



Univerzitet u Tuzli

Ekonomski fakultet

PODUZETNIŠTVO

Školska 2019/2020 godina

Dr.sc.Bahrija Umihanić, red.prof.



- e-mail: bahrija.umihanic@untz.ba i bahrijau@bih.net.ba
- Kabinet: Ekonomski fakultet – kabinet broj 309
- **KONSULTACIJE**
- Ponedjeljak : 10:00 -11:00;
- Srijeda: 10:00 -11:00;
- U drugim terminima po zahtjevu studenta
- (korespodencija za najavu putem mejla bahrija.umihanic@untz.ba)

Sadržaj nastavnog programa

<ul style="list-style-type: none">• Uvodno predavanje• Poduzetništvo u 21.stoljeću <p>Odluka da se postane poduzetnik</p> <p>4</p>	<ul style="list-style-type: none">• Uvod u poduzetništvo <p>Odluka da se postane poduzetnik</p> <p>4</p>	<ul style="list-style-type: none">• Prepoznavanje prilika i generiranje ideja <p>Razvijanje uspješne poslovne ideje</p> <p>4</p>	<ul style="list-style-type: none">• Analiza izvodljivosti <p>Razvijanje uspješne poslovne ideje</p> <p>4</p>	<ul style="list-style-type: none">• Analiza privredne grane i konkurencije <p>Razvijanje uspješne poslovne ideje</p> <p>4</p>
<ul style="list-style-type: none">• Razvoj efikasnog poslovnog modela <p>Razvijanje uspješne poslovne ideje</p> <p>4</p>	<ul style="list-style-type: none">• Pisanje poslovnog plana <p>Razvijanje uspješne poslovne ideje</p> <p>4</p>	<ul style="list-style-type: none">• Priprema pravilne pravne i etičke osnove <p>Kretanje od ideje prema poduzetničkoj firmi</p> <p>4</p>	<ul style="list-style-type: none">• Procjena financijske snage i održivosti novog poduhvata <p>Kretanje od ideje prema poduzetničkoj firmi</p> <p>4</p>	<ul style="list-style-type: none">• Stvaranje tima novog poduhvata <p>Kretanje od ideje prema poduzetničkoj firmi</p> <p>4</p>
<ul style="list-style-type: none">• Financiranje novog poduhvata <p>Kretanje od ideje prema poduzetničkoj firmi</p> <p>4</p>	<ul style="list-style-type: none">• Temeljni oblici započinjanja biznisa <p>Poduzetništvo u BiH</p> <p>4</p>	<ul style="list-style-type: none">• Tradicionalno, korporativno i socijalno poduzetništvo <p>Poduzetništvo u BiH</p> <p>4</p>	<ul style="list-style-type: none">• Infrastruktura za razvoj poduzetništva <p>Poduzetništvo u BiH</p> <p>4</p>	<ul style="list-style-type: none">• Omladinsko poduzetništvo,• Žensko poduzetništvo; <p>Poduzetništvo u BiH</p> <p>4</p>

Temeljni oblici započinjanja biznisa

U pripremi predavanja korišteni sljedeći izvori:

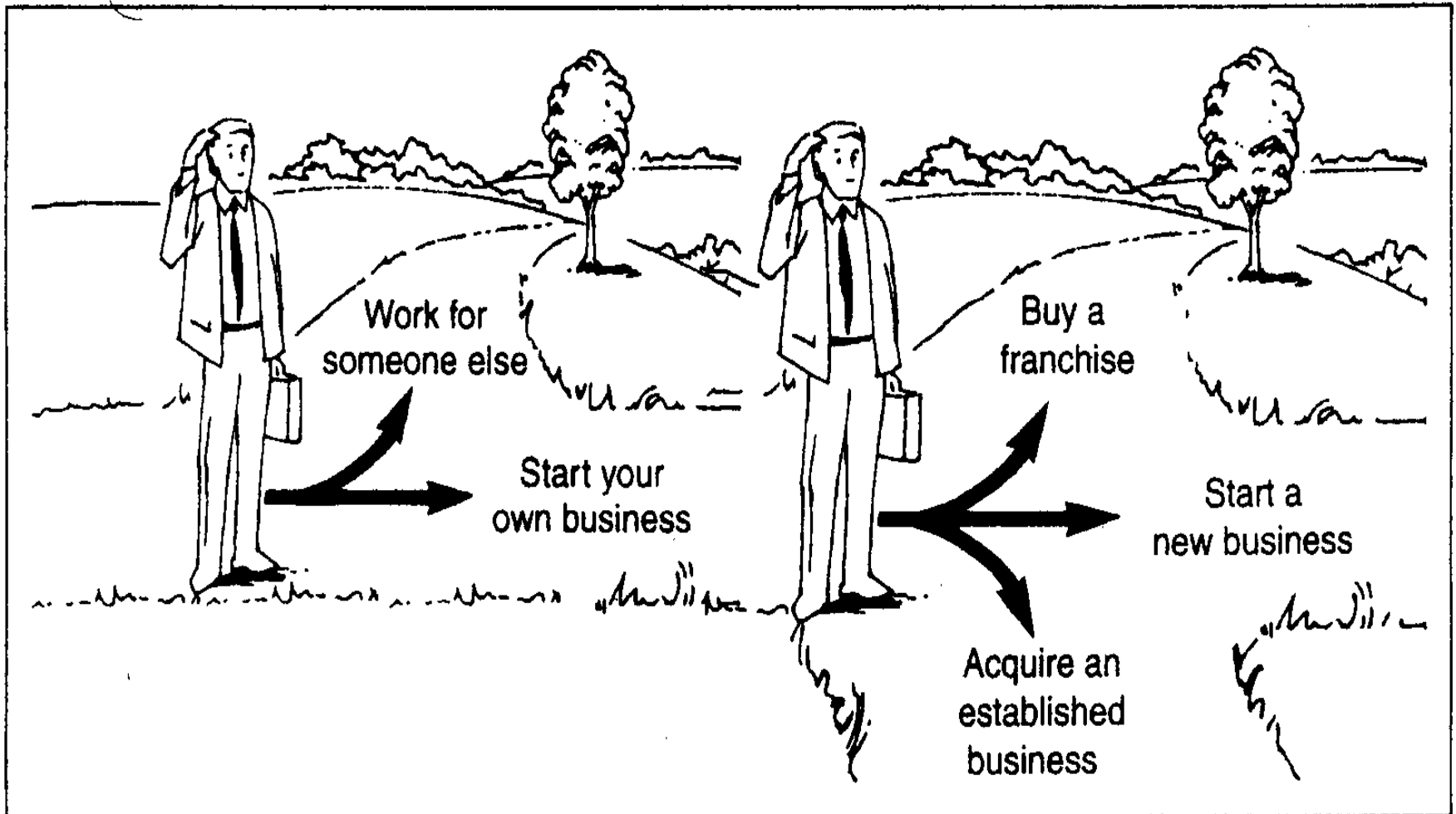
1. Dedić Mehmed, Umihanić Bahrija: Osnove menadžmenta i preduzetništva, Ekonomski institut Tuzla, Tuzla, 2004.
2. Timothy S. Hatten : SMALL BUSINESS MANAGEMENT - Entrepreneurship and Beyond, Huoghton Miffin Company, All rights reserved, 2006
3. Izvori sa Interneta

