

Akvizicije i merdžeri. Franšizno poslovanje



Univerzitet u Banjoj Luci
Ekonomski fakultet
Prof. dr Saša Petković
sasa.petkovic@ef.unibl.org



УНИВЕРЗИТЕТ У БАЊОЈ ЛУЦИ
UNIVERSITY OF BANJA LUKA
ЕКОНОМСКИ ФАКУЛТЕТ
FACULTY OF ECONOMICS



9 INDUSTRIJA,
INOVACIJE I
INFRASTRUKTURA



Cilj predavanja

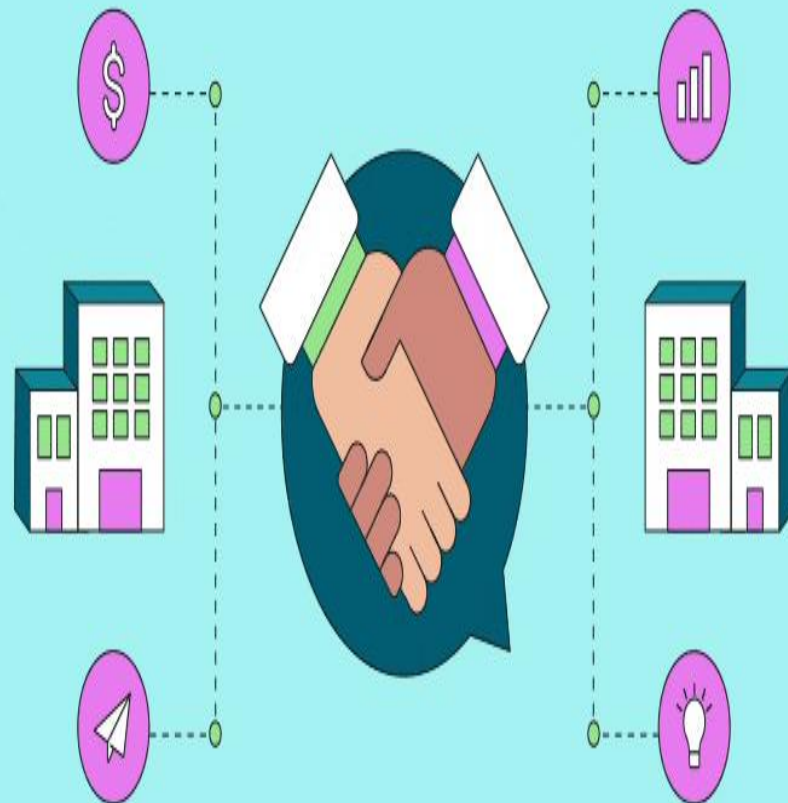
- ❑ Razumijete i objasnite prednosti i nedostatke pokretanja inovativnih preduzetničkih poduhavata od nule, kupovine postojećeg biznisa ili kupovine ili prodaje franšize, kao strategija rasta i razvoja preduzeća

Literatura:

- ❑ Petković, S. (2025). *Preduzetnički menadžment inovativnih startapa*. (Monografija u izradi).
- ❑ Petković, S. i Berberović, Š. (2013). *Ekonomika i upravljanje malim i srednjim preduzećima. Principi i politike*. Banja Luka: Ekonomski fakultet.

Kreiranje inovativnih poslovnih modela – akvizicije i merdžeri - prednosti

- Postoje brojne prednosti kupovine etabliranog preduzeća, a mogu se svesti na to da je **poslovni model uspostavljen, ne povećava se konkurencija u privrednoj grani** i da od prvog dana preuzimanja, **preduzeće ostvaruje prihode**.
- Ima svoje **kupce, lokaciju** koja može biti izuzetno atraktivna, tehnologiju, **uhodan tim** menadžera, inženjera, radnika, ima izgrađenu **kreditnu istoriju i poslovnu reputaciju**.



Kreiranje inovativnih poslovnih modela – akvizicije i menadžeri – rizici!!!



