

SADRŽAJ

1. UVOD	1
1.1. Predmet istraživanja.....	1
1.2. Problem istraživanja	2
1.3. Cilj istraživanja	2
1.4. Hipoteze	2
1.5. Naučne metode	2
1.6. Struktura rada.....	2
2. OPŠTE ODREDNICE FRANŠIZINGA.....	3
2.1. Pojam i istoriski razvoj franšizinga	6
2.2. Klasifikacije franšizinga	8
2.3. Funkcionalna klasifikacija	8
2.4. Šira predmetna klasifikacija.....	9
2.5. Uža predmetna klasifikacija franšizinga.....	9
2.6. Prednosti i nedostaci poslovanja kroz franšizing.....	11
2.7. Osnovni troškovi i prihodi prisutni u franšizing aranžmanu	14
3. UGOVOR O FRANŠIZINGU	18
3.1. Pojam i osnovne karakteristike ugovora o franšizingu	18
3.2. Vrste ugovora o franšizingu.....	21
3.3. Tipovi ugovora o franšizingu.....	22
3.4. Osnovni elementi ugovora o franšizingu	24
3.5. Odnos između davaoca i primaoca franšize	25
3.6. Otkaz ugovora o franšizingu.....	26
4. FRANŠIZING KAO STATEŠKA OPCIJIA POSLOVANJA U SAVREMENIM USLOVIMA	27
4.1. Međunarodni franšizing.....	27
4.2. Metode ulaska na inostrano tržište.....	29
4.3. Franšiza kao strateška opcija	29
4.4. Primjeri primjene franšiznog poslovanja kao strateške opcije	31
4.5. Prednosti sistema franšize.....	34
4.6. Osnovni rizici sa kojima se suočava korisnik franšize	35
5. ZAKLJUČAK	36
6. LITERATURA.....	39
7. PRILOG	41