Ciljevi učenja

1 od 3

1. Objasniti tri temeljna oblika započinjanja biznisa.
2. Znati prepoznati prednosti i nedostatke jednog u odnosu na druga dva oblika započinjanja biznisa.
3. Naučiti značaj interakciju ideje i kapitala za započinjanja biznisa, te njihove moguće izvore.
4. Naučiti korake u procesu započinjanja biznisa “kupovinom postojećeg biznisa”, te ulogu učesnika u tom procesu.
5. Razumjeti o prednostima započinjanja biznisa “kupovinom franšize” za mlade poduzetnike

Donošenje odluke o izboru načina započinjanja biznisa



Započinjanje biznisa od nule

čisti/istinski poduzetnici

- Započeti biznis od nule je mnogo teže nego kupovina postojećeg biznisa ili kupovina franšize, jer je sve novo. Dodatno otežava visok nivo rizika započinjanja novog poduhvata.
- Ali ipak, za mnoge ljude, proces vođenja ideje kroz sve korake, uloženo vrijeme, prikupljeni novac iz različitih izvora, i angažovana energija potrebna da bi biznis postao “sposoban za život” je suština poduzetništva.
- Period u kojem Vi stvarate potpuno novi biznis je uzbudljivo vrijeme.

Razlozi **ZA** i **PROTIV** započinjanja biznisa od nule

• **RAZLOZI “ZA”**

- Definira prirodu posla sam.
- Kreira preferiranu vrstu fizičkih sredstava
- Pokreće nove investicije
- Ima slobodu izbora i razvoja zaposlenika
- Može koristiti prednost posljednje tehnologije, opreme, materijala, alata i sl.
- Izabere takmičarsku sredinu.

• **RAZLOZI “PROTIV”**

- Problem u pronalaženju pravnog posla
- Problemi u vezi sa prikupljanjem izvora, uključujući lokaciju, zgradu, opremu, materijale i radnu snagu.
- Manjak proizvodnih linija
- Proizvodni problemi povezani sa pokretanjem novog posla
- Manjak uspostavljenog tržišta i kanala distribucije
- Problemi u uspostavljanju osnovnih menadžerskih sistema i kontrola
- Rizik propasti je veći kod malih poslova nego kod kupovine postojećeg posla ili kupovine franšize.

Vrste novih biznisa

- **dopunska djelatnost** (djelatnost za lica koja su u radnom odnosu - računovodstvene usluge, vodoinstalaterske usluge, električarske usluge, ostale zanatske usluge i sl.)
- **kućna radinost**
- **samostalna privredna djelatnost** (samostalna trgovinska radnja STR, samostalna ugostiteljska radnja SUR, samostalna zanatska radnja, samostalna prevoznička djelatnost i sl.)
- **zadruga** (stambena, poljoprivredna, zanatska, studentska i sl.)
- **poljoprivredna djelatnost.**
- **privredno društvo** (d.o.o.; d.d.; k.d; d.n.s.o.)

Započeti sporedan posao -dopunska djelatnost-

- Mnogi ljudi započinju poslove zadržavajući svoje regularne poslove. Iako ovaj pristup nije preporučljiv kao način ulaska u posao biro radne statistike u SAD-u procjenjuje da više od 1.2 miliona ljudi se odlučuje za ovakav korak svake godine. Radeći puno radno vrijeme dok pokušavate napredovati možda zahtjeva nadljudske organizacijske vještine i disciplinu, ali može pružiti značajnu prednost.
- Prijelazni period vam može omogućiti da testirate vode bez prevelikog zaranjanja u tržište.
- Možete se također pripremiti psihološki, eksperimentalno i financijski da kada ili ako napustite svoj posao imate uspješan početak.

Kućni biznis / kućna radinost posao koji se obavlja u kući

Prema Američkoj asocijaciji kućnih poslova broj ljudi uključenih u vođenje poslova kod kuće je preko 24 miliona. Približno 30 % **kućnih poslova** su finansijski ili slični računarski servisi.

PREDNOSTI

- Kontrola radnih sati
- Pogodnost
- Mogućnost brige o osnovnim kućnim odgovornostima (kao što su djeca, roditelji)
- Niski troškovi
- Nedostatak distrakcija na radnom mjestu («upadanje» saradnika, priče uz aparat za kafu)
- Poreske prednosti

NEDOSTATCI

- Poteškoće razdvajanja vremena;
- Neformalan, djelimičan, nedostatak radnog prostora kod kuće
- Zahtjevi članova porodice za saradnju
- Nedostatak poštovanja (tvrdoglavi ljudi misle da ste nezaposleni ili sve to radite kao hobi)

Biznisi započeti od nule

primjeri uspješnih biznisa u Tuzlanskom kantonu

Bingo doo export import Tuzla

The screenshot shows the Bingo website with a green header and a main banner for a "VIKEND AKCIJA" (Weekend Promotion). The banner features a woman holding a shopping basket and a "60" discount tag. Below the banner, there are several product images and logos, including Adler, Meggle, and Vademecum. A sidebar on the left contains information about SMS and a weekly promotion. The bottom of the page features a navigation menu and a "nagradne igre" (lottery) section.