- ← Kupovina postojećeg preduzeća nosi određene rizike i pitanje **da li će ono biti i ubuduće uspješno.**
- ← Može da iziskuje **visoke troškove, tehnologija može biti zastarjela**, a zaposleni i menadžeri u preduzeću koji je subjekt kupovine mogu biti **manje prijateljski naklonjeni promjeni menadžmenta** kompanije.
- ← Moguće je da postoje i **nenaplativa ili teško naplativa potraživanja i velike obaveze, loša lokacija biznisa i slabi absorpcioni kapaciteti za inoviranje i digitalizaciju.**

Proces vrednovanja preduzeća

- 💰 Proces **kupovine, prodaje i vrednovanja preduzeća** može biti među najvećim izazovima sa kojima se suočavaju vlasnici malih preduzeća. Posebno, vrednovanje poslovanja je jedno od složenijih pitanja sa kojima se mala firma suočava (Mazzarol & Reboud, 2020).
- 💰 Za rješavanje tog problema **preduzetnici treba da imaju niz informacija o motivima prodaje preduzeća, finansijskom stanju i vrijednosti firme**. Za odgovor na ova pitanja može da posluži i sljedeći prikaz.



Najčešći razlozi prodaje biznisa



- ➔ strah u vezi s finansijskom perspektivom preduzeća ili porodice,
- ➔ božazan da je tehnologija, nekad jednostavna, sada složena za ovladavanje,
- ➔ božazan da je proizvod - usluga prevaziđena.
- ➔ Razlozi lične prirode.

Procjena vrijednosti preduzeća



- ? Da li je preduzeće koje se prodaje finansijski stabilno – zdravo?
- ? Kakva je njegova profitabilnost?
- ? Kolika je njegova stvarna vrijednost?

Da bi dobili odgovore na ova pitanja potrebno je obaviti određene aktivnosti koje se svode na sljedeće:

- (1) **analiza finansijskih izvještaja** preduzeća koje se prodaje,
- (2) **revizija**, interna i eksterna ako je neophodno i
- (3) **određivanje vrijednosti firme.**

Izveštaj prihvatiti sa rezervom! Zašto?

- ▲ Prodavači biznisa po pravilu se koriste sa svim **računovodstvenim metodama** koje služe njihovim namjerama.
- ▲ Saznanje da vlasnici biznisa mogu dirigovati veći ili manji nivo dobiti - profita je sasvim realno.



To se može postići na više načina, na primjer:

- **zalihe se mogu računati na više načina** (na primjer metodi LIFO, HIFO, FIFO), a svaki metod različito utiče na visinu dobiti,
- sredstva, kao što su poslovni objekti, oprema, **mogou se iskazati u uvećanoj ili umanjenoj vrijednosti**,
- **amortizacija** se može računati po proporcionalnoj, degresivnoj ili progresivnoj stopi, po funkcionalnom ili kombinovanom metodu.



Problemi u primjeni računovodstvenih standarda

Ovi problemi su naročito prisutni u malim porodičnim preduzećima, gdje primjena računovodstvenih tehnika i standarda varira.



