

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

Teze bakalářské práce

Franchising jako způsob podnikání u vybrané obchodní společnosti

Vypracovala: Kateřina Knížková

Vedoucí práce: Ing. Jan Šalamoun, PhD.

České Budějovice

2023

Klíčová slova: franchising, franchisor, franchisee

Anotace:

Práce zkoumá problematiku podnikání formou franchisingu se zaměřením na gastronomický sektor v České republice. Franchising je odbytový systém opírající se o spolupráci mezi franchisorem, který poskytuje práva k užívání značky a franchisee neboli nabyvatelem franchise. Cílem této práce je identifikace předností a nedostatků obchodní společnosti Kafe Korzo a návrh možných kroků pro vstup této společnosti do systému franchisingu. Prostřednictvím obsahové analýzy sekundárních zdrojů byl sestaven přehled aktuální situace na franchisovém trhu převážně v sektoru gastronomie a následně bylo přistoupeno k metodě dotazníkového šetření za účelem zmapování názorů respondentů ke vzniku franchise u obchodní společnosti Kafe Korzo. Získané informace mohou být přínosem jak pro vybranou obchodní společnost, tak pro všechny aktuální i potenciální subjekty podnikající na franchisovém trhu.

Úvod

Přestože franchising není v České republice právně zakotven, kromě obecné úpravy v občanském zákoně, podniká u nás touto formou značná část firem. Pokud firma vlastní úspěšný koncept, který si ověřila dlouholetým fungováním, bude ho chtít v rámci dlouhodobých cílů nejspíše rozšířit. Právě tato dlouhodobá zkušenost s provozem vlastního konceptu pomáhá odhalit nedostatky ve fungování podniku. Firma, která si je vědoma svých nedostatků může aktivně pracovat na jejich eliminaci a celkově zdokonalovat celý koncept. K tomu se navíc váže vypracování manuálů pro jednotlivé činnosti a používání informačních systémů. Pokud je firma tímto způsobem připravena na expanzi, potřebuje své znalosti předat někomu dalšímu. V tomto bodě se nabízí právě rozšíření formou franchisingu. Franchisor poskytne dlouholeté zkušenosti franchisantovi za úplaty a tím si zároveň zajistí svůj růst. Přitom má stále kontrolu nad dalšími pobočkami a může usměrňovat franchisanta, který vystupuje pod jeho značkou.

Franchising nabízí výhody pro obě spolupracující strany. Franchisor je schopen dále budovat svou značku a má příjem z poplatků franchisantů, franchisant naopak dostane potřebné know-how a možnost vystupovat pod známou značkou. Tento způsob spolupráce přináší samozřejmě také své nevýhody, jako je například poškození dobrého jména franchisora v případě neúspěchu jednoho z franchisantů.

Dokonalou ukázkou fungování franchisingu je americká firma McDonald's, která nabízí služby rychlého občerstvení. Franchisové systémy jsou dnes hojně uplatňovány právě v sektoru gastronomie, proto je v této práci věnována pozornost převážně tomuto tématu.

Teoretická část práce je zaměřena na samotný franchising, jednotlivé pojmy k jeho pochopení, druhy franchisingu a stručný vývoj ve světě i v ČR. Mimo jiné se soustředí také na některé franchisové instituce a na důležité kroky k založení franchisy. Praktická část se věnuje franchisovému trhu v ČR se zaměřením na firmy podnikající v gastronomickém sektoru. Tato práce nabízí stručný náhled do problematiky franchisingu a navrhuje konkrétní kroky potřebné k případnému rozšíření konceptu vybrané firmy formou franchisingu.

Cíle a metodika práce

Hlavním cílem bakalářské práce je identifikace předností a nedostatků obchodní společnosti Kafe Korzo a návrh možných kroků pro vstup této společnosti do systému franchisingu.

Dílčím cílem je sestavení literární rešerše z pojmů jako je franchising, franchisový balík, franchisová síť atd. Mimo jiné jsou popsány výhody a nevýhody franchisingu, vývoj franchisingu a fungování franchisingu v ČR.

