kjeder ser på det å følge regler og prosedyrer til punkt og prikke som mindre viktig.

De er mer opptatte av å få en god selger. Det er heller ikke så viktig at franchisetakeren har erfaring fra bransjen, man ser mer etter en person med kremmeregenskaper.

Cappa vil i løpet av 2006 gjennomføre en ny undersøkelse. Denne gangen med fokus på kandidater som har takket nei til å bli franchisetakere. Dette skal forhåpentligvis gi svar på hva som ligger bak avgjørelsen. Cappa håper å kunne bruke resultatene til å forbedre sine egne tjenester som rekrutteringsselskap, og gi kjedene flere råd om hva som kan gjøres annerledes.

Bjørnhild Kjarsvik
bjornhild@kjedemagasinet.no

Varesikring er den mest effektive beskyttelse mot butikktveri.

Vi har både AM og RF systemer, slik at du får det produktet som passer dine varer og din butikkverdi.

Vi er representert over hele Norge, slik at installasjon og service utføres hurtig.

For mer informasjon kontakt: Håvard Polden, havard.polden@securitas.no tlf.: 23 03 80 88

SECURITAS

RESPONSE