

SADRŽAJ

| | |
|---|------------------------------|
| UVOD | 2 |
| I KARAKTERISTIKE FRANŠIZINGA | Error! Bookmark not defined. |
| 1. Istorijat franšizinga | Error! Bookmark not defined. |
| 2. Pojam i tipovi franšizinga | Error! Bookmark not defined. |
| 2.1. Pojam franšizinga | Error! Bookmark not defined. |
| 2.2. Tipovi franšizinga..... | Error! Bookmark not defined. |
| 3. Učesnici u poslovima franšizinga | Error! Bookmark not defined. |
| 3.1. Primalac franšizinga | Error! Bookmark not defined. |
| 3.2. Davalac franšizinga | Error! Bookmark not defined. |
| 4. Oblast primene franšizinga | Error! Bookmark not defined. |
| 5. Uticaj franšizinga na privredu i društvo..... | Error! Bookmark not defined. |
| II UGOVOR O FRANŠIZINGU | Error! Bookmark not defined. |
| 1. Pojam i elementi ugovora o franšizingu | Error! Bookmark not defined. |
| 2. Sadržina ugovora..... | Error! Bookmark not defined. |
| 2.1. Obaveze davaoca franšize..... | Error! Bookmark not defined. |
| 2.2. Obaveze primaoca franšize..... | Error! Bookmark not defined. |
| 3. Distribucija moći u sistemu franšizinga..... | Error! Bookmark not defined. |
| 4. Otkazivanje ugovora o franšizingu | Error! Bookmark not defined. |
| III FRANŠIZING U MEĐUNARODNIM OKVIRIMA | Error! Bookmark not defined. |
| 1. Internacionalizacija franšizing sistema | Error! Bookmark not defined. |
| 2. Metode ulaska na inostrano tržište..... | Error! Bookmark not defined. |
| 3. Povoljnosti i problemi u međunarodnom franšizingu..... | Error! Bookmark not defined. |
| IV MOGUĆNOST ZA RAZVOJ FRANŠIZINGA U SRBIJI | Error! Bookmark not defined. |
| PRILOG: McDonald's | Error! Bookmark not defined. |
| Zaključak..... | Error! Bookmark not defined. |
| Literatura..... | Error! Bookmark not defined. |

UVOD

U ovom radu se razmatra franšizing kao jedan složen i sveobuhvatan poslovni odnos, koji pomaže ljudima da ostvare svoje snove i poslovni uspeh.

Prvi tragovi franšizinga mogu se naći u srednjevekovnoj Evropi, ali njegov današnji izgled formulisan je u SAD – u, gde i doživljava svoju ekspanziju, može se reći, da je franšizing nastao kao rezultat zahteva i mobilnosti savremenog, a posebno američkog potrošača, koji je na svojim putovanjima tražio poznate nazive i standardizovanu uslugu. Potreba za proizvodima svih vrsta prevaziđena je franšizingom, kao načinom brzog rasta poslovanja.

Mnogi brendovi su izgrađeni kroz franšizing, milioni klijenata su usluženi svakog dana i predstavljaju ogromnu mogućnost za franšize. MC Donald's, Subway, Coca - Cola i United colours of Benetton, osim što su uspešne svetske kompanije, povezuje još nešto – one su franšize. Svoje ime i način rada, ove kompanije su ustupile privatnim preduzetnicima uz uslov da posluju po strogo utvrđenim pravilima.

Ovaj koncept poslovanja je privlačan zbog olakšanog ulaska preduzetnika u posao, koji se u ovaj razrađen sistem brzo uklapa uz veliku podršku davaoca. Njihov odnos karakteriše međusobna uslovljenost, gde davalac franšize prenosi svoj proveren način poslovanja primaocu franšize, dok se on, sa druge strane trudi da usavrši postojeći sistem. U franšiznom poslovanju nema ograničenja rasta, jer kako se mreža širi, ime postaje prepoznatljivo i to povećava prodaju a davalac franšize nabavlja robu za celi lanac u velikim količinama i po povoljnijim cenama i na taj način istiskuje konkurenciju.

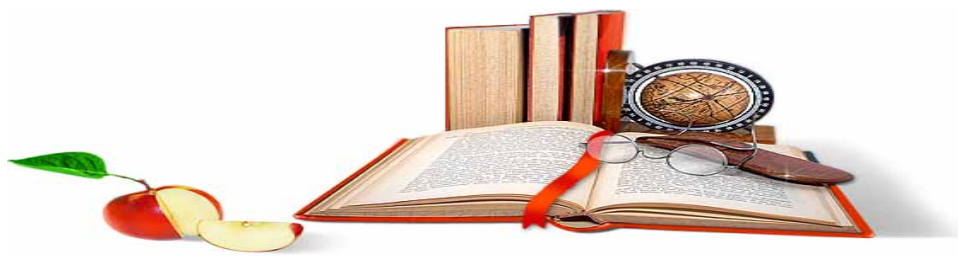
Franšizing je zastupljen u svim granama, od kozmetičkih usluga do prodavnica računara i škola stranih jezika. U nekim granama se franšiza kao metod poslovanja već dugo primenjuje, a u nekim tek počinje da se razvija. Koji će granu odabrati kupac franšize zavisi od puno faktora kao što su novčani ulog koji sebi može da priušti, zatim od poslovnih mogućnosti, interesovanja i načina života.

Pokretanje poslovanja u sistemu franšizinga retko ne uspeva, a kada se to i desi najčešće je zbog toga što se primalac nije držao sistema rada i procedura. Istraživanja su pokazala privatno pokrenuti poslovi propadaju iskazano u procentima više od 70 %. Za razliku od ove činjenice, anketirani kupci franšize se u 95 % slučajeva osećaju uspešnim, a 75 % njih bi ponovo kupilo franšizu.

**---- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE PREUZETI
NA SAJTU WWW.MATURSKI.NET ----**

**[BESPLATNI GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI TEKST](http://WWW.SEMINARSKIRAD.ORG)
RAZMENA LINKOVA - RAZMENA RADOVA
RADOVI IZ SVIH OBLASTI, POWERPOINT PREZENTACIJE I DRUGI EDUKATIVNI MATERIJALI.**

**WWW.SEMINARSKIRAD.ORG
WWW.MAGISTARSKI.COM
WWW.MATURSKIRADOVI.NET**



NA NAŠIM SAJTOVIMA MOŽETE PRONAĆI SVE, BILO DA JE TO [SEMINARSKI](#), [DIPLOMSKI](#) ILI [MATURSKI](#) RAD, POWERPOINT PREZENTACIJA I DRUGI EDUKATIVNI MATERIJAL. ZA RAZLIKU OD OSTALIH MI VAM PRUŽAMO DA POGLEDATE SVAKI RAD, NJEGOV SADRŽAJ I PRVE TRI STRANE TAKO DA MOŽETE TAČNO DA ODABERETE ONO ŠTO VAM U POTPUNOSTI ODGOVARA. U BAZI SE NALAZE [GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI RADOVI](#) KOJE MOŽETE SKINUTI I UZ NJIHOVU POMOĆ NAPRAVITI JEDINSTVEN I UNIKATAN RAD. AKO U [BAZI](#) NE NAĐETE RAD KOJI VAM JE POTREBAN, U SVAKOM MOMENTU MOŽETE NARUČITI DA VAM SE IZRADI NOVI, UNIKATAN SEMINARSKI ILI NEKI DRUGI RAD RAD NA LINKU [IZRADA RADOVA](#). PITANJA I ODGOVORE MOŽETE DOBITI NA

NAŠEM [FORUMU](#) ILI NA maturskiradovi.net@gmail.com