Dále následuje provedení obsahové analýzy sekundárních zdrojů, s cílem charakterizovat procentuální podíl jednotlivých franchisových sektorů.

Posledním dílčím cílem je realizace kvantitativního marketingového výzkumu formou dotazníku, zaměřeného na zmapování názorů respondentů ke vzniku franchisy u obchodní společnosti Kafe Korzo.

Následně byly definovány výzkumné otázky a výzkumné předpoklady, na které bylo odpovězeno prostřednictvím naplnění dílčích cílů práce.

Bakalářská práce se věnuje problematice vstupu stávající obchodní společnosti do systému franchisingu se zjištěním, jaké jsou přednosti a nedostatky aktuálního konceptu této společnosti. Zkoumaným subjektem je obchodní společnost Kafe Korzo, která se zabývá hostinskou činností.

Teoretická část práce popisuje oblasti vycházejících z názvu práce. Praktická část práce vychází z hlavního a dílčích cílů práce.

Literární rešerše byla zpracovávána tak, aby vysvětlovala základní problematiku franchisingu, výhody a nevýhody franchisového podnikání a jeho stručný vývoj. Důraz byl kladen především na franchising v ČR, franchisové instituce působící v tuzemsku, hlavní milníky při založení franchisy a franchising v oblasti gastronomie. K vytvoření rešerše bylo využito zdrojů domácí a zahraniční literatury a vybraných článků dostupných v databázích vědeckých publikací.

Výsledky praktické části se opírají o obsahovou analýzu a dotazníkové šetření.

Data získaná technikou osobního sběru byla z dotazníkového šetření analyzována prostřednictvím programu Microsoft Excel. Kromě frekvenční analýzy bylo přistoupeno i ke crosstabs analýze (párová analýza), kde byly porovnány jednotlivé proměnné.

Před započítáním samotného sběru byla provedena pilotáž na 20 respondentech. Samotný sběr dat probíhal osobní formou od 9. ledna do 9. února 2023 v provozovně obchodní společnosti Kafe Korzo. Dotazník obsahoval mimo jiné filtrační otázku, která měla vydělit ze souboru respondentů ty, kteří již na otázky odpovídali.

Výsledky

Tabulka 1 Zastoupení franchisových sektorů v ČR

Rozdělení sektorů	Počet franchis	% podíl
Gastronomie	40	15%
Oděvy a obuv	30	12%
Potraviny	30	12%
Realitní služby	19	7%
Vzdělávání	18	7%
Kosmetika a zdraví	18	7%
Další služby (B2C)	16	6%
Maloobchod různé	14	5%
Automoto	14	5%
Krása a fitness	13	5%
Obchodní a poradenské služby (B2B)	13	5%
Služby cestovního ruchu	10	4%
Produkty pro děti	9	3%
Bankovní a finanční služby	9	3%
Bydlení a stavba	7	3%
Celkem	260	100%

Zdroj: Zpracováno podle Franchising Report 2017

Tabulka 2 Přednosti a nedostatky aktuálního konceptu Kafe Korzo

Koncept Kafe Korzo	
Přednosti	Nedostatky
1. Umístění provozovny	1. Nedostatečně originální koncept
2. Kvalita poskytovaných služeb	2. Není provozní příručka
3. Rychlost obsloužení zákazníků	3. Nedostatečné školení zaměstnanců
4. Venkovní prostory + dostupnost NC	4. Není věnován dostatek pozornosti marketingu
5. Individuální přístup k zákazníkům	5. Firma nebuduje dostatečně svou značku
6. Dostatek provozních zkušeností z gastronomie	6. Omezené využívání IS
7. Odsvědčený koncept	7. Není oddělena funkce vlastníka a provozního
8. Široká nabídka sortimentu	