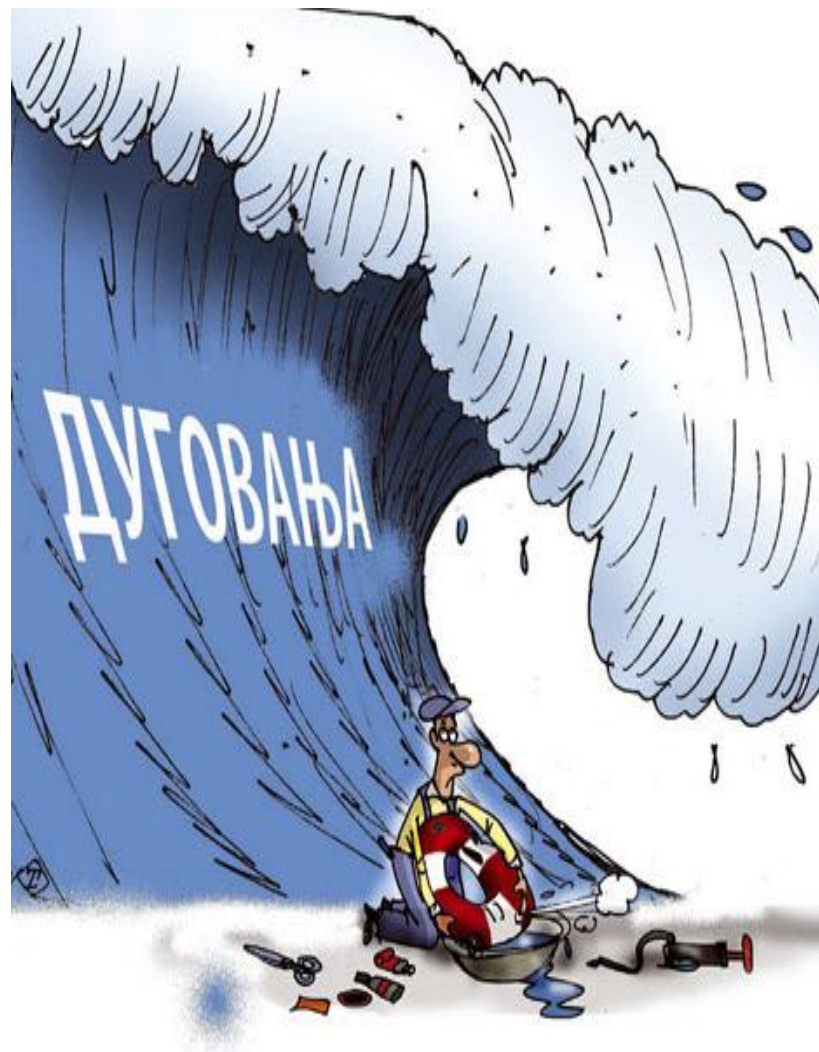
Revizija (Auditing, engl.)

- Revizija predstavlja prvi korak kupca kod utvrđivanja i vrednovanja finansijskog aspekta preduzeća. Ona treba da bude prilagođena finansijskom izvještaju, a radi procjene i utvrđivanja prave vrijednosti firme.
- U tom cilju **kupac treba da posjeduje prodavčeve izvještaje** iz kojih bi se mogla utvrditi finansijska snaga prodavčevog preduzeća i njegova profitabilnost.



Potrebno je raspolagati sa informacijama kao što su:

- ➔ dugovanja dužnika i njihov stepen naplativosti,
- ➔ zalihe - njihovo stvarno stanje i postojanje, te njihov kvalitet,
- ➔ oprema - njena ispravnost,
- ➔ dugovanja bankama, dobavljačima i druge obaveze, kako bi se utvrdila mogućnost njihovog izmirenje, tj. stepen likvidnosti i solventnosti firme,

