

Predmet: Poslovno i finansijsko pravo

Tema: Ugovor o franšizingu

SADRŽAJ

Uvod.....	str.1
Franšizing, pojam i značaj.....	str.2
Šta je franšizing.....	str.2
Sadržina ugovora o franšizingu.....	str.3
Predmet ugovora o franšizingu.....	str.6
Obaveze davaoca franšizinga.....	str.6
Obaveze primaoca franšizinga.....	str.7
Pravni osnovi za regulisanje ugovora o franšizingu.....	str.7
Ekonomske karakteristike franšizinga.....	str.8
Vrste ugovora o franšizingu.....	str.9
Franšizing kao strategija rasta malih i srednjih preduzeća.....	str.10
Zaključak.....	str.14
Literatura.....	str.16

<http://www.MATURSKIRADOVI.NET/>

UVOD

Poreklo reči **franšizing** vezuje se još za srednjevekovnu Evropu.¹ Još tad su evropski vladari dodeljivali povlastice (franšize) trgovcima, da mogu slobodno obavljati određene privredne aktivnosti, kao na primer: slobodnu trgovinu na određenom području, pravo održavanja pijaca i sajmova, osnivanje esnafa i sl.

Engleska reč **franchising** ima svoje izvorište u staroj francuskoj reči **franchise**, koja označava slobodu, povlasticu, privilegiju i pravo. Tako bi se moglo reći da se franšizing u svom izvornom značenju odnosi, na slobodu (povlasticu) u trgovanju, poslovanju i u kretanju na određenoj teritoriji, koja je darivana od vladara putem povelje. Za osnivača savremenog franšizinga, u današnjem smislu te reči, smatra se američki jevrejin Ajsak Merit Singer (Isac Meritt Singer), koji je patentirao iglu za šivaću mašinu, a 1863. godine njegova kompanija SINGER je prvi put razvila sistem franšizinga u svetu.² Singer je za vreme građanskog rata u SAD između Severa i Juga (1861 – 1865) davao izabranim trgovcima (tzv. torbarima), da prodaju šivaće mašine na tačno određenim teritorijama, koristeći za prevoz robe konjske zaprege. Takođe, u pionire savremenog franšizinga ubrajaju se i firme u automobilskoj industriji General Motors i Rexall, koje su prve uočile prednosti i značaj kooperacije sa nezavisnim trgovcima u distribuciji automobila.

General Motors je 1883. godine prvi primenio franšizing kao pravni oblik poslovanja u prodaji goriva i naftnih derivata i detaljno je razradio pravni i finansijski mehanizam primene. Ubrzo ovaj sistem koriste i druge firme u prodaji automobila. Franšizing u prometu osvežavajućih pića javlja se 1890. godine. Čuvena Coca – Cola, pronalazak je lekara Džona Pemberton 8.maja 1886. godine. Formula spravljanja ove čuvene šećerne vodice pod imenom 7X ostala je do danas najbolja čuvana proizvođačka tajna. Ekstrat za popularno piće priprema se od lišća koke, koja se nabavlja u Peruu, priznao je glavni štab kompanije. Džon Pemberton je 1892. godine sklopio dugoročan ugovor sa jednom firmom iz Bostona o proizvodnji i prometu coca-cola po sopstvenom receptu. Smatra se da je ovo prvi ugovor o franšizingu u grupi osvežavajućih pića. *Franšizing paket kod osvežavajućih pića prihvatile su i druge kompanije, a on se sastoji od ekskluzivnog prava upotrebe vlastitog sirupa, koncentrata ili formule za proizvodnju i pakovanje napitka u određenom području. Primalac franšize je dužan da nabavlja odgovarajuće sirovine isključivo kod davaoca sistema; da proizvodi po strogo propisanim standardima i upustvima i da ne odstupa od utvrđenog kvaliteta.* U razvoju franšizinga u Evropi najznačajniju ulogu ima Francuska.

Franšizing je metod obavljanja posla. To je metod marketinga ili usluga, koji je usvojen i koji se koristi u široko raznovrsnim industrijskim oblastima i poslovima. Kao što je ranije istaknuto, reč franchise izvorno znači „biti slobodan“. U ovom smislu franšizing pruža ljudima slobodu za sopstveni menadžment i usmeravanje njihovog sopstvenog poslovanja.

Do 1950. godine ovaj ugovor je bio pretežno zastupljen u oblasti proizvodnje i prometa automobila, prometa nafte i njenih derivata, da bi do 1950. posebno razvio u domenu brzog pripremanja hrane (Mc Donald's).

