

Dzień Przedsiębiorcy. Dlaczego wsparcie staje się kluczowym elementem rozwoju biznesu?

Jak co roku, 21 czerwca obchodziliśmy Dzień Przedsiębiorcy. To święto osób, które każdego dnia tworzą miejsca pracy i napędzają polską gospodarkę, przy okazji rozwijając lokalne społeczności. Najnowsze badanie IBRiS pokazuje, że przedsiębiorcy coraz częściej zwracają uwagę na dostęp do wiedzy, praktyczne wsparcie oraz na rozwiązania ograniczające ryzyko związane z prowadzeniem biznesu. Żabka stara się odpowiadać na te potrzeby, dzięki czemu co roku do sieci dołączają kolejni franczyzobiorcy, tworząc już pręźnie działającą społeczność liczącą ponad 11 000 przedsiębiorców.

Niezależność i samodzielność pozostają najważniejszymi motywacjami do rozpoczęcia działalności gospodarczej. Z badania IBRiS, przeprowadzonego w ramach projektu „Perspektywy Polskiej Przedsiębiorczości” w maju br., wynika, że dla 59 proc. respondentów kluczowa jest możliwość samodzielnego podejmowania decyzji, dla 41 proc. elastyczne zarządzanie własnym czasem, a dla 40 proc. szansa realizacji własnych pomysłów. Podobne wyniki dotyczą zalet prowadzenia działalności gospodarczej – 65,1 proc. badanych wskazuje niezależność, a 62 proc. możliwość samodzielnego organizowania dnia pracy. Jednocześnie przedsiębiorcy coraz częściej podkreślają, że realizacja tych aspiracji jest łatwiejsza, gdy za biznesem stoi sprawdzony model działania, dostęp do know-how oraz wsparcie organizacyjne.

– Przedsiębiorczość pozostaje jednym z najważniejszych motorów rozwoju polskiej gospodarki. Za każdą firmą stoi człowiek, który mierzy się z różnymi wyzwaniami, tworzy miejsca pracy i odpowiada na potrzeby lokalnej społeczności. Dlatego tak ważne jest budowanie ekosystemu, który ułatwia rozpoczęcie działalności, pomaga rozwijać kompetencje biznesowe i daje dostęp do sprawdzonych narzędzi wspierających rozwój firmy – komentuje Przemysław Kijewski, Chief Operating Officer w Żabka Polska.

Jaki model biznesowy wybierają Polacy?

Coraz większe znaczenie mają sprawdzone rozwiązania. Z tegorocznego badania IBRiS wynika, że wśród największych zalet franczyzy przedsiębiorcy wskazują rozpoznawalną markę (44,6 proc.), sprawdzony model biznesowy (38,8 proc.) oraz wsparcie operacyjne (32,5 proc.). Statystyki znajdują swoje odzwierciedlenie w modelu franczyzowym sieci Żabka. Sklepy pod zielonym szyldem prowadzi już ponad 11 000 franczyzobiorców. Społeczność przedsiębiorców rozwijających biznes pod zielonym szyldem jest niezwykle różnorodna. Kobiety stanowią 65 proc. wszystkich franczyzobiorców, a przedsiębiorcy mają od 18 do 78 lat. Ponad 1300 osób pochodzi z zagranicy, reprezentując 15 krajów.

Zainteresowanie franczyzą z Żabką wynika również z potrzeby ograniczania ryzyka na początku działalności. Kandydaci na franczyzobiorców mogą korzystać z programów przygotowujących do prowadzenia biznesu jeszcze przed podjęciem ostatecznej decyzji. Jednym z nich jest „Bezpieczny Start”, który pozwala przez kilka tygodni pracować w funkcjonującym sklepie Żabka i poznać codzienne obowiązki przedsiębiorcy. Kolejnym istotnym rozwiązaniem jest „Polisa na Biznes”, czyli zbiorowe ubezpieczenie przygotowane przez sieć i Towarzystwo Ubezpieczeń Wzajemnych Polski



Zakład Ubezpieczeń Wzajemnych (Tuw PZUW). To unikalne na rynku rozwiązanie, które zabezpiecza finansowo po zakończeniu współpracy.