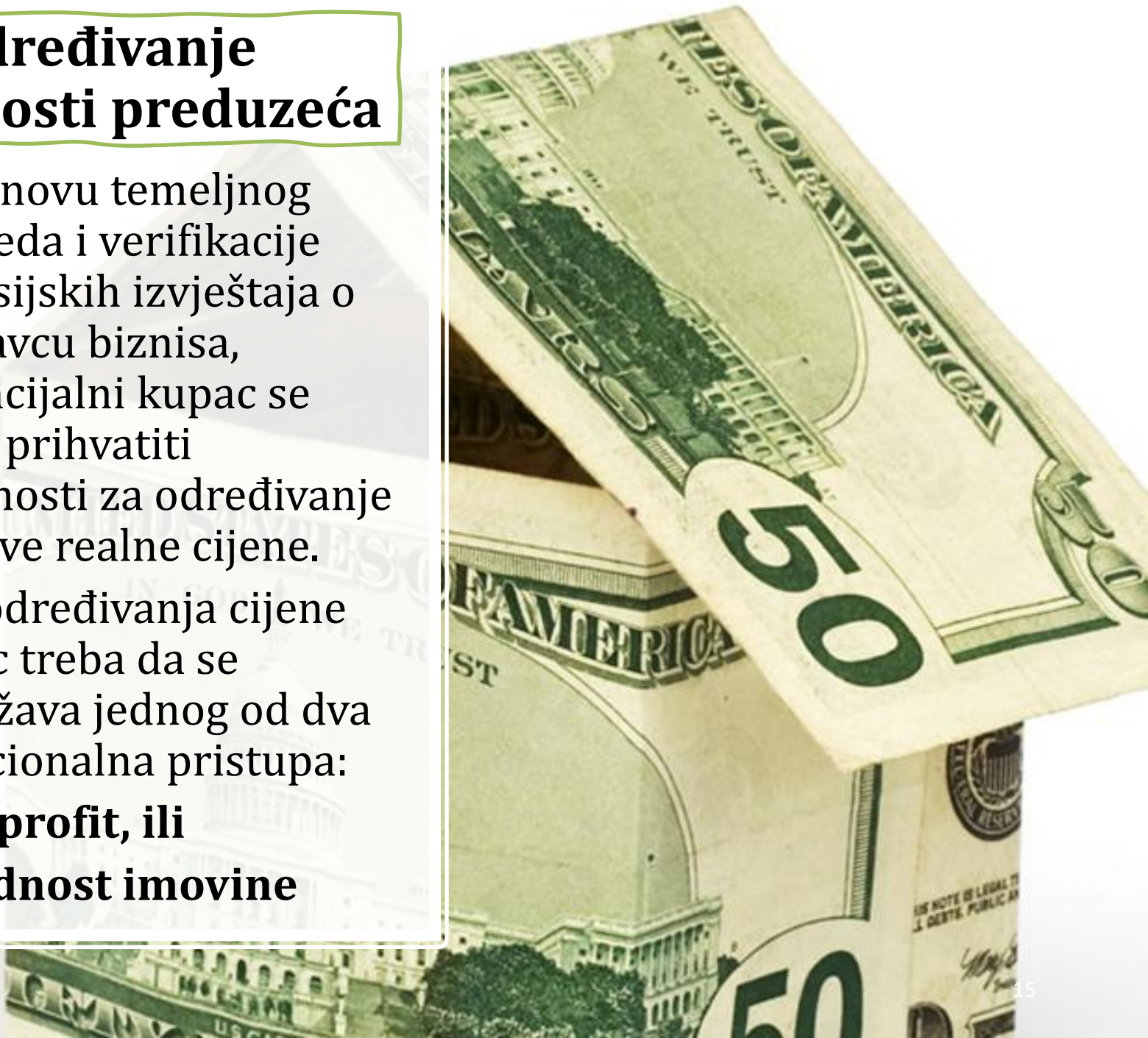


- ➔ zakupi, licence, franšize i drugi ugovori kako bi se utvrdila mogućnost njihovog prenosa,
- ➔ javne bilješke, kako bi se utvrdilo da li prodavac firme ima porezna i druga retenciona prava na imetak i da li ima neizmirenih obaveza u vezi sa garancijama i jamstvima.

