Kobieca przedsiębiorczość rozwija się we franczyzie Sweet Gallery

Dane wskazują na rosnący udział franczyzobiorczyń w sieci

Warszawa, 17.11.2026 – Już niemal co czwartą nową jednoosobową działalność gospodarczą w Polsce zakładają kobiety. Wśród nich są także przedsiębiorczynie, które decydują się na prowadzenie własnego punktu gastronomicznego w modelu franczyzowym. W bieżącym roku kobiety stanowiły 41 proc. właścicieli konceptów słodkich sieci Sweet Gallery, czyli marek Lodolandia, SiGelato i Kołacz Na Okrągło. W konceptach słonych, do których należą marki Bafra Kebab, Good Chicken oraz BeefBus Burger & Kebab, franczyzobiorczynie stanowią 29 proc. Co istotne – udział ten w ciągu ostatnich kilku lat wzrósł w obu segmentach sieci. Świętujemy razem z nimi przypadający rokrocznie na 19 listopada Światowy Dzień Przedsiębiorczości Kobiet.

Kobiety ważną częścią Sweet Gallery

Jak wynika z danych Polskiego Instytutu Ekonomicznego[1], w 2025 r. kobiety zarejestrowały 102,8 tys. jednoosobowych działalności gospodarczych, co stanowiło 39 proc. wszystkich nowych JDG. 87 proc. tych działalności założyły Polki, a 13 proc. – cudzoziemki. Wśród obu grup w czołówce wybieranych sektorów znalazły się usługi. Jedną z możliwości wejścia na rynek jest franczyza, która pozwala rozwijać biznes w oparciu o gotowy koncept, rozpoznawalną markę i szerokie wsparcie oferowane przez sieć franczyzową.

- Światowy Dzień Przedsiębiorczości Kobiet to ważna okazja, by podkreślić rolę kobiet w rozwoju polskiej gospodarki i docenić ich wkład w budowanie nowoczesnego biznesu. Nasze franczyzobiorczynie tworzą różnorodną społeczność kobiet o odmiennych doświadczeniach życiowych i ścieżkach zawodowych. We wszystkich dostrzegamy i cenimy zaangażowanie, odpowiedzialność oraz determinację w rozwijaniu własnej działalności. Tworzymy model współpracy, który łączy właśnie samodzielność w prowadzeniu firmy z doświadczeniem, know-how i zapleczem organizacyjnym sieci, dając naszym franczyzobiorczyniom solidne podstawy do długofalowego rozwoju – **mówi Krzysztof Olesiak, CEO i członek zarządu Sweet Gallery.**

Kobiety stawiają na słodkie koncepty

W portfolio Sweet Gallery szczególne miejsce wśród kobiet zajmują koncepty słodkie, do których należą mobilne punkty Lodolandia, Kołacz na Okrągło i SiGelato. Udział franczyzobiorczyń w tym segmencie wynosi aż 41 proc., z czego 24 proc. prowadzi biznes w dużych miastach (powyżej 100 tys. mieszkańców). Dane sieci wskazują, że liczba przedsiębiorczyń wzrosła w ostatnim czasie. Jeszcze w 2023 roku było to 34 proc., zatem 6 punktów procentowych mniej.

[1] https://pie.net.pl/wp-content/uploads/2026/03/PEI_Weekly_EN_9-2026.pdf

Z kolei w ramach słonych konceptów Sweet Gallery, do których należą marki Bafra Kebab, Good Chicken oraz BeefBus Burger & Kebab, franczyzobiorczynie stanowią 29 proc. Wśród nich 24 proc. prowadzi swoje punkty mobilne w dużych miastach (powyżej 100 tys. mieszkańców), a 4 proc. stanowią cudzoziemki. Udział kobiet w tym segmencie sieci także wzrósł w ostatnich latach, chociaż nie tak istotnie, jak w konceptach słodkich - w 2021 roku wynosił 26 proc., czyli 3 punkty procentowe mniej niż w roku bieżącym.

Decyzje franczyzobiorczyń Sweet Gallery o rozpoczęciu działalności w tym modelu biznesowym wynikały z różnych potrzeb i motywacji. Dla jednych był to pierwszy krok w świecie przedsiębiorczości i szansa na realizację marzenia o odejściu z etatu czy przebranżowienie, dla innych – sposób na rozwijanie rodzinnego biznesu. Kobiety różnią się dotychczasowym doświadczeniem zawodowym czy sytuacją rodzinną, ale łączy je chęć aktywnego kształtowania własnej ścieżki zawodowej. W praktyce wiele z nich aktywnie współprowadzi biznes franczyzowy razem z mężami lub partnerami, nawet jeśli formalnie to oni występują jako franczyzobiorcy.

– *Decydując się na franczyzę ze Sweet Gallery, szukałam modelu, który pozwoli mi rozwijać działalność przy wsparciu istniejącego wiele lat na rynku partnera, bez konieczności budowania wszystkiego od podstaw. Od czterech lat z sukcesem rozwijam swój biznes, prowadząc dwa punkty Bafra Kebab. Zdobyte doświadczenie motywuje mnie do dalszego działania, poszukiwania nowych możliwości i konsekwentnego budowania silnej pozycji na rynku. Nie wykluczam również rozwoju sieci o kolejne lokalizacje* – podkreśla Sara Bolla-Grąźlewska, franczyzobiorczyni z sieci Bafra Kebab z Bydgoszczy.

Sweet Gallery oferuje kobietom możliwość realizacji własnych biznesów, w oparciu o gotowy koncept, bez konieczności samodzielnego budowania marki od podstaw. Franczyzobiorczynie korzystają m.in. z gotowego i wyposażonego punktu gastronomicznego, rozpoznawalnych, przyciągających klientów brandów, dobranych lokalizacji, szkoleń czy wsparcia na kolejnych etapach prowadzenia działalności.

Więcej informacji:

LoveBrands Group, Agencja PR dla Sweet Gallery
sgmedia@lovebrandsgroup.pl , tel. 570 840 485

***

O Sweet Gallery

Sweet Gallery to największa i najszybciej rozwijająca się sieć franczyzowa street food w Polsce z ponad 12-letnim doświadczeniem i ponad 1000 mobilnych punktów w kraju i za granicą. Wśród posiadanych konceptów znajdują się: Bafra Kebab, Good Chicken, BeefBus, Lodolandia, Kołacz na Okrągło i SiGelato. Punkty franczyzowe i własne działają w lokalizacjach o wysokim potencjale sprzedażowym – od największych miast po mniejsze miejscowości. Za sukcesem sieci stoi zespół ponad 250 ekspertów franczyzy, którzy wspierają franczyzobiorców na każdym etapie trwania współpracy franczyzowej, już od pierwszego dnia działalności punktu. Sweet Gallery posiada 20 proc. udziału w rynku street food, będąc największym graczem w sektorze mobilnej gastronomii. Bliższe informacje na: https://sweetgallery.pl/