Imel d.o.o Lukavac

The screenshot shows the Imel website with a dark header and a white main content area. The header includes the Imel logo and navigation links for Home, Software, Usluge, Novosti, O nama, and Kontakt. The main content area features a "Uvod u ImelBis" (Introduction to ImelBis) section, a "Software prilagođen Vama" (Software tailored for you) section, and a "Podrška pri odabiru" (Support during selection) section. The bottom of the page features a "Preuzmite novi katalog (2013)" (Download the new catalog (2013)) section.

Algoritam-inženjering d.o.o. Živinice

The screenshot shows the Algoritam-inženjering d.o.o. website with a header featuring a bakery scene. The main content area features a "Kvalitet je naš adut!" (Quality is our strength!) banner and a grid of product images, including various breads and pastries. A sidebar on the left contains a navigation menu and a "CERTIFIKATI" (Certificates) section. The bottom of the page features a "KATALOG PROIZVODA" (Product Catalog) section.

Index d.o.o. Gračanica

The screenshot shows the Index website with a yellow header and a white main content area. The header includes the Index logo and navigation links for O nama, Reference, Vijesti, and Kontakt. The main content area features a "INDEX" banner and a "proizvodnja" (Production) section. The bottom of the page features a "trgovina" (Retail) section.

Kupovina postojećeg biznisa

- cijeli ili veći dio biznisa -

- Kupovina postojećeg biznisa može da znači različite stvari različitim ljudima.
- To može značiti stjecanje potpunog vlasništva nad cijelim biznisom, ili može da znači stjecanje samo trajnog preimućstva – vlasništvo nad većim dijelom biznisa.
- Također, zapamtite mnogi poduzetnici ističu na temelju vlastitog iskustva da preuzimanje postojećeg posla nije nikada lako.

Motivi za prodaju biznisa

- Motivi koji determiniraju odluku prodavca postojećeg biznisa **mogu biti istiniti ili prikriveni.**
- Motivi su istiniti ako su rezultat:
 1. želje vlasnika da iz opravdanih razloga svoj imetak pretvori u novac;
 2. sumnje vlasnika da će mlađi nasljednici nastaviti sa uspješnim vođenjem postojećeg biznisa;
 3. straha da razvoj biznisa zahtijeva poduzetničke i menadžerske osobine koje ne posjeduje vlasnik biznisa.

Razlozi **ZA** i **PROTIV** kupovine postojećih bizisa/preduzeća

Razlozi **ZA**

1. postojeći biznis je mnogo manje rizičan
2. postojeće preduzeće najčešće posjeduje priznatu reputaciju na tržištu
3. kanali distribucije i financiranja već su uspostavljeni
4. radnici su obučeni sa potrebnim specijalističkim znanjima
5. proizvodna oprema se nalazi u eksploataciji
6. metode i sistemi obavljanja poslova već su razvijeni itd.

Razlozi **PROTIV**

1. preduzeće se prodaje zato što posluje nerentabilno, a prodavač to želi prikriti
2. postojeće veze između financijera, dobavljača i kupaca su zategnute do te mjere da i oni sami insistiraju na promjeni vlasnika firme
3. lokacija na kojoj je preduzeće trenutno locirano ne odgovara razvojnim ciljevima preduzeća
4. postojeća oprema i tehnologija su zastarjele i postojeći vlasnik, svjestan činjenice da gubi konkurentsku prednost, prodaje preduzeće itd.

Prednosti i nedostaci kupovine postojećeg biznisa (Timothy S. Hatten)

PREDNOSTI

1. Uspostavljena baza kupaca
2. Lokacija je već poznata kupcima
3. Planiranje može biti bazirano na poznatim historijskim podacima
4. Povezanost sa dobavljačima
5. Inventar i oprema su već prisutni
6. Iskustvo upuslenika
7. Mogućnost vlasničkog finansiranja
8. Brz ulazak
9. Sistem kontrole je već prisutan (npr. Računovodstvena, inventurna i osobna kontrola)
10. Imidž je već percipiran u glavi kupaca