¹ Kandić Vojislav: Franšizing kao marketing strategija preduzeća, Ekonomski anali, Beograd, br. 102/89, str.231

² Mlikotin - Tomić, Deša: Ugovor u franšizingu, Informator, Zagreb, 1986, str.11

U Evropi franšizing uvode američke firme Avis, Herz i Coca cola.

Godine 1960. osnovano je Međunarodno udruženje za franšizing (International Association for Franchising-IFA).

Evropska ekonomska zajednica je 1988. je usvojila Pravilo broj 4078/88 o primeni člana 85(3) Rimskog ugovora na kategorije sporazuma o franšizingu.

FRANŠIZING – pojam i značaj

Poslednjih decenija došlo je do velike ekspanzije franšizinga na domaćem tržištu. Računa se da samo u SAD više od 550.000 poslovnih jedinica posluje po sistemu franšizinga preko koga se ostvaruju godišnje prodaje vredne više od 800 milijardi dolara. Franšizing se proširio na veliki broj privrednih oblasti i sada je ovaj način poslovanja prisutan ne samo u automobilskoj industriji i servisiranju, proizvodnji i prodaji hrane, ugostiteljstvu, hotelijerstvu, malotrgovinskom i veletrgovinskom poslovanju, nego i knjigovodstvu, oglašavanju, zubarskim i medicinskim uslugama, osiguranju itd. Pored Međunarodnog udruženja za franšizing, osnovanog 1960 godine, nikao je i veliki broj franšizing asocijacija (među kojima su i one u Mađarskoj, Češkoj, Poljskoj, Bugarskoj i Rumuniji) sa ciljem da se utvrde kodeksi i pravila ponašanja u ovoj oblasti i zaštite interesi učesnika.

ŠTA JE FRANŠIZING?

Ugovor o frašizingu je neimenovan ugovor i ne sadrži ga Zakon o obligacionim odnosima (“Službeni list SFRJ”, broj 29/78, 39/85, 45/89, 57/89, “Službeni list SRJ, broj 31/93).

Spada u kategoriju “novih ugovora” koje je inkubirala autonomna privredna praksa u zemljama SAD i Evrope.

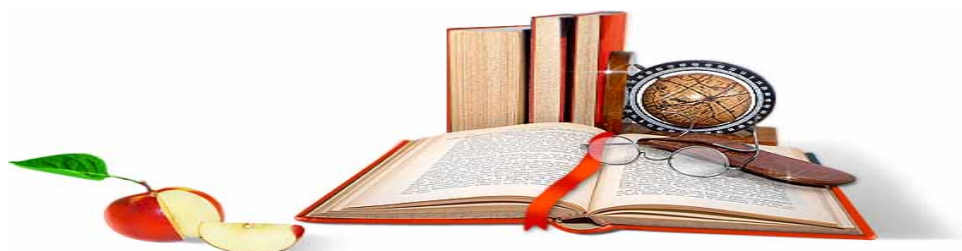
Da bi se razumela suština franšizinga najbolje je komparirati tri defincije franšizinga: Međunarodnog udruženja za franšizing, američkog pravnog stručnjaka Harolda Browna i Pravilo Komisije EE od 1988. o franšizingu:

1. Prema definiciji Međunarodnog udruženja za franšizing (IFA) franšizing je:”Ugovorni odnos između davaoca i primaoca franšize u kome davalac nudi ili se obavezuje da održi trajan interes u poslovanju primaoca franšize u takvim oblastima kao što su know-how i obučavanje, dok se primalac obavezuje da posluje pod zajedničkom firmom, spoljnim izgledom ili postupkom koji pripada davaocu ili ga on kontroliše, kao i da iz svojih izvora uloži osnovni investiconi kapital u poslovanje.”
2. Američki pravni stručnjak Harold Brown definiše ugovor o franšizingu kao “usmeni ili pismeni sporazum za određeno ili neodređeno vreme, kojim jedno lice ustupa drugom licu da upotrebljava firmu, uslužni znak, ili drugo obeležje, i u okviru koga postoji zajednički interes u plasiranju robe ili usluga na veliko, na malo, u zakup ili na drugi način pod tom licencom.”
3. “Sporazum o franšizingu je sporazum kojim jedno preduzeće – franšizant, ustupa drugom - franšizataru u zamenu za neposrednu ili posrednu finansijsku naknadu, pravo

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

BESPLATNI GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI TEKST
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

- 4.
- 5.