

1.UVOD

Pojam franšiznog poslovanja ima mnoge definicije i možemo reći da skoro svaka zemlja na svijetu ima svoju definiciju o tome šta je to franšizing. U ovom radu ću se zadržati na onoj jednostavnijoj, a opet dovoljno preciznoj da nam da kompletnu sliku o toj temi.

Franšizno poslovanje¹ je sistem trgovanja dobrima i/ili uslugama i/ili tehnologijom, koje se bazira na bliskoj i stalnoj saradnji legalno i finansijsko-samostalnih kompanija vlasnika franšize i njegovih pojedinačnih korisnika franšize, gdje vlasnik garantuje svojim korisnicima pravo i uzima na sebe obavezu da će voditi posao u skladu s konceptom franšize.

Pravo omogućuje i obavezuje pojedinačnog korisnika franšize - primaoca franšize, u zamjenu za direktnu ili indirektnu finansijsku kompenzaciju, da koristi zaštitno ime vlasnika franšize - davaoca franšize za proizvod ili uslugu, know-how, poslovne i tehnološke metode, proceduralni sastav i druga prava na proizvodno ili intelektualno vlasništvo, uz stalno pružanje komercijalne i tehnološke pomoći, unutar vremenski određenih okvira u pismenom franšiznom ugovoru, koji se zaključuje između stranaka u ovu svrhu.

Franšiziranje se, takođe, može tretirati kao objedinjavanje raspoloživih sredstava isposobnosti. Davalac franšize ulaže početni kapital, znanje i iskustvo, a primalac franšize daje svoj doprinos kroz dodatno ulaganje kapitala, motivaciju i poslovno iskustvo na mnogim i različitim tržištima. Franšizing je složeni, sveobuhvatni poslovni odnos, a ne samo odnos kupac-prodavač.

Postoji visok nivo međuzavisnosti između davaoca i primaoca franšize. Franšiza podrazumjeva i utvrđen oblik i sistem vođenja poslovanja i zajednički komercijalni identitet. Laički rečeno, franšiza je poslovno udruživanje u kojem se uspješni poslovni koncept, koji uspješno djeluje na nekom terenu, klonira / presaduje sa svog matičnog terena na neki drugi, po principu „ključ u ruke”.

Ona se sastoji od poslovnog paketa koji sadrži: marku ili marke, sistem ili know-how, poslovno iskustvo, stalnu stručnu podršku, marketing i PR, obuku, priručnik, robu ili uslugu. Za ulazak u preduzetništvo kupovina franšize je sigurniji način započinjanja sopstvenog privatnog posla, jer je u interesu obe strana, davaoca franšize i primaoca, da posao uspije i da se razvija. Kupovinom franšize prodaje se roba i usluge koje se odmah prepoznaju na tržištu, jer već negdje uspješno djeluju. Bitno je to da se pri kupovini franšize dobije obuka i podrška koja će doprinjeti uspjehu.

¹Nepoznato se uvijek čini uzvišenim... Tacitus, Nisholas C. Siropolis, str. 127.

Primalac franšize u ovom slučaju otpočinje poslovanje sa mnogo manje poslovnog rizika, jer se u ovom slučaju koristi već razrađena poslovna ideja, ime firme, stečeni imidž firme, znanje i iskustvo koje franšizer daje na uslugu preduzeću, primaocu franšize, a ono mu za to plaća nadoknadu. Na ovaj način primalac franšize pored navedenih prednosti umanjuje i racionalizuje ulaganja i troškove poslovanja. Perspektive ovog sistema su izuzetno velike.

Posljednjih godina franšizing nastavlja svoj rast u pogledu zaposlenih, asortimana proizvoda koji se nude na prodaju i ujedno predstavlja jednu od najboljih mogućnosti za poboljšanje konkurentne sposobnosti u odnosu na velike kompanije. U razvijenim kapitalističkim zemljama franšizing se primjenjuje u preko 70 privrednih i drugih uslužnih djelatnosti, a preko njega se ostvaruje preko 50 odsto ukupnog prometa u maloprodaji.

Osnova svakog životnog puta i rada jeste postaviti sebi cilj, ali ne bilo kakav, već kvalitetan cilj, koji će nas provesti kroz srž poslovanja i društva, a da pri tome ostanemo jedinstveni i svoji. Građani smo svijeta u kojem dominiraju tržišta.

Živimo u svijetu u kojem je smisao novac. Ipak, ne trebamo se bazirati samo na profit. Odluke su na nama samima. Svi smo mi individualci.

„Menadžment za čovječanstvo” se bazira na iskušavanju i izražavanju vlastite individualnosti i različitosti, što leži u srcu modernog poduzetništva i modernog života.

Sve što se događa oko nas, možemo i čuti i vidjeti. Važno je da ljudi oblikuju vlastita mišljenja o promjenama koje proživljavamo i o budućnosti koju bi željeli stvoriti.

Stvoriti pozitivan stav prema životu, uz određene ambicije i težnje, biti otvoren prema novim idejama (tražiti sebe) i inovacijama, preuzeti inicijativu, prestati gledati druge-jer se natječemo sa sobom, a uz to ostaviti i imitatore u „background” i proći kroz vlastitu dušu i vlastite vrijednosti i najvažnije biti čovjek, jeste koncepcija uspješnog čovjeka, menadžera i biznismena.