

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích
Ekonomická fakulta
Katedra obchodu, cestovního ruchu a jazyků

Teze bakalářské práce

Franchising jako způsob podnikání ve vybraném podniku

Vypracoval: Aleš Marek

Vedoucí práce: Ing. Jan Šalamoun, PhD.

České Budějovice

2023

Klíčová slova: franchising, franchisant, franchisor, SWOT analýza, případová studie

Anotace:

Práce se zaměřuje na franchising ve společnosti McDonald's. Franchising představuje speciální druh spolupráce mezi franchisorem a franchisantem, kdy franchisor zaujímá postavení zpravidla velké společnosti, která za určitých podmínek poskytuje druhé straně (franchisorovi) právo podnikat pod jménem společnosti. Franchisant se zavazuje, že bude plnit vše podstatné vycházející z franchisingové smlouvy. Cílem práce je identifikace společnosti McDonald's a zjištění předností a nedostatků této společnosti vůči ostatním konkurentům v oblasti rychlého stravování na trhu. Na základě dat získaných z metod, jako jsou případové studie jednotlivých společností a dotazníkové šetření bude sestaven seznam vlastních doporučení pro tuto společnost.

Úvod

S franchisingem jsem se blíže setkal na hodině předmětu Základů obchodu na vysoké škole, kdy mě velice zaujala samotná podstata tohoto způsobu podnikání. Franchising totiž ukazuje způsob podnikání, který je založen na vzájemné spolupráci dvou stran, které jsou ale často ve výrazně odlišném postavení. Obvykle na jedné straně stojí velká společnost se silnou značkou, zatímco na straně druhé je podnikatel, který by rád podnikal pod jménem této společnosti. Pro výzkum jsem si chtěl vybrat franchisingovou společnost z gastronomického prostředí. Rozhodl jsem se rovnou pro tu největší. Jedná se o společnost McDonald's, která byla také průkopníkem franchisingu v České republice. Velice mě totiž zajímalo, jak funguje největší franchisa u nás, jak si společnost vybírá své franchisanty a také jak si společnost vede v porovnání s konkurencí.

Teoretická část bakalářské práce bude sloužit k detailnímu popisu franchisingu a jednotlivých oblastí s franchisingem spojených. Budou zde definovány základní pojmy franchisingu, historie, definice, výhody a nevýhody, franchisingové svazy a také franchisingová smlouva. Hlavním cílem této bakalářské práce je identifikace společnosti McDonald's a zjištění předností a nedostatků této společnosti vůči ostatním konkurentům v oblasti rychlého občerstvení. Mezi konkurenty jsem zařadil KFC a Burger King spadající pod společnost AmRest s.r.o., dále Bageterii Boulevard, jejíž koncept patří společnosti Crocodile ČR, spol. s.r.o. Pobočky těchto konceptů nalezneme po celé České republice. Jelikož ale studuji v Českých Budějovicích, rozhodl jsem se zařadit do výzkumu i dvě místní společnosti – Bouda Burgers a Hladový Vokno provozované společností Franzwelt s.r.o.

Jak jsem již řekl, tak společnost McDonald's je první a největší franchisou na našem území. S tím bude souviset i výzkumný předpoklad, který bude stanoven. Ačkoliv bude můj výzkum založen primárně na případových studiích, k ověření výzkumného předpokladu použiji také kvantitativní výzkum formou dotazníkového šetření.

V práci budou stanoveny také další výzkumné otázky, k jejichž zodpovězení budou sloužit mnou zpracované případové studie společnosti McDonald's a ostatních konkurentů v odvětví rychlého občerstvení. Případové studie budou zaměřeny na stěžejní oblasti jednotlivých společností počínaje popisem společnosti, rozmístěním jednotlivých poboček v České republice a Českých Budějovicích, poté oblast financí, sortimentu, mobilní aplikace či věrnostní programy pro zákazníky. Případová studie společnosti McDonald's bude také doplněna o oblast franchisingu. Data získaná z kvalitativního a kvantitativního výzkumu budou využita při tvorbě SWOT analýzy a následně k vytvoření přehledové tabulky předností a nedostatků společnosti McDonald's oproti ostatním konkurentům z odvětví rychlého občerstvení.

Vyhodnocení SWOT analýzy a výsledky kvantitativního a kvalitativního výzkumu budou sloužit pro ověření výzkumného předpokladu a k zodpovězení výzkumných otázek. Následně bude sestaven seznam doporučení pro společnost McDonald's.