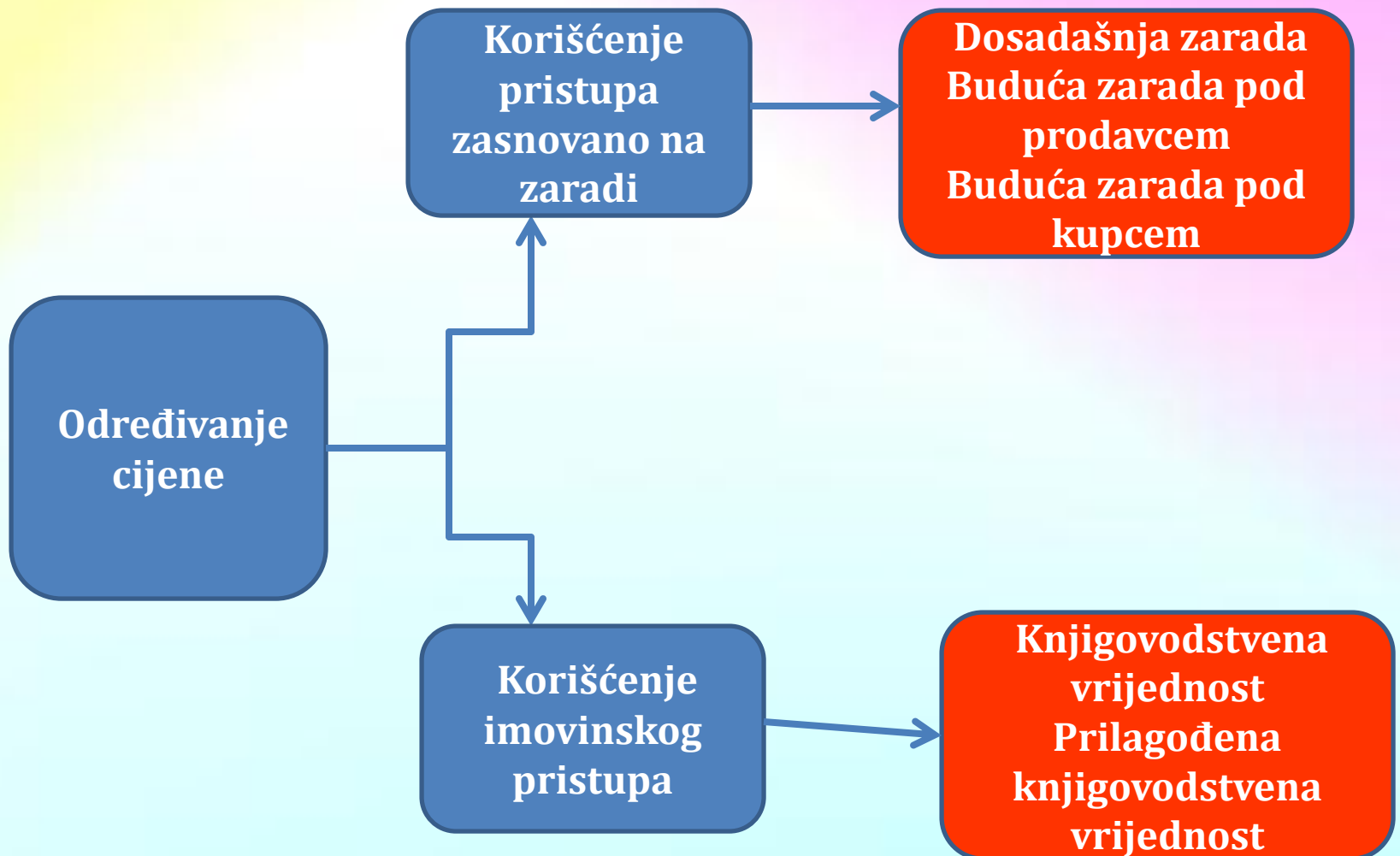


Određivanje vrijednosti preduzeća

- € Na osnovu temeljnog pregleda i verifikacije finansijskih izvještaja o prodavcu biznisa, potencijalni kupac se mora prihvatiti aktivnosti za određivanje njegove realne cijene.
- € Kod određivanja cijene kupac treba da se pridržava jednog od dva tradicionalna pristupa:
 - ➔ **neto profit, ili**
 - ➔ **vrijednost imovine**



Određivanje vrijednosti preduzeća



PREDNOSTI

Baza klijenata je uspostavljena.
Lokacija je već poznata kupcima.
Planiranje može biti zasnovano na poznatim istorijskim podacima.
Odnosi sa dobavljačima su uspostavljeni.
Inventar i oprema su u funkciji.
Zaposleni već imaju iskustva
Mogućnost finansiranja vlasnika postoji.
Brz unos je moguć.
Kontrolni sistemi već postoje (npr., računovodstvo, zalihe i upravljanje ljduskim potencijalom).
Biznis je stekao imidž i određenu predstavu o biznisu kupci su već izgradili.