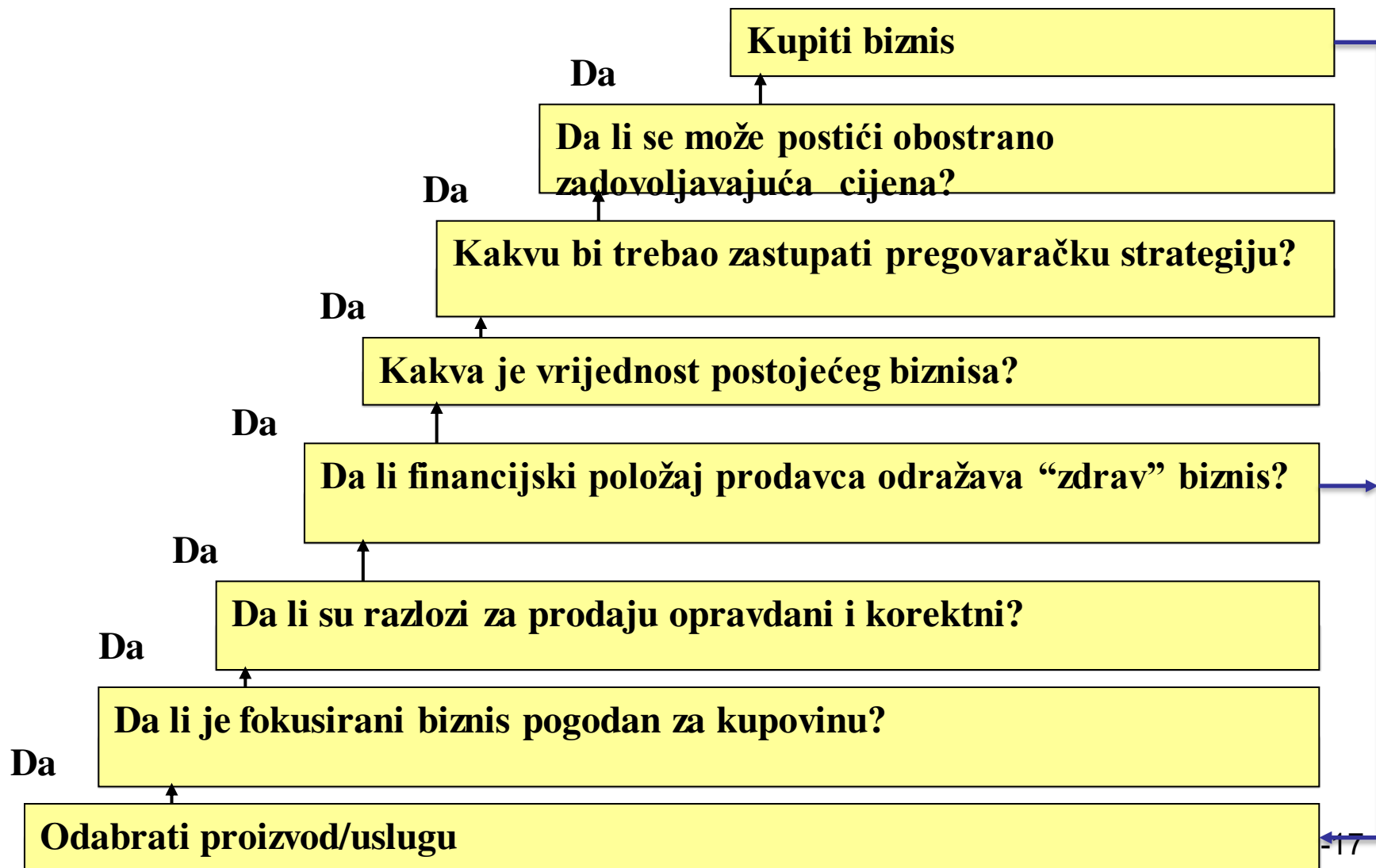
MANE

1. Imidž je teško promjeniti
2. Uposlenici možda nisu oni koje bi sami izabrali
3. Poduzeće možda nije vođeno na način koji bi ste vi željeli i to je možda teško promijenljivo
4. Moguća zastarjela oprema i inventar
5. Cijena finansiranja može isušiti tvoj cash flow i ugroziti opstanak poduzeća
6. Lokacija poduzeća je možda nepoželjna ili dobra lokacija može uskoro postati loša
7. Potencijalna odgovornost za ugovore iz prošlosti
8. Lažno predstavljanje (osoba koja prodaje poduzeće možda laže)

Proces kupovine biznisa

- Oprezan poduzetnik će prije donošenja odluke zatražiti savjet bankara, pravnika, računovođe ili neke od specijalističkih agencija za istraživanje tržišta.
- On će na temelju tih savjeta kreirati dodatne razloge za ili protiv kupovine i sam odlučiti o kupovini, jer on je taj koji ulaže novac (vlastiti i pozajmljeni).
- Ako poduzetnik ustanovi da postoji dovoljno razloga za kupovinu postojećeg preduzeća, on poduzima sljedeći korak koji podrazumijeva utvrđivanje vrijednosti preduzeća.

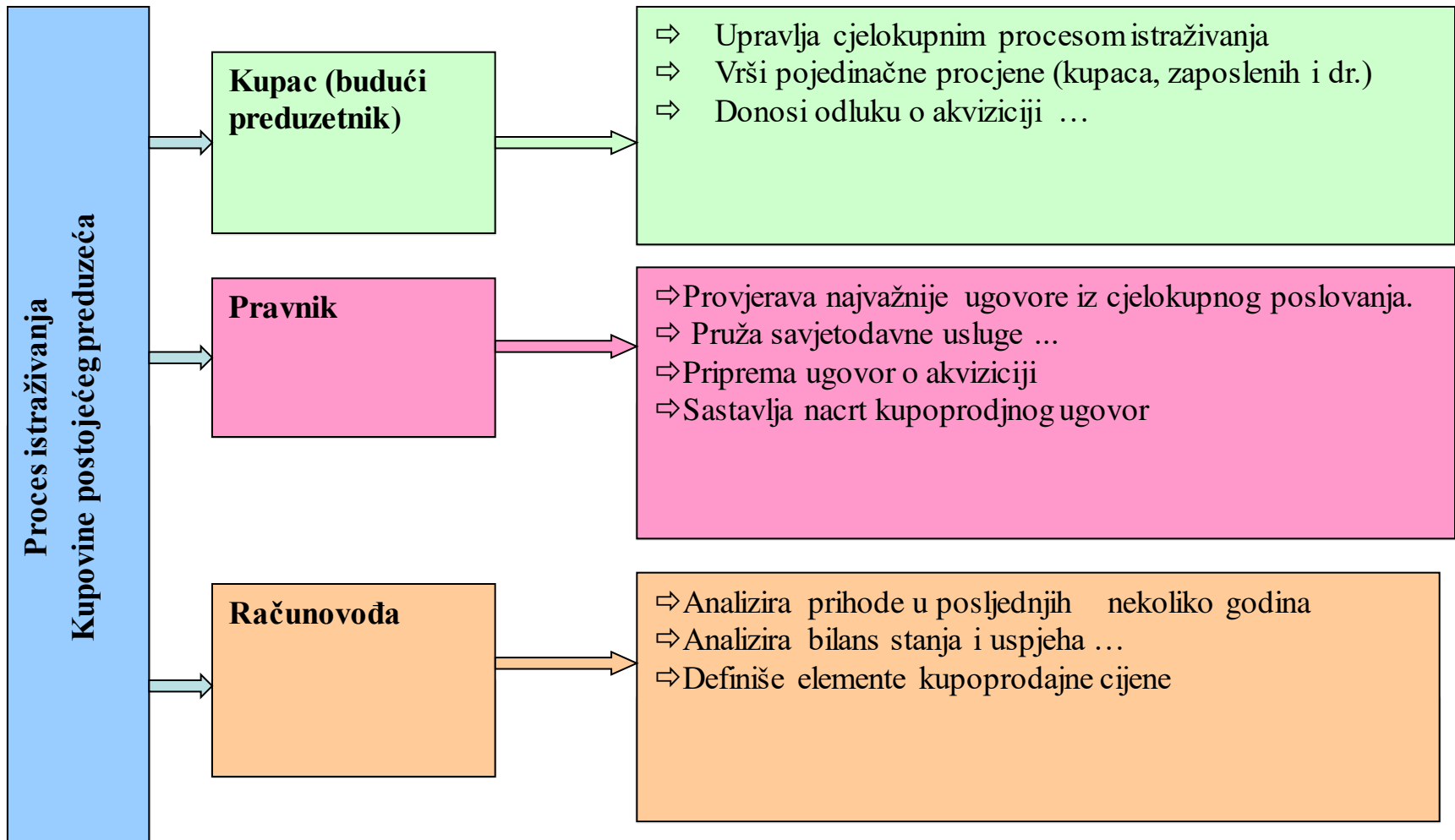
Osam koraka u procesu kupovine biznisa [Nikolas Siropolis]