Cíl práce

Hlavním cílem bakalářské práce je identifikace společnosti McDonald's a zjištění předností a nedostatků této společnosti vůči ostatním konkurentům v oblasti rychlého stravování na trhu.

Prvním dílčím cílem práce je Sestavení literární rešerše z pojmů jako je franchising, franchisingová smlouva, franchisová síť, poskytovatel a příjemce franchisy, etický kodex franchisingu, Česká asociace franchisingu a další.

Druhým dílčím cílem práce je Realizace kvalitativního marketingového výzkumu, formou případové studie zaměřené na zmapování obchodního systému franchisingu u společnosti McDonald's.

Třetím dílčím cílem práce je Realizace kvantitativního výzkumu, formou dotazníkového šetření zaměřeného na společnost McDonald's.

Čtvrtým dílčím cílem práce je Sestavení SWOT analýzy o přednostech a nedostacích této společnosti vůči konkurentům z oblasti rychlého občerstvení na trhu.

Následně byly položeny výzkumné otázky:

1. Jaké jsou charakteristické znaky společností zapojených do franchisingu?
2. Má společnost McDonald's pobočky ve všech krajích České republiky?
3. Ocenili by zákazníci McDonald's další pobočky společnosti i v menších sídelních útvarech?

Byl zde definován také výzkumný předpoklad:

1. Ve spojitosti s franchisingem se lidem nejčastěji vybaví právě společnost McDonald's.

Splnění jednotlivých cílů práce vedlo k zodpovězení těchto výzkumných otázek a k ověření výzkumného předpokladu.

Metodika

Bakalářská práce se zabývá problematikou franchisingu u společnosti McDonald's spadající do oblasti rychlého občerstvení s vyhodnocením předností a nedostatků oproti ostatním společnostem z této oblasti. Z tohoto zjištění je zapotřebí dosáhnout na kvalitní data z předem ověřených zdrojů. Zkoumaný podnik McDonald's se zabývá poskytováním služeb rychlého stravování.

Teoretická část práce popisuje franchising a oblasti s franchisingem související, jako je například historie franchisingu, charakteristické znaky franchisingu, jeho výhody a nevýhody anebo také franchisingové svazy či franchisingová smlouva.

Literární rešerše definuje základní pojmy jako poskytovatel a příjemce franchisy, franchisové poplatky, franchisová smlouva apod. K vytvoření této rešerše bylo využito zdrojů domácí a zahraniční literatury a vybraných článků dostupných v databázích vědeckých publikací, jež jsou uvedeny v přehledu literatury.

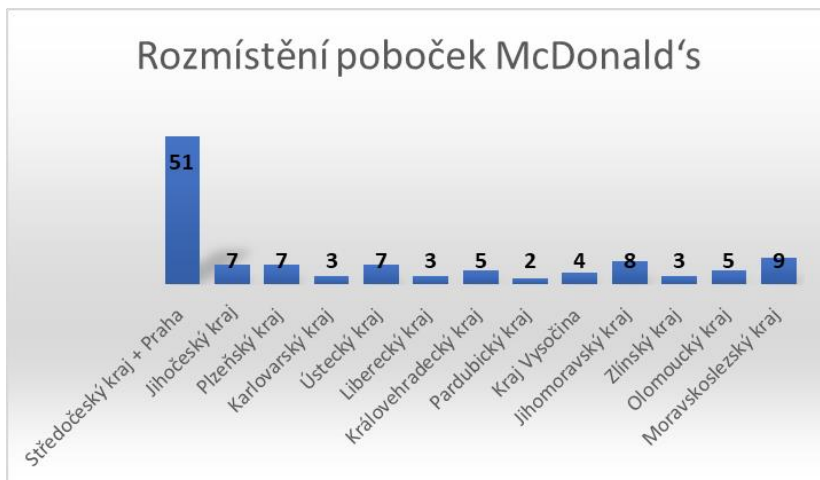
V praktické části je realizován marketingový výzkum vycházející z případových studií. Nad rámec kvalitativního marketingového výzkumu byl proveden také kvantitativní výzkum, formou dotazníkového šetření, který se týká společnosti McDonald's. Dotazník byl vytvořen v prostředí google forms a skládá se z úvodu a šesti otázek. Dotazník byl sdílen na sociálních sítích Facebook a Instagram 24.2.2023 a sběr byl zastaven 1.3.2023. Celkem se dotazníkového šetření zúčastnilo 92 respondentů.