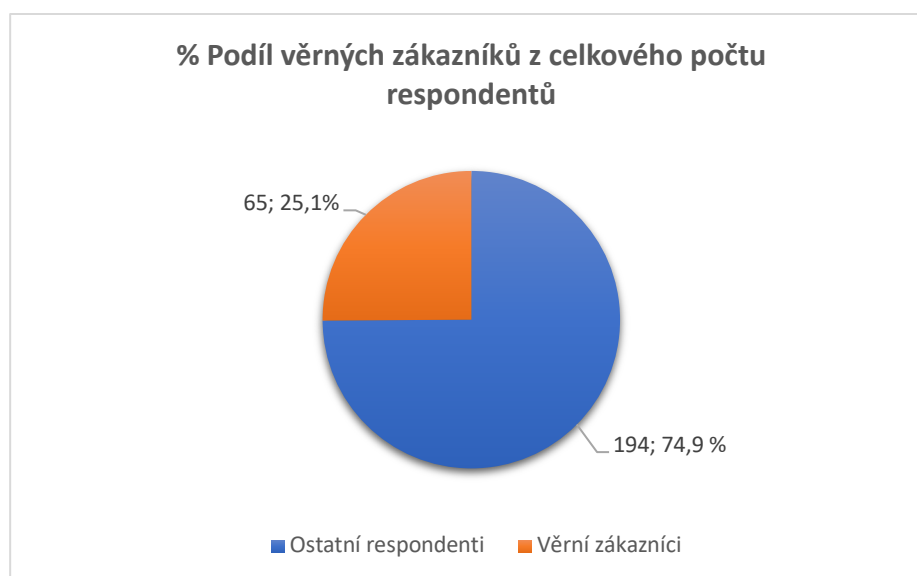
Zdroj: Vlastní zpracování

Graf 1 Náзор respondentů na rozšíření kavárny formou franchisingu



Zdroj: Vlastní zpracování

Graf 2 Poměr věrných zákazníků k celkovému počtu respondentů



Zdroj: Vlastní zpracování

Diskuse

Prostřednictvím obsahové analýzy sekundárních zdrojů byl nejprve charakterizován procentuální podíl jednotlivých franchisových sektorů v ČR. První místo na franchisovém trhu obsadil obor gastronomie s celkovým podílem 15 %. Sektor oděvů a obuvi, stejně tak jako potravinářský sektor je zastoupen na franchisovém trhu z 12 %. O poznání menší podíl, přesně 7 % mají sektory realitních služeb, vzdělávání a kosmetiky a zdraví. V roce 2017 se nadále rozvíjela oblast zdraví a finančních služeb, kterou potvrdil také narůstající počet poboček v těchto oblastech. Vzhledem k náročnosti vyhledávání aktuálních analýz ze světa franchisingu, je poměrně složité přesně určit jednotlivé podíly sektorů na celkovém franchisovém trhu. Pokud však porovnáme trendy z tuzemských i mezinárodních průzkumů, je jednoznačně nejvíce zastoupen sektor gastronomie.

V rámci hlavního cíle práce byl zpracován přehled předností a nedostatků aktuálního konceptu Kafe Korzo. Největší předností kavárny je nepochybně její umístění, které nabízí venkovní prostory k sezení a zároveň bezprostřední blízkost nákupního centra. Další předností je blízký přístup k zákazníkům a rychlé reakce na změny díky působení vlastníků přímo v provozovně. To s sebou však přináší i negativní aspekt. Jelikož vlastník firmy je zároveň zatížen provozní operativou, nezbývá mu tak dostatek času na to věnovat se budování franchisy.