Petnaest koraka u procesu kupovine biznisa (Timothy S. Hatten)

1. Razmisli i napravi inicijalnu odluku da kupiš poduzeće, radije nego da počneš od nule ili franšize.
2. Educiraj se o tipu poduzeća koje želiš kupiti.
3. Odredi koliko možeš izdvojiti za kupovinu (zapamti da niti jedan zajmodavac nije spreman dati 100% novca koji trebaš za kupovinu).
4. Traži izvore koji nude liste poduzeća na prodaju.
5. Uključi svoje profesionalne kupce.
6. Procijeni poduzeće koje si našao na prodaju.
7. Pregovaraj sa prodavcem.
8. Prodavcu ponudi pismo namjere.
9. Daj ponudu na poduzeće.
10. Izvrši duboku analizu poduzeća.
11. Strukturiraj i kompletiraj dokumentaciju za kupovinu.
12. Osiguraj privržen finansijski kontingent.
13. Potpiši kupovni ugovor.
14. Zadovolji uslove ispunjenje ugovora.
15. Zaključi prodaju.

Postupak istraživanja kupovine postojećeg preduzeća [Nikolas Siropolis]



Kupovina postojećih biznisa

primjeri uspješnih biznisa u Tuzlanskom kantonu

ALFE-MI d.o.o. Živinice



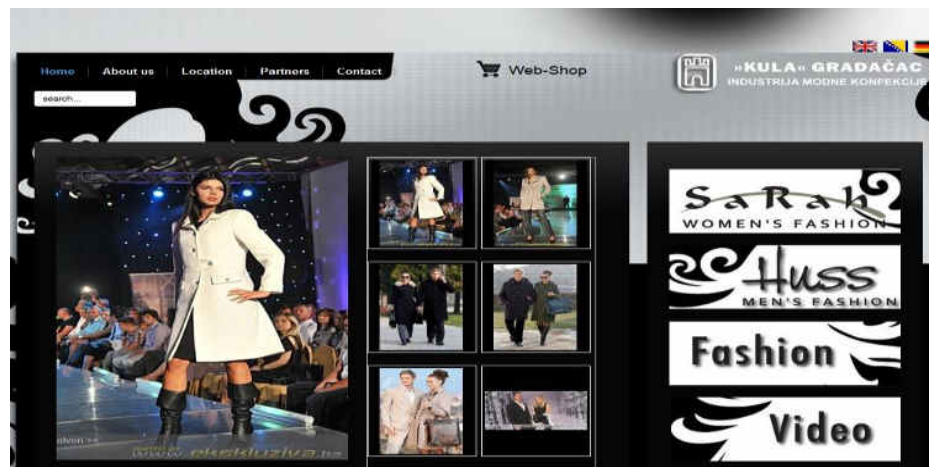
TEHNOGRAD-COMPANY d.o.o. Tuzla



UNIS TOK d.o.o. Kalesija



IMK „KULA” d.o.o. Gradačac



Franšizing treći dominantni oblik oblik započinjanja biznisa

- **Franšizno poslovanje je** sistem trgovanja dobrima i/ili uslugama i/ili tehnologijom koje se bazira na bliskoj i stalnoj saradnji legalno i finansijski samostalnih preduzeća vlasnika franšize i njegovih pojedinačnih korisnika franšize gdje vlasnik garantira svojim korisnicima pravo i nameće obavezu da će voditi posao u skladu s konceptom franšize.
- **Laički rečeno** - Franšiza je trgovačko udruživanje u kojem se uspješni poslovni koncept, koji uspješno djeluje na nekom terenu, klonira/presađuje sa svog matičnog terena na neki drugi po principu " ključ u ruke ".

Pet kriterija koje biznis mora zadovoljiti da bi mogao biti franšiza

- Da bi neki biznis mogao postati franšiza mora zadovoljiti neke osnovne kriterije i mora biti:
 1. **Jedinstven** - novi koncept koji ima potencijala za širenje u nacionalnim i internacionalnim uslovima
 2. **Profitabilan** - koncept mora donositi dobit prvo- franšizodavcu, a nakon projektirane franšize granice zarade ugrađene u koncept trebaju biti dovoljno velike kako bi i svaki franšizoprimac koji se priključi sistemu mogao ostvariti atraktivan povrat svojih ulaganja.
 3. **Sistematiziran** - svi poslovni sistemi poslovanja trebaju biti detaljno razrađeni i djelotvorni. Ti sistemi i procedure moraju biti u obliku priručnika
 4. **Lako prenosiv** - trebalo bi biti relativno lako prenijeti cjelokupno znanje i iskustvo na franšizoprimce
 5. **Dostupan** - ako je franšiza vrlo skupa, tada je vrlo malo ljudi može priuštiti. Idealno ulaganje u franšizu bilo bi od 5 000 - 40 000 € jer ima veliki broj građana koji sebi mogu priuštiti takvo ulaganje.