Získaná data dále slouží ke SWOT analýze společnosti McDonald's, která následně odhalí přednosti a nedostatky této společnosti s porovnáním ke konkurenci.

Silné a slabé stránky se týkají vnitřního prostředí společnosti a z vnějšího prostředí vycházejí příležitosti a ohrožení.

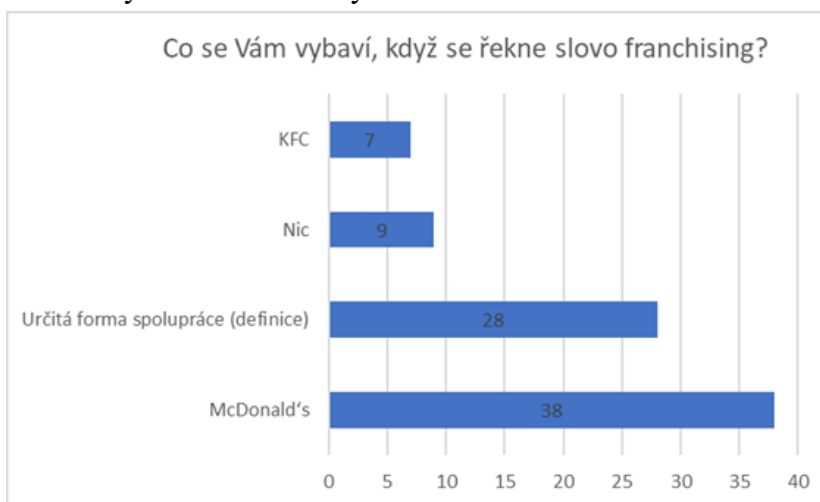
Výsledky a diskuse

Graf 1: Rozmístění poboček McDonald's



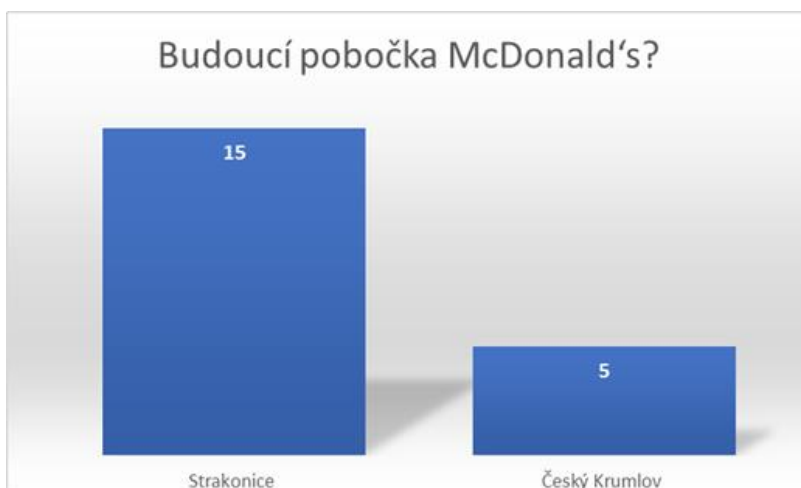
Zdroj: Vlastní zpracování

Graf 2: Vyhodnocení otázky č. 1



Zdroj: Vlastní zpracování

Graf 3: Vyhodnocení otázky č. 5



Zdroj: Vlastní zpracování

Schéma 1: SWOT matice

			Body	Váha	Celkem	
Interní prostředí	S	Síla značky	5	0,3	1,5	4,15
		Franchisingová společnost	4	0,05	0,2	
		Společný marketing	4	0,1	0,4	
		Množství poboček	4	0,2	0,8	
		Slevy pro studenty a kupony pro zákazníky	2	0,05	0,1	
		Propracovaný systém výběru franchisantů	4	0,05	0,2	
		McCafé a McDrive	4	0,1	0,4	
		Společensky odpovědná firma	3	0,05	0,15	
		Spolehlivý zaměstnavatel	4	0,1	0,4	
	W	Chybějící pobočky v menších sídelních útvarech	3	0,2	0,6	3,2
		Nedostatečná nabídka pro vegetariány/vegany	3	0,2	0,6	
		Vysoké vstupní náklady pro nové franchisanty	4	0,2	0,8	
		Dlouhý trénink franchisantů	3	0,2	0,6	
		Franchisant není vlastníkem nemovitosti	3	0,1	0,3	
		Dlouhé trvání smlouvy	3	0,1	0,3	
Externí prostředí	O	Otevření nových poboček v menších sídelních útvarech	5	0,25	1,25	4,2
		Nové vegetariánské či veganské produkty	3	0,2	0,6	
		Zvyšování digitalizace	5	0,3	1,5	
		Zařazení vybraných produktů ze sýrové sezony do stálé nabídky	2	0,05	0,1	
		Vybudování více nabíjecích stanic pro elektro automobily	3	0,05	0,15	
		Nové pracovní pozice pro studenty	4	0,15	0,6	
	T	Zvyšování povědomí o zdravém životním stylu	1	0,1	0,1	4
		Ekonomická krize	4	0,2	0,8	
		Změna spotřebitelského chování	4	0,2	0,8	
		Vstup nové konkurence na český trh	4	0,2	0,8	
		Klesající tržby	5	0,3	1,5	

Zdroj: Vlastní zpracování

V samotném výzkumu byla nejprve vytvořena tabulka oborů a jejich podíl na franchisingu v České republice, aby bylo zřejmé, jak si vede obor gastronomie v porovnání s ostatními obory. Z dat z roku 2017 vyplývá, že obor gastronomie zabírá největší podíl, přibližně 15% se čtyřiceti franchisami. Poté následuje sektor oděvů a obuvi, sektor potravin a obor realitních služeb.