- Biznes franczyzowy daje solidny fundament i większe bezpieczeństwo niż działalność prowadzona samodzielnie od podstaw. Otrzymujemy od sieci kompleksowe wsparcie – technologiczne, marketingowe i operacyjne. Mamy również zapewnioną obsługę logistyczną czy serwis sprzętu w sklepie. Bardzo ważna jest także rozpoznawalność marki, która przyciąga klientów i ułatwia im wybór - konsumenci wiedzą, co mogą kupić i z jakich usług mogą skorzystać - podkreśla Krystian Galusik, franczyzobiorca Żabki z Ostrowa Wielkopolskiego.

Od 2024 r. elementem wdrażania nowych przedsiębiorców do sieci Żabka jest Akademia Przedsiębiorczości realizowana we współpracy ze środowiskiem akademickim. Program pozwala zdobyć praktyczną wiedzę z zakresu finansów, zarządzania, organizacji pracy oraz rozwijania własnej działalności gospodarczej.

O stabilności modelu franczyzowego świadczą również dane dotyczące długoterminowej współpracy przedsiębiorców z siecią. Obecnie, co trzeci franczyzobiorca Żabki (32 proc.) prowadzi swój biznes od ponad czterech lat, a niektórzy są związani z marką już od blisko 22 lat. Według danych Polskiej Organizacji Francyzodawców około 80 proc. przedsiębiorców współpracujących w modelu franczyzowym po pięciu latach nadal prowadzi swoją działalność, podczas gdy w przypadku firm rozwijanych samodzielnie, bez wsparcia sieci franczyzowej, analogiczny wskaźnik wynosi około 20 proc.

Wiedza jako fundament przedsiębiorczości

Potrzeba edukacji biznesowej pozostaje jednym z najważniejszych wyzwań dla osób myślących o własnej działalności. We wspomnianym badaniu IBRIŚ wskazano, że przedsiębiorcy najczęściej oczekują doradztwa i wsparcia merytorycznego (68,5 proc.) oraz kapitału na start (62 proc.). Wielu obawia się także formalności, dokumentacji i praktycznych aspektów prowadzenia firmy.

Odpowiedzią na te potrzeby jest Studium Przedsiębiorczości – bezpłatna platforma edukacyjna stworzona przez Żabkę dla osób chcących rozwijać kompetencje biznesowe. Oferuje praktyczną wiedzę z zakresu zarządzania, marketingu, finansów i prawa, a także materiały wspierające osoby planujące własny biznes – w tym również cudzoziemców rozwijających działalność w Polsce. W ciągu dwóch lat działalności skorzystało z niej już ponad 600 tys. użytkowników.

Grupa Żabka to kompleksowy ekosystem convenience, którego misją jest tworzenie wartości poprzez upraszczanie codziennego życia klientów.

Grupa obsługuje rosnącą liczbę konsumentów szukających wygodnych rozwiązań, promując przy tym odpowiedzialne podejście wobec klientów, franczyzobiorców, dostawców oraz szeroko pojętego środowiska, w tym dbałość o zrównoważone korzystanie z produktów i opakowań.

Ekosystem Grupy Żabka obejmuje wiodącą w Polsce sieć sprzedaży detalicznej w formacie modern convenience działającą pod marką Żabka oraz działającą w Rumunii sieć spod marką Froo. Uzupełnia je sieć bezobsługowych sklepów autonomicznych pod szyldem Żabka Nano, umożliwiających robienie zakupów przez całą dobę w dowolny dzień tygodnia. Cała sieć na koniec kwietnia 2026 r. obejmowała 12 942 sklepy.



Grupa dysponuje również zaawansowaną, stale rozwijaną ofertą cyfrową. Należąca do niej marka Maczfit, powstała z myślą o osobach szukających zdrowej i jednocześnie wygodnej diety, dostarcza restauracyjnej jakości gotowe posiłki prosto do domu klienta. Platforma Dietly to z kolei wiodąca porównywarka dostawców cateringu dietetycznego. Działalność w zakresie internetowych zakupów spożywczych Grupa realizuje zaś za pośrednictwem marek Jush! i Delio.

Od października 2024 r. akcje Spółki notowane są na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie.

Kontakt dla mediów:

Biuro Prasowe

e-mail: biuro.prasowe@zabka.pl

tel. +48 514 877 509