Franšizing treći dominantni oblik oblik započinjanja biznisa

- IFA (međunarodana franšizing asocijacija) definiše franšizing poslovni koncept kao ugovornu vezu **franšizera** i **franšizata** u kojoj franšizer pruža ili se obavezao da održava kontinuiranu zainteresovanost za poslovanje franšizanta na planu **know-how** i obuke gdje franšizat radi pod zajedničkim trgovinskim imenom, firmom poslovanja i/ili u skladu sa postupcima koji su vlasništvo ili su pod kontrolom franšizera, a u šta je franšizant uložio ili će uložiti odgovarajuća sredstva (kapital) iz sopstvenih izvora radi obavljanja svoje poslovne aktivnosti.
- 100 najuspešnijih franšiza na svijetu u 2013.godini
<http://www.6yka.com/novost/41520/100-najuspesnijih-fransiza-na-svijetu>

Temeljni pojmovi Know-how

- **Know-how**, znači skup ne-patentirane praktične informacije koja je rezultat iskustva i provjere od strane vlasnika franšize i on je;
 1. **Tajan** - znači da know-how, kao cjelina ili u preciznom obliku i zbiru svojih dijelova, nije opće poznat ili lako dostupan; nije ograničen u smislu da svaki pojedinačni dio know-how-a treba biti potpuno nepoznat ili nedostupan van posla kojim se bavi vlasnik franšize
 2. **Temeljit** - znači da know-how sadrži važne informacije o prodaji proizvoda krajnjim potrošačima, a posebno o prezentaciji proizvoda za prodaju, obradi proizvoda u vezi s pružanjem usluga, metodama ophođenja s kupcima, te administrativnim i financijskim upravljanjem;
 3. **Određen** - znači da know-how mora biti opisan na dovoljno razumljiv način tako da je moguće provjeriti ispunjavaju li se kriteriji tajnosti i važnosti;

Pet kriterija koje biznis mora zadovoljiti da bi mogao biti franšiza

- Da bi **neki biznis mogao postati franšiza** mora zadovoljiti neke osnovne kriterije i mora biti:
 - 1. Jedinstven** - novi koncept koji ima potencijala za širenje u nacionalnim i internacionalnim uslovima
 - 2. Profitabilan** - koncept mora donositi dobit prvo-franšizodavcu, a nakon projektirane franšize granice zarade ugrađene u koncept trebaju biti dovoljno velike kako bi i svaki franšizoprimac koji se priključi sistemu mogao ostvariti atraktivan povrat svojih ulaganja.
 - 3. Sistematiziran** - svi poslovni sistemi poslovanja trebaju biti detaljno razrađeni i djelotvorni. Ti sistemi i procedure moraju biti u obliku priručnika
 - 4. Lako prenosiv** - trebalo bi biti relativno lako prenijeti cjelokupno znanje i iskustvo na franšizoprimce
 - 5. Dostupan** - ako je franšiza vrlo skupa, tada je vrlo malo ljudi može priuštiti. Idealno ulaganje u franšizu bilo bi od 5 000 - 40 000 € jer ima veliki broj građana koji sebi mogu priuštiti takvo ulaganje.

Franšizodavac, tko je to?

Franšizodavac je poduzetnik koji je:

- Vlasnik jedne robne marke i vizualnog identiteta prepoznatog od tržišta
- Nudi niz proizvoda /usluga/tehnologija klasičnim distributivnim kanalima
- Razvio je metodu prodaje i rada koja je isprobana u pilot centru i ažurirana
- U stanju je prenijeti drugima svoju metodu, iskustava i znanja preko obuke i stalnog savjetovanja. Ima razvijenu svoju firmu tako da je u stanju razvijati dalje svoju metodu i rukovoditi franšiznom mrežom.

Franšizodavac (na engleskom Franchisor) To je firma koja je standardizirala i isprobala svoj poslovni koncept, ponovljiv i prenosiv te ga ustupa drugim firmama zajedno s markom ili brandom i sa svim detaljima koji čine taj specifični poslovni koncept. Taj transfer znanja, iskustva, vizualnog identiteta i marke povlači za sobom plaćanje od strane franšizoprimca

Franšizoprimac, tko je to?

Franšizoprimac je neovisan poduzetnik odgovoran i izabran od franšizodavca, a ima sljedeće karakteristike:

- Veliku volju za afirmaciju
- Raspolaže potrebnim sredstvima
- Želi usko saradivati s drugima
- Želi raditi unutar sistema i po zadanim pravilima
- Prihvaća da bude član mreže i ima razvijeni timski duh
- Pristupajući mreži stječe pravo na upotrebu svih elemenata koji su predmet ponude: metoda, sistem ili know-how, proizvodi, marka i imidž, pomoć prije, za vrijeme i nakon otvaranja i dr.

Franšizoprimac (na engleskom Franchisee) Osoba pravna ili fizička koja potpisom posebnog ugovora prihvaća jedan sistem rada koji od sad čini njegov poduzetnički pothvat. Tako ulazi u lanac distribucije koji ima prepoznatljivo ime. Franšizoprimac je pravno neovisna osoba, ali ulaskom u lanac prihvaća sistem rada koji nameće franšizodavac

Franšizna mreža

Franšizodavac zajedno sa svim svojim franšizoprimcima tvori franšiznu mrežu i njegova je odgovornost i obaveza da osigura rad i rast mreže te prepoznatljivost i kvalitetu marke. Zahvaljujući zajedničkoj marki koja ih povezuje, franšizna mreža brzo gradi identitet i reputaciju u očima kupaca.