V další části výzkumu byla zpracována případová studie společnosti McDonald's, která se týkala jednotlivých oblastí, mezi které patří například analýza rozmístění jednotlivých poboček, rozbor sortimentu, mobilní aplikace, finanční stránka společnosti a především detailní popis franchisingu v této společnosti. Z výsledků vyplývá, že společnost McDonald's má celkem 114 poboček napříč všemi kraji České republiky, přičemž v každém kraji nalezneme minimálně 2 pobočky. Zároveň se alespoň jedna z poboček nachází v každém krajském městě. Z výzkumu také vyplývá, že společnost pravidelně navyšuje tržby, je spolehlivým zaměstnavatelem a společensky odpovědnou společností. V podobném duchu byly zpracovány také případové studie jednotlivých konkurentů, mezi které patří KFC, Burger King, Bageterie Boulevard, Hladový Vokno a společnost Bouda Burgers.

Následuje vyhodnocení dotazníkového šetření. Dotazníkové šetření doplňuje případové studie, odpovídá na výzkumné otázky a slouží k ověření výzkumného předpokladu. K ověření výzkumného předpokladu, zda se většině respondentům vybaví právě McDonald's, když se řekne slovo franchising sloužila právě první otevřená otázka. Z celkového počtu 92 respondentů odpovědělo 90. Přesně u 38 respondentů nalezneme v odpovědi zahrnutou společnost McDonald's. To znamená, že více než 42% respondentů se vybavila společnost McDonald's. Pro porovnání například společnost KFC se vyskytovala v odpovědích pouze sedmkrát, což je 6x méně. Zbytek respondentů se snažilo franchising nějakým způsobem definovat, popsat, vysvětlit či nějak přiblížit. Část respondentů odpověděla, že se jim nevybaví nic, nebo že neví,

co to franchising je. Dále z dotazníkového šetření vyplynulo, že více než 80% dotazovaných vědělo, že McDonald's tvoří síť franšíz. Další z otázek se týkala frekvence návštěvnosti respondentů. Z dotazovaných respondentů jich více než 30% navštěvuje McDonald's 1 měsíčně, 29% pouze 1x za půl roku, 22% 3x měsíčně, 7% 1x ročně, 6% 1x týdně, 2% 3x týdně a 1% každý den. Další část dotazníku zkoumala, kolik respondentů má ve své obci pobočku McDonald's, respektive kolik respondentů ve své obci nebo v blízkém okolí pobočku postrádají. Více než třetina respondentů ve své obci pobočku má. Ze zbývajících přibližně 64% respondentů, kteří ve své obci pobočku nemají, by jich více než 27% pobočku ve svém okolí uvítalo. Poté měl respondent možnost zvolit město, kde by uvítal další z poboček. Nejvíce hlasů obdrželo město Strakonice.

