



franšiza prednosti & povoljnosti

Franšiza je privilegija ili dato pravo pojedincu ili grupi koja omogućava korisniku da sprovodi određenu vrstu komercijalne aktivnosti. Legalni koncept franšize datira od srednjeg veka, kada je vitez mogao da dobije pravo upravljanja određenim delom vlastelinskog poseda.

Danas se pod pojmom ugovora o franšizi mogu smatrati slučajevi poput mera i usluga koje će biti osigurane od strane davaoca, plaćanja davaoca i uslovi za okončanje franšize. Franšiza je sistem proširenja poslovanja i distribucije proizvoda i usluga i mogućnost vođenja poslovanja pod prepoznatljivim imenom.

Franšiza se pojavljuje kada kompanija (davalac franšize) licencira svoje trgovачko ime (brand) i svoj način rada (sistem poslovanja) određenoj osobi ili grupi (korisniku/primaocu franšize) koji se slaze da će poslovati u skladu s uslovima ugovora o franšizi. Davalač franšize osigurava korisniku franšize podršku i ima određenu kontrolu nad načinom poslovanja korisnika franšize.

Zauzvrat, korisnik franšize plaća davaocu franšize početnu, odnosno franšiznu naknadu i naknadu za

poslovanje (royalty) za korišćenje zaštićenog imena i načina poslovanja.

Franšiza je pravni i komercijalni odnos između vlasnika robnog ţiga, uslužnog ţiga, trgovачke marke ili reklamnog simbola i pojedinca ili grupe, koji/koja traži pravo korišćenja te identifikacije u poslovanju. Franšiza upravlja metodom za poslovanjem između dve zainteresovane strane.

Primeri privatnih franšiza su bezbrojni. Prodavci prodaju franšize trgovcima, dojavući im pravo prodoje njihovih proizvoda u određenim područjima. U skorije vreme najveći rast franšiznih usluga zabeležan je u uslužnom

sektoru. Franšize su stvorene kako bi ponudile usluge od računovodstva, do štampanja i kopiranja, čišćenja kuća, prodaje računara i usluga, itd.

Trenutno u svetu postoji više od 4.500 davalaca franšize koji posluju na više od 600 hiljada lokacija. Svakih šest i po minuta negde u svetu se otvori nova franšiza, dok je u SAD to malo sparije - tamo svakih osam minuta se radom započne nova franšizna lokacija. "McDonalds", "Subway", "Ford Motor Company" i "Coca-Cola", osim što su uspešne svetske kompanije, povezuje još jedna stvar - one su svi franšize. Svoje ime i način rada, ove firme su iznajmile privatnim preduzetnicima uz uslov da posluju po strogo utvrđenim pravilima. Zbog takvog načina poslovanja danas se restorani "McDonald's" mogu naći u svakom delu sveta.

Franšize postoje u različitim granama, od umetničkih galerija do stolarskih radionica, od kafea i prodavnica računara do kozmetičarskih usluga i dr. Privlačnost franšiznog poslovanja je u tome što sam koncept franšize olakšava preduzetniku/početniku ulazak u posao. Uz malo znanja i sreće korisnik franšize postiže poslovni uspeh. Istraživanja pokazuju da više od 70 postot privatno pokrenutih poslova bankrotira već u prvoj godini

poslovanja, a kod franšize situacija je obrnuta. Anketiranje kupaca franšiza u SAD-u pokazalo je da ih se više od 94 posta oseća uspešnim, a 75 posta njih bi opet kupilo franšizu.

Ulazak u franšizu je kao sklapanje braka – ulazak u zakonsku vezu na duži vremenski period. Davalač franšize nudi svoj već opravbani sistem poslovanja, robnu marku, priručnike, opremu, obuku i usluge podrške. S druge strane, primalač plaća početnu naknadu i naknadu za korišćenje trgovачkog imena i načina poslovanja.

Rizik kod pokretanja samostalnog posla je mnogo veći jer se gotovo uvek posluje naslepo. Kod franšize,iza Vas stoji moćna mašinerija koja ima znanje i iskustvo. Gotovo da i ne postoji ograničenje rasta u franšiznom poslovanju, jer kako se mreža širi,ime postaje prepoznatljivo i to povećava prodaju. Kako davalac franšize može da nabavlja robu za celi lanac (u velikim količinama i po znatno nižim cenama), no taj način franšiza počinje da istiskuje konkureniju.