NEDOSTACI

Imidž biznisa je teško promijeniti.
Zaposleni mogu biti oni koje ne biste željeli da birate.
Biznis se ne može voditi na način na koji ste vi željeli i promjene je vrlo teško izvesti.
Oprema i inventar mogu biti zastarjeli.
Troškovi finansiranja mogu ugroziti vaš protok gotovine (cash flow) i ugroziti opstanak.
Poslovna lokacija može biti nepodesna, ili dobra lokacija može postati loša.
Potencijalne obaveze iz prošlih poslovnih ugovora su vrlo izvjesne.
Lažno predstavljanje je moguće (da, osoba koja prodaje biznis može da laže).

Slika 2.5. Prednosti i nedostaci kupovine postojećeg biznisa
(Izvor: Hatten, 2012, p. 134).

Franšizing poslovi

Pojam
franišizinga

- Karakteristike savremenog tržišnog poslovanja su da obiluje nizom inovacija, koje se ne ogledaju samo u novim proizvodima i uslugama, nego i novim organizacionim formama obavljanja djelatnosti.
- Jedna od takvih je i **franšizing**.



Franšizing poslovi

Pojam franišizinga



← Franšizing predstavlja **specifičan oblik biznisa**, koji je doživio najveću ekspanziju posljednjih decenija i koji je u prometu nekih vrsta proizvoda postao dominantan vid biznisa.

← Ovo se posebno odnosi na **promet nafte i naftinih derivata, automobila, teških transportnih sredstava, prodaju brze hrane** i sl.

← U svim ovim granama, firme koje posluju po sistemu franšizinga **dominiraju** na tržištu ili imaju najveću ekspanziju.

Franšizing poslovi

Franšizing, u osnovi predstavlja **ugovorni odnos** koji se uspostavlja između **franšizatora** - davaoca franšize i **franšizanta** - primaoca franšize.

← **Davalac franšizinga** je po pravilu veliki proizvođač robe ili veletrgovinska firma, a korisnici su trgovci na malo.

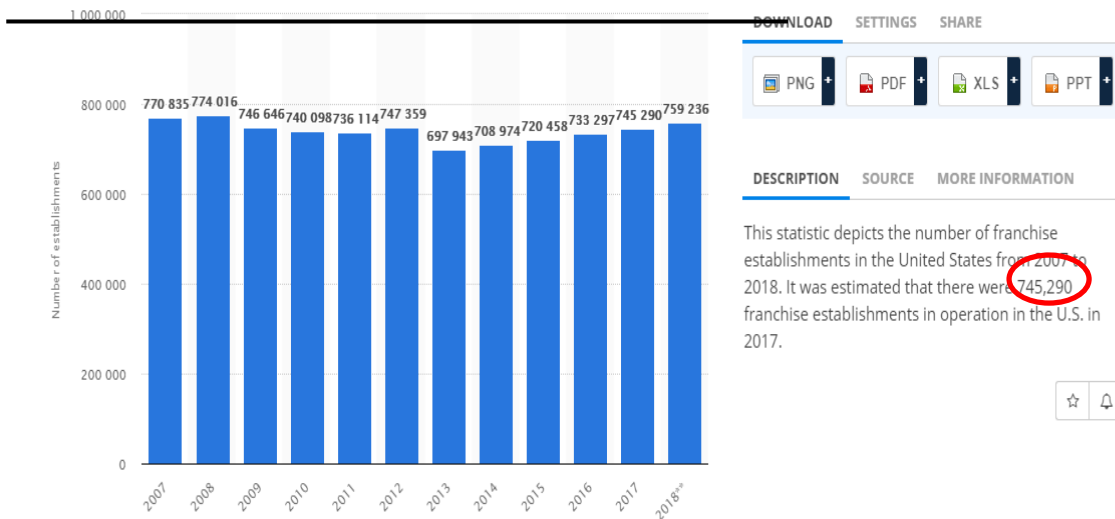
← Ugovorom o franšizingu davalac franšizinga **prenosi korisniku isključivo pravo prodaje robe davaoca franšizinga** na tržištu korisnika franšizinga, pri čemu koristi ime i žig robe.

