

Ovo je pregled DELA TEKSTA rada na temu "Franšiza". Rad ima 13 strana. Ovde je prikazano oko 500 reči izdvojenih iz rada.

Napomena: Rad koji dobijate na e-mail ne izgleda ovako, ovo je samo DEO TEKSTA izvučen iz rada, da bi se video stil pisanja. Radovi koje dobijate na e-mail su uređeni (formatirani) po svim standardima. U tekstu ispod su namerno izostavljeni pojedini segmenti.

Ako tekst koji se nalazi ispod nije čitljiv (sadrži kukice, znakove pitanja ili nečitljive karaktere), molimo Vas, prijavite to ovde.

Uputstvo o načinu preuzimanja rada možete pročitati ovde.

Sadržaj:

Uvod.....	2
Osnovni pojmovi franšiznog poslovanja.....	4
Primalac franšize.....	5
Zašto kupiti franšizu.....	6
Koraci pri izboru kvalitetne franšize.....	7
Naknade za ugovor o franšizingu.....	9
Potrebna dokumentacija za sklapanje ugovora.....	9
Zaključak.....	11
Literatura.....	13

Uvod

Reč franšiza potiče od staro francuske reči koja označava privilegiju ili slobodu. U srednjem veku je to bila privilegija ili pravo koje lokalni vladar može dati za organizovanje sajмова ili pijaca ili za lov na određenoj teritoriji.

Pojam franšiznog poslovanja ima mnogo definicija, može se reći da skoro svaka zemlja ima svoju definiciju šta je franšizing. Franšizing poslovanje je sistem trgovanja dobrima i/ili uslugama i/ili tehnologijom koji se bazira na bliskoj i stalnoj saradnji preduzeća vlasnika franšize i preduzeća pojedinačnih korisnika franšize, gde vlasnik garantuje svojim korisnicima pravo i nameće obavezu, da će voditi posao u skladu sa konceptom franšizinga. Pravo omogućuje i obavezuje pojedinačnog korisnika franšizinga- franšizant, u zamenu za direktnu ili indirektnu finansijsku kompenzaciju, da koristi zaštitno ime vlasnika franšizinga- franšizor za proizvod ili uslugu, know-how, poslovne i tehnološke metode, proceduralni sistem i druga prava na proizvodno i intelektualno vlasništvo, uz stalno pružanje komercijalne i tehnološke pomoći, unutar okvira i na vremenski rok određenih u pismenom franšizing ugovoru koji se zaključuje između stranaka u ovu svrhu. Franšizing se, takođe, može definisati i kao sistem saradnje i međusobnih poslovnih odnosa između nezavisnih tj. odvojenih preduzeća povezanih ugovorom o franšizingu na osnovu kojih jedan od njih (nosilac-franšizor) ustupa drugom (korisnik franšizinga- franšizant) pravo korišćenja- eksploatacije po tačno određenim uslovima, znaka ili komercijalne formule označene jednakim znakom (zaštitni znak ili trade mark), osiguravajući ujedno pomoć i redovne usluge radi olakšanja eksploatacije, a za to naplaćuje određenu protivvrednost u novcu- franšizu. U pravnoj teoriji u Srbiji se može naći i definicija da je franšizing dugoročni ugovor kojim se

jedna strana (davalac franšize) obavezuje da vrši sukcesivno snabdevanje robom i da pruža određene usluge, prenosi svoja znanja i iskustva u poslovanju na drugu stranu (primaoca franšize), a druga strana se obavezuje da za to plati određenu naknadu.

Osnovni pojmovi franšizing poslovanja

Osnovni pojmovi franšizing poslovanja su:

Franšizing

prodaja robe ili pružanje usluga po već isprobanoj i standardizovanoj formuli.

Franšizor

je preduzeće koje je standardizovalo i isprobalo svoj poslovni koncept, ponovljiv i prenosiv te ga ustupa drugim preduzećima zajedno sa markom ili brendom i sa svim detaljima koji čine taj specifični poslovni koncept. Taj transfer znanja, iskustva, vizuelnog identiteta i marke povlači sa sobom plaćanje od strane franšizanta.

Franšizant

je pravno ili fizičko lice koje potpisom posebnog ugovora prihvata jedan sistem rada koji od sada čini njegov preduzetnički poduhvat. Tako ulazi u lanac distribucije iza koje stoji prepoznatljivo ime. Franšizant je pravno nezavisno lice, ali ulaskom u lanac prihvata sistem rada koji nameće franšizor.

...

-----OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD
MOŽETE PREUZETI NA SAJTU.-----

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL:

maturskiradovi.net@gmail.com