Dále byla zpracována data z dotazníkového šetření, která nabídla především pohled na názor zákazníků ohledně služeb kavárny. Z výsledků dotazníkového šetření bylo zjištěno, že z celkového vzorku 259 respondentů 65 z nich navštěvuje kavárnu od jejího vzniku v roce 2017. Těchto 25 % respondentů bylo označeno jako věrní zákazníci. To znamená ti respondenti, kteří jsou zákazníky Kafe Korzo již šestým rokem a zároveň navštěvují kavárnu minimálně 1x až 2x do týdne. Tato frekvence návštěvnosti je navíc v rámci celého vzorku nejčastější. Celkem 52 % respondentů navštěvuje kavárnu 1x až 2x týdně. Každý den navštěvuje Kafe Korzo 12 % respondentů, což je přibližně 31 zákazníků. Hlavním účelem výzkumu bylo zjistit, zda jsou zákazníci z vybraného vzorku spokojeni se službami Kafe Korzo a zda v této souvislosti stojí za zvážení rozšířit tento koncept do dalších měst Jihočeského kraje. Dle výsledků provedeného dotazníkového šetření by 92 % respondentů mělo zájem o rozšíření konceptu Kafe Korzo po Jihočeském kraji. Názor respondentů sám o sobě samozřejmě nestačí k rozhodnutí o vstupu do systému franchisingu, management firmy Kafe Korzo se však při nejmenším může z výsledků tohoto šetření inspirovat. Marketingový výzkum odhalil mimo jiné také názory zákazníků na celkové fungování provozovny, což může být v budoucnu využito pro zkvalitňování služeb.

Na základě analýzy franchisového trhu a provedeného marketingového výzkumu byly navrženy možné kroky pro vstup obchodní společnosti Kafe Korzo do systému franchisingu.

Závěr

Hlavním cílem této práce bylo identifikovat přednosti a nedostatky obchodní společnosti Kafe Korzo a navrhnout potřebné kroky ke vstupu této společnosti do systému franchisingu.

Pro vytvoření návrhu bylo potřeba získat informace z odborných zdrojů, analyzovat aktuální situaci na franchisovém trhu a provést marketingový výzkum. Na základě těchto informací byly stanoveny kroky potřebné k transformaci vybraného podniku na franchisový systém.

Hlavní konkurenční výhodou podniku je dle provedeného marketingového výzkumu kvalita a rychlost obsluhy. Další výhodou je samozřejmě dobrá dostupnost autem a umístění přímo v nákupním centru. Aby však zákazníci vyhledávali služby Kafe Korzo i nadále, je potřeba jim nabídnout originalitu, kterou momentální koncept kavárny vcelku postrádá. Pokud by byla realizace franchisového podnikání úspěšná, je třeba neustále zdokonalovat provozní

procesy a sledovat aktuální trendy. Nabízí se zde například možnost vytvoření vlastní pražírny nebo vybudování výroby mražených zákusků, která by zásobovala potenciální franchisové pobočky Kafe Korzo a další odběratele. Firma Kafe Korzo by si tak zajistila další příjem a větší stabilitu do budoucna.

Výsledky této práce mohou být přínosné nejen pro vybraný podnik, ale také pro nové nebo již zavedené franchisy. Stejně tak mohou pomoci budoucím franchisantům ve výběru ideální franchisové sítě pro začátek jejich podnikání.

Závěrem lze říct, že franchising je poměrně zajímavý způsob podnikání, kterému však v současné době není věnována přílišná pozornost. V tomto ohledu se nabízí příležitost pro firmy, které chtějí rozšířit svou značku a maximalizovat tak svou tržní hodnotu. Nejsou to však pouze franchisové společnosti, ale také poradenské kanceláře, které mohou z budování franchisových sítí vytvořit vysoce rentabilní způsob podnikání.

Další bibliografické údaje

Type of thesis: Bachelor

Author: Kateřina KNÍŽKOVÁ

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: 63

Language of thesis: CZ

Title of Thesis: Franchising as a way of business

Annotation: The bachelor thesis examines franchising as a way of business and focuses mainly on the food franchises in the Czech Republic. Franchising is a sales system based on cooperation between the franchisor, who provides the rights to use the brand's name and the franchisee, the user of these rights. The aim of this work is to propose possible step for the entry of the selected private limited company Kafe Korzo to the franchising system. Through the content analysis of secondary sources, an overview of the current situation on the franchise market was compiled and then marketing research was conducted in order to map the respondent's opinion on creating a franchise from the company Kafe Korzo. The information obtained from the research could be beneficial both for the company and for all current and potential entrepreneurs interested in the franchise market.

Key words: franchising, franchisor, franchisee