← **Davalac franšizinga**, osim toga, prenosu na korisnika franšizinga:

- **svoju formulu (način) poslovanja,**
- **svoj metod prodaje,**
- **svoje pravo industrijske svojine za dobar plasman.**

„Bruto domaći proizvod (BDP) franšiznog sektora će se povećati za 6,1%, na 451 milijardi dolara 2018. To će premašiti rast američkog BDP-a u nominalnim dolarima, koji se predviđa na 4,7%. Sektor franšize će doprinijeti oko 3% američkog BDP-a u nominalnim dolarima.“

Number of franchise establishments in the United States from 2007 to 2018**



DOWNLOAD SETTINGS SHARE

PNG PDF XLS PPT

DESCRIPTION SOURCE MORE INFORMATION

This statistic depicts the number of franchise establishments in the United States from 2007 to 2018. It was estimated that there were 745,290 franchise establishments in operation in the U.S. in 2017.

☆ 🔔







Data visualized by **tableau**
[About this statistic](#)

© Statista 2018
[Show source](#)

- Number of full service restaurant franchise establishments in the U.S. 2007-2018
- Number of employees in U.S. franchise establishments 2007-2018
- Economic output of franchise establishments in the U.S. 2007-2018



Featured Opportunities

| | | | | | | | |
|------|--|---|---|---------------------------|---------------------|--------------|--------------------------|
| #148 |  | Travelin' Tom's Coffee Food |  Recommended | \$202k Min. Investment | +1,200.0% Growth | 286 Units | Get Info |
| #335 |  | Church's Texas Chicken Food |  Recommended | \$644k Min. Investment | +2% Growth | 1k Units | Get Info |
| #316 |  | Home Helpers Home Care Personal-Care Businesses |  Recommended | \$114k Min. Investment | +15.8% Growth | 352 Units | Get Info |

<https://www.entrepreneur.com/franchise500?type=multisearch&data1=randomize:false,rankId:f500&sort=f500&sortMethod=global&globalLimit=25>

Kriteriji bodovanja najvrijednijih franšiza

Pet stubova franšize 500®

Neki ključni faktori koji utiču na našu evaluaciju:

TROŠKOVI I NAKNADE

- Naknada za franšizu
- Ukupna investicija
- Autorske naknade (royalty)

PODRŠKA

- Trajanje obuka
- Marketinška podrška
- Operativna podrška
- Infrastruktura franšizera
- Dostupnost finansiranja
- Sudski sporovi (litigacije)

VELIČINA I RAZVOJ

- Broj otvorenih i operativnih jedinica
- Stopa rasta
- Zatvaranja (gašenja)

SNAGA BRENDRA

- Prisutnost na društvenim mrežama
- Veličina sistema
- Godine poslovanja
- Godine franšiziranja



Entrepreneur's 47th annual Franchise 500® ranking shines a light on the unique challenges and changes that have shaped the franchise industry over the last year—and how franchisors have adapted and evolved to meet them.

[How the rankings are determined](#)

Kriteriji bodovanja najvrijednijih franšiza

FINANSIJSKA SNAGA I STABILNOST

- Revizovani finansijski izvještaji franšizera

Napomena: Stubovi nijesu navedeni po redosljedu važnosti niti po težini.

Proces rangiranja počinje prikupljanjem podataka. Počevši od juna 2020. godine, zamolili smo franšizere da popune naš onlajn obrazac i dostave kopiju svog aktuelnog Dokumenta o otkrivanju informacija o franšizi (FDD) ili kanadskog Dokumenta o otkrivanju informacija. Još jednom smo oborili prošlogodišnji rekord, pri čemu je 1.116 kompanija dostavilo sve potrebne informacije. Podnesene prijave pregledao je naš urednički tim prije nego što su unesene za analizu podataka.

Da bi bio uključen u rangiranje, franšizer mora da traži nove franšize u SAD-u ili Kanadi i da ima najmanje 10 otvorenih i aktivnih jedinica na dan 31. jul 2020. godine, od kojih se najmanje jedna nalazi u Sjevernoj Americi. Svaki kvalifikovani franšizer ocijenjen je na osnovu više od 150 podatkovnih tačaka, a oni sa najvišim ukupnim bodovima ušli su u Franšiza 500.