Po vyhodnocení všech dat získaných z případových studií a dotazníkového šetření byla vytvořena SWOT analýza předností, nedostatků, příležitostí a ohrožení společnosti McDonald's oproti ostatním konkurentům z oblasti rychlého občerstvení na trhu. Po vyhodnocení SWOT analýzy jsem společnosti doporučil ofenzivní strategii, neboť silné stránky převažovaly nad slabými a příležitosti převyšovaly možné hrozby.

Na základě zvážení všech výsledků zkoumání byl sestaven seznam doporučení pro společnost McDonald's.

Závěr

Tématem bakalářské práce byl Franchising jako způsob podnikání ve vybraném podniku. Franchising je v posledních letech na vzestupu a bezpochyby se jedná o velice unikátní způsob podnikání.

Hlavním cílem bakalářské práce byla identifikace společnosti McDonald's a zjištění předností a nedostatků této společnosti vůči ostatním konkurentům v oblasti rychlého stravování na trhu. Mezi dílčí cíle práce patřilo sestavení literární rešerše, realizace kvantitativního marketingového výzkumu formou dotazníkového šetření, realizace kvalitativního marketingového výzkumu formou případových studií a sestavení SWOT analýzy týkající se společnosti McDonald's. V průběhu práce došlo k naplnění hlavního cíle práce i všech dílčích cílů.

V teoretické části práce byla provedena literární rešerše z dostupných českých i zahraničních zdrojů, přičemž jsem se snažil používat co nejaktuálnější literaturu. Tato část detailně popisuje franchising jako způsob podnikání a historický vývoj. Dále vymezuje základní pojmy, charakteristické znaky, jednotlivé formy franchisingu, jeho výhody a nevýhody, franchisingové svazy a jedna z kapitol se týká franchisingové smlouvy.

Část bakalářské práce je věnována také metodickému postupu a stanovení hlavního cíle práce. Dále zde byl vymezen výzkumný předpoklad a formulovány výzkumné otázky.

Praktická část byla zaměřena na samotný výzkum franchisingové společnosti McDonald's. Výzkum byl proveden formou případových studií této společnosti i jednotlivých konkurentů v odvětví rychlého občerstvení. Nad rámec kvalitativního marketingového výzkumu byl proveden také kvantitativní marketingový výzkum formou dotazníkového šetření, jehož výsledky byly dále využity při ověření výzkumného předpokladu a společně s výsledky z případových studií sloužily k zodpovězení dalších výzkumných otázek a provedení SWOT analýzy. Pro každou společnost byla zpracována případová studie, která popisuje fungování společnosti. Každá případová studie zahrnovala popis společnosti, analýzu rozmístění jednotlivých poboček, finanční stránku společnosti a popis mobilní aplikace a věrnostních programů pro zákazníka. V případové studii společnosti McDonald's nechyběl detailní popis franchisingového systému, který zahrnuje postup udělení licence, výběr a trénink kandidátů či vydefinování vhodného franchisanta.

Na závěr práce byla vyhodnocena SWOT analýza týkající se společnosti McDonald's, kde byly odkryty silné a slabé stránky této společnosti v porovnání s ostatními konkurenty v odvětví rychlého občerstvení. Byl zde také potvrzen výzkumný předpoklad, zodpovězeny výzkumné otázky a vytvořen seznam doporučení pro společnost McDonald's.

Další bibliografické údaje

Type of thesis: bachelor

Author: Aleš MAREK

Academic Year: 2022/2023

Department: Department of Commerce, Tourism and Languages, Faculty of Economics, University of South Bohemia in Ceske Budejovice, Czech Republic

Thesis supervisor: Ing. Jan Šalamoun, Ph.D.

Number of pages: 60

Language of thesis: CZ

Title of Thesis: Franchising as a way of business

Annotation: The bachelor thesis describes franchising as a way of business and focuses on history of franchising as well as the factors that support faster growth in the Czech Republic. It discusses the advantages and disadvantages from the perspective of the franchisor and the franchisee. Part of the thesis is devoted to the franchise contract which defines the relationships between the business partners. The data obtained from McDonald's are analysed. The purpose of this work is to characterize the company McDonalds and to identify the advantages and disadvantages in relation to other competitors on the market. A questionnaire survey and case studies are used for the research and the SWOT analysis is used to analyze the competition. The work finishes with recommendations for Mc Donalds.

Key words: franchising, franchisee, franchisor, SWOT analysis, case study