

FRANŠIZING KAO STRATEGIJA IZLASKA NA STRANA TRŽIŠTA

S A D R Ž A J

1. UVODNI METODOLOŠKI DIO.....	4
1.1.Predmet istraživanja.....	6
1.2. Ciljevi istraživanja.....	6
1.3.Radna hipoteza	6
1.4. Metode istraživanja	6
1.5. Struktura rada	7
2. POJAM FRANŠIZINGA	8
3. FRANŠIZING KAO STRATEGIJA IZLASKA NA STRANA TRŽIŠTA.....	11
3.1. Razvoj i širenje franšizinga s ciljem izlaska na strana tržišta	12
3.2. Izvoz kao oblik izlaska preduzeća na strano tržište	15
4. SUBJEKTI FRANŠIZNOG POSLOVANJA.....	17
4.1. Kupovina franšize	18
5. NAJVAŽNIJI KORACI U FRANŠIZNOM POSLOVANJU.....	19
6. STRATEGIJA KUPOVINE FRANŠIZE	22
6.1. Neophodni koraci za razvoj strategije franšizing poslovanja.....	25
7. FINANSIRANJE PRIMAOCA FRANŠIZE	27
8. SAVJETI ZA USPJEŠNO VOĐENJE PREGOVORA SA DAVOCEM FRANŠIZE	29
9. RIZIK IZLASKA FRANŠIZE NA STRANA TRŽIŠTA.....	32
9.1. Značaj donošenja odluke o učešću (ulasku) na međunarodno tržište	34
9.2. Donošenje odluke o izboru međunarodnih tržišta na kojima se planira poslovati.....	35
10. ANKETA I REZULTATI ANKETE	37
11. ZAKLJUČAK	42
LITERATURA.....	44