Franšizoprimac predstavlja franšiznu mrežu i on mora upotrebljavati i strogo slijediti sve elemente koji čine marku i poslovanje i to imajući u vidu sljedeće:

- da mora poštovati odnos između franšizodavca i sebe koji je određen ugovorom
- da ne smije niti na jedan način kompromitirati reputaciju mreže dakle i svih drugih franšizoprimaca
- da ne smije iznevjeriti i izdati povjerenje svojih kupaca jer time ne nanosi štetu samo sebi već i cijeloj mreži

Potencijalni korisnici franšize

- Obrtnici i poduzetnici u fazi rasta koji žele osvojiti nova tržišta svojim prepoznatljivim proizvodom ili unaprijediti poznate marke.
- Poduzetnici početnici ili poduzetnici koje žele proširiti svoju marku ili marke.
- Nezaposleni koji ulaskom u poduzetništvo odnosno samozapošljavanjem žele riješiti svoj status.
- Zaposleni koji postaju tehnološki višak ili žele promijeniti posao.
- Zaposleni koji su primili otpremnine i žele otpočeti novu karijeru u vlastitom poslu.
- Mladi koji žele ući u poduzetništvo, ali ne prepušteni sami sebi.

Prednosti širenja posla putem franšize

- Tuđi novac:
- Kvalifikovani i motivirani rukovodeći kadar
- Vrijeme
- Jednostavnost
- Efikasnost – Profitabilnost
- Brzo širenje
- Optimalna veličina
- Velika kupovna moć
- Osiguranje lokacija
- Dominacija na tržištu
- Razvoj reklamnih materijala
- Maksimalni prihod


Samoprocjena za ulazak u sistem franšiznog poslovanja

Neka od sljedećih pitanja bi mogla biti od koristi potencijalnim franšizoprincipima pri evaluaciji njih samih:

1. Da li je to posao koji odgovara vašim karakteristikama i ličnosti?
2. Da li ste svjesni da ulaskom u franšizni sistem ulazite u poduzetništvo i postajete pravna osoba?
3. Da li ste spremni raditi s ljudima?
4. Da li možete osigurati sva financijska sredstva koja su potrebna da se posao postavi na noge?
5. Da li ste spremni raditi unutar jednog sistema i poštivati stroga pravila istog?
6. Da li ste spremni izgubiti dio svoje slobode kako biste radili unutar sistema?
7. Da li ste spremni prihvatiti periodične kontrole od strane franšizodavca?
8. Da li vas porodica podržava?
9. Da li imate timski duh?
10. Da li ste spremni naporno i dugo raditi?

Najbolje franšize u svijetu

FranchiseDirect.com - <http://www.franchisedirect.com/>

FRANCHISE DIRECT  **DIRECT** USA

America's #1 Franchise Directory, Trusted for Over 15 Years

Home Industry Investment Location Popular Searches Resources Search

Home

Start Your Franchise Search:

- > [Accounting & Financial](#)
- > [Advertising & Marketing](#)
- > [Automotive Franchises](#)
- > [Business Opportunities](#)
- > [Business Services](#)
- > [Children's Franchises](#)
- > [Cleaning Franchises](#)
- > [Coffee Franchises](#)
- > [Computer & Internet](#)
- > [Consultant & Business Broker](#)
- > [Employment & Staffing](#)
- > [Entertainment Franchises](#)
- > [Fitness Franchises](#)
- > [Food Franchises](#)
- > [Health & Beauty](#)
- > [Healthcare & Senior Care](#)
- > [Home Services Franchises](#)
- > [Home-based Franchises](#)
- > [Mailing & Shipping](#)
- > [Moving & Storage](#)
- > [Pet Franchises](#)
- > [Printer, Copying & Sign](#)
- > [Real Estate Franchises](#)
- > [Restaurant Franchises](#)
- > [Retail Franchises](#)
- > [Security Franchises](#)
- > [Sports Franchises](#)
- > [Travel Franchises](#)
- > [Vending Opportunities](#)
- > [Low-Cost Franchises](#)
- > [Top Franchises](#)
- > [New Franchises](#)

Find Your Franchise

Select an Industry...

Select a Location...

Select Your Investment...

Search >

Franchise Directory



Golden Opportunities from our Franchise Gallery

Shakeaway

Shakeaway

Shakeaway is a unique global company with stores popping up all over the world! Get



Caring Matters Home Care

Caring Matters has redefined in-home care. We can show you how to take advantage of this...



Nestlé® Toll House® Café by Chip

Where else can you find a fun business opportunity with a billion dollar brand name serving...

EARTHWISE Pet
SUPPLY • GROOMING • WASH

EarthWise Pet Supply

EarthWise Pet offers a growth incentive program with reduced initial fees, the benefits of...

Our Newsletter

Receive FREE updates on the latest franchise opportunities!

Enter your Email

Subscribe >

Featured Franchises



Franchise Europe

<http://www.franchiseeurope.com/>

FRANCHISE EUROPE



Europe

Top Franchises Available in Europe



Franchise Directory

Top 500 European Franchises

Franchise Videos

Search



Your Request List (0)



Browse Franchises by Industry

- > [Accountancy & Financial](#)
- > [Automotive Franchises](#)
- > [B2B Franchises](#)
- > [Business Consulting](#)
- > [Business Opportunities](#)
- > [Business Training](#)
- > [Care Franchises](#)
- > [Children Franchises](#)
- > [Cleaning Franchises](#)
- > [Coffee Franchises](#)
- > [Computer Franchises](#)
- > [Courier Franchises](#)
- > [Education Franchises](#)
- > [Event & Wedding Planning](#)
- > [Fitness Franchises](#)
- > [Food Franchises](#)
- > [Golf Franchises](#)
- > [Health & Beauty](#)
- > [Home Care Franchises](#)
- > [Home Improvement](#)
- > [Home Services Franchises](#)
- > [Internet Franchises](#)
- > [Magazine Franchises](#)
- > [Merchandising Franchises](#)
- > [Pest Control Franchises](#)
- > [Pet Franchises](#)
- > [Print & Sign](#)
- > [Professional Services](#)
- > [Property & Estate Agency](#)
- > [Recruitment Franchises](#)

