

Ovo je pregled DELA TEKSTA rada na temu "Pokretanje preduzetničkog poduhvata-franšizing". Rad ima 19 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.

Uvod

Davalac (prodavac) franšize smanjuje svoj rizik jačanja konkurencije i zauzimanje tržišta za koje on samsotalno nema snage, prodaje svoju pamet (model organizovanja, know-how) i obezbeđuje smanjenje jediničnih fiksnih troškova nastalih ulaganjem u vlasništvo ideje o poslu. Nadalje se korisnost ovog vida poslovnog povezivanja davaocu franšize ogleda u eliminaciji troškova poslovanja i održavanja odnosnih poslovnih objekata i još čitav niz drugih pogonosti.

Postoje 4 vrste franšize u zavisnosti na šta se odnose, i to:

robni franšizing, za prodaju određenog asortimana,

uslužni franšizing, za prodaju ili pružanje određenog vida usluge,

proizvodni franšizing, gde se ustupa franšiza u oblasati proizvodnje određene robe ili asortimana,

poslovni franšizing, gde se implementira kompletni sistem poslovanja u neko preduzeće - primaoca od strane davaoca franšize.

Franšiza se može odrediti na određeno vreme (npr. jedna kalendarska godina) ili na određenu teritoriju a može i obe istovremeno kao i na određenu robu ili uslugu ili određeni proizvodni program. Ovaj oblik poslovnog povezivanje se definiše ugovorom o franšizingu.

Nastanak, razvoj i savremeni značaj franšizinga

Pravni pisci, u nastojanju da pronađu u daljoj prošlosti poslovni aranžman koji predstavlja istorijski koren franšizinga, navode razne poslove koji imaju neke veze sa današnjim poimanjem franšizinga. Tako Mark Abell navodi da je franšizing kao poslovni koncept postojao mnogo vekova unazad, da je u Kini i kineskim kolonijama od Šangaja do San Franciska postojao Mai Toi (zakup stola), ugovor za vođenje gostionica. U Japanu takođe postoje, još od pre Tokugawa epohe, Norenkai sistem, po kome bivši zaposleni radnik može da otvori nezavisnu poslovnu jedinicu uz nadoknadu bivšem poslodavcu.

U literaturi se skoro uniformno navode engleske pivare koje od XVII veka imaju aranžmane ekskluzivne kupovine sa krčmama. U Nemačkoj, franšizing kao poslovni sistem datira takođe iz XVII veka, kao istovrsni aranžman za distribuciju piva.

Zatim, na smeni dva veka, franšizing počinju da koriste proizvođači automobila, na čelu sa General Motors-om, zatim kompanije Coca-Cola, Rexal. Franšizing je u Francuskoj počeo krajem 1920-ih godina u industriji vune kroz kompanije poput Pingouin i Phildar. Početkom 1930-ih, sa franšizingom otpočinju i velike naftne kompanije, u nemogućnosti da centralizovano vode oštre ratove cena na lokalnim tržištima.

1950-ih godina javlja se novi tip franšizinga – franšizing poslovnog formata, čiji su nosioci kompanije: McDonald's, Holiday Inn, Pizza Hut, Burger King, Service Master, Budgel Rent-a-car i mnogi drugi franšizing lanci.

Kad se govori o franšizing podacima u SAD uglavnom se pominju statistike koje izdaje Ministarstvo trgovine i IFA (asocijacija američkih franšizera), prema tim podacima ukupan rast u periodu od 1975-1990. je 58,5%, pri čemu je distributivni franšizing rastao pri stopi od 42,4%, dok je franšizing poslovnog formata rastao po stopi od 115,5%. Pri upoređenju franšizinga sa istorijski poznatim poslovnim aranžmanima širom sveta mogu se primetiti neke sličnosti, ali nema sumnje – franšizing je rastao, razvio se i doživeo svoju zlatnu fazu u SAD, kao u poslovnom tako i u pravnom smislu reči.

...

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

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL:

maturskiradovi.net@gmail.com