

УВОД

Смањење просторне удаљености, развој технике и технологије и свакодневно иновирање, проток информација у реалном времену, само су неки од фактора који доводе до брисања граница међу националним економијама и стварању глобалног тржишта. Турбулентне промјене на глобалном нивоу које су окарактерисале XX вијек, веома су утицале на привредни развој земаља па и заостајање појединих у развоју услед немогућности праћења промјена. Кроз еволуирање пословне сарадње на међународној сцени настали су нови послови из домена међународног промета роба и услуга као и потреба за правним уређењем истих. Неке од могућности које се пружају савременом предузећу за излазак на међународно тржиште, јесу разни облици извоза, директне инвестиције, стратегијска партнерства и одређене форме уговорних улагања гдје спадају лиценцирање, франшизинг, уговорна производња и заједничка улагања.

Франшизинг као једна од стратегија за улазак на међународно тржиште данас је широко распрострањен и општеприхваћен метод пословања у свијету, настао крајем XIX вијека у САД-у, да би се тек средином XX века његова примјена уочила у европским земљама, а тек задњих година добија заслужену пажњу и у нашој земљи. Представља облик сарадње између економски снажног даваоца франшизе и њеног примаоца, у скоро свим дјелатностима, од производних, услужних, трговинских, хотелијерства, саобраћаја, грађевинарства, пољопривреде.

За коју врсту франшизе ће се купац опредијелити зависи од много фактора попут капиталне способности, пословне могућности на одређеном тржишту, као и његовог личног интересовања и начина живота. Примјењујући га кроз своје пословање, привредни субјекти су препознали могућност стицања профита са далеко мањим ризицима у односу на нове пословне подухвате који подразумјевају ступање у нов, неразрађен и тржишту па и самим корисницима непознат посао који мора проћи кроз све фазе прихватања. Ступањем у франшизинг односе, корисницима је омогућено да већ опробану и успјешну варијанту пословног система прихвате и примјене, задржавајући притом самосталност.

Имајући у виду претходно, можемо уочити да је франшизинг као начин пословања нарочито погодан за развој предузетништва. Многи свјетски познати брендови као што су Coca Cola, United Colors of Benetton, Kentucky Fried Chicken, McDonald's, Hilton, свој успјех дугују управо ширењу пословања путем франшизинга. Ове организације, продале су свој бренд и начин пословања другим предузетницима по строго утврђеним правилима. Ова правила подразумјевају, да не би требало да постоји

разлика у квалитету производа/услуге и визуелном идентитету. На тај начин задовољавају се потребе савременог потрошача који жели стандардизовану услугу и провјерен квалитет производа у било ком дијелу свијета.