- > [Retail Franchises](#)
- > [Sports Franchises](#)
- > [Travel & Leisure](#)
- > [Vending Franchises](#)

Popular Franchise Searches

- > [Low-Cost Franchises](#)
- > [New Franchises](#)
- > [Home-based Franchises](#)
- > [Part Time Franchises](#)
- > [Van Based Franchises](#)
- > [White Collar Franchises](#)
- > [Master Franchise Opportunities](#)

Newsletter

Receive FREE updates on the latest franchise opportunities!

Enter your Email



Franchises of the Day

Eazi Loyalty
reward · retain · repeat

[EaziLoyalty](#)

Work from home, managing mobile marketing for a wide variety of businesses - offering a mobile loyalty club, text message coupons, text-to-win competitions and much more in this rapidly growing industry.

[Read More >](#)

Top Franchises



Centar za franšizu Centra za poduzetništvo Osijek

<http://www.fransiza.hr/hrvatska-ponuda-fransiza.htm>



english version



[Naslovnica](#) [O nama](#) [Što je franšiza](#) [Seminar franšiza](#) [Franšiza u RH](#) [Resursi](#) [Kontakt](#)

Izbornik
▶ NASLOVNICA
▶ FRANŠIZNA PONUDA U RH
▶ PONUĐA TALIJANSKIH FRANŠIZA U RH
▶ ŠTO JE FRANŠIZA
▶ jučer, danas, sutra
▶ moderna franšiza
▶ SEMINAR FRANŠIZA A - Ž
▶ mišljenja polaznika
▶ PRIJAVITE SE!
▶ kome je namijenjen
▶ sadržaj
▶ način rade
▶ O NAMA
▶ kako Vam možemo pomoći
▶ press dipping
▶ RESURSI
▶ Članci o franšizi
▶ Knjige o franšizi
▶ Kalendar sajmova
▶ Etički kodex
▶ Linkovi
▶ KONTAKT

FRANŠIZNE PONUDE

davatelja franšize zainteresiranih za širenje na području Hrvatske (i šire regije)

POMFRI BEZ ULJA

Nakon 5 godina postojanja brand Surf'n'Fries otvorio je vrata javnosti sa SURFFRY tehnologijom. Tvrtka Surf'n'Fries uspjela je u namjeri da napravi pomfri bez korištenja ulja. Nova SURFFRY tehnologija koristi vlagu iz krumpira te vrući zrak koji na 250 C u par minuta pripremi krumpiriče bez korištenja kapi ulja. SURFFRY tehnologija poprilično je sofisticirana pa je tako u potpunosti digitalizirana te se strojem upravlja putem touch screena.. Inače ova tehnologija je razvijena u suradnji sa skandinavskom tvrtkom koja se dugogodišnje bavila proizvodnjom pizza peći. Bitno za spomenuti je I to da su strojevi programirani ne samo za pripremu krumpiriča bez ulja već i pilećih medaljona i pilećih krilaca. Također, planira se uvesti još novih proizvoda koji će biti pripremljeni na ovoj tehnologiji poput povrća, mozzarella štapića i slično.

Dodatne informacije je moguće dobiti na info@fransiza.hr.

PULMENTUM nautička trgovina

PULMENTUM je nautička trgovina, locirana u Novigradu. Poduzeće je osnovano u Hrvatskoj kao odgovor na sve veću potražnju za konkurentne cijene nautičke opreme na ovom dijelu Jadrana, koje su već dostignute sa dobrim popustima kod glavnih globalnih dobavljača nautičke opreme. Cilj franšize je putem primatelja franšize osigurati još veće grupne popuste kod dobavljača robe u svakom gradu Hrvatske obale. Franšiza je prilika za jako profitabilno poslovanje sa minimalnim troškovima ulaganja. Primatelj franšize dobiva kompletan know-how, sve informacije potrebne za poslovanje, metode, podršku u poslovanju i isključivost za svaki grad. Trošak ove franšize je 20.000,00 EUR, a mjesečni tantijemi iznose 5,5



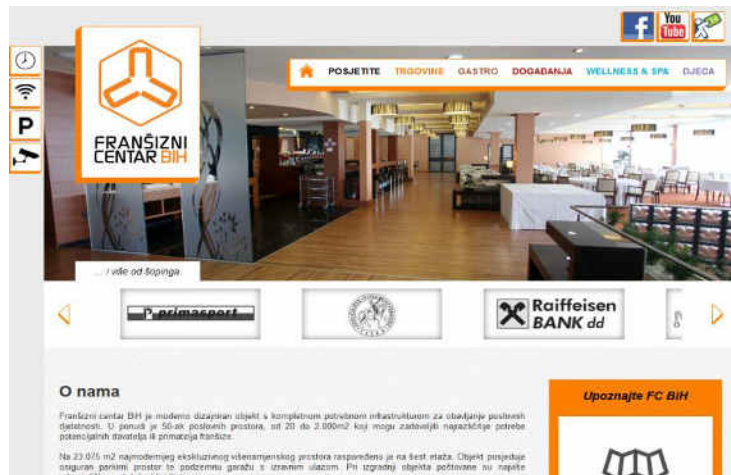
FRANŠIZE IZ SAD



Franšize u Bosni i Hercegovini

informacije o uspješnim franšizama

<http://www.fcbih.com/pages.jsp?id=8>



<http://nomasvello.ba/fransize/trziste-fransiza-depilacija-estetika-ljepota/>



<http://www.minipani.com/bih/index.php?q=peciva.html>



<http://franchising.rs/clanak/833/s-oliver-u-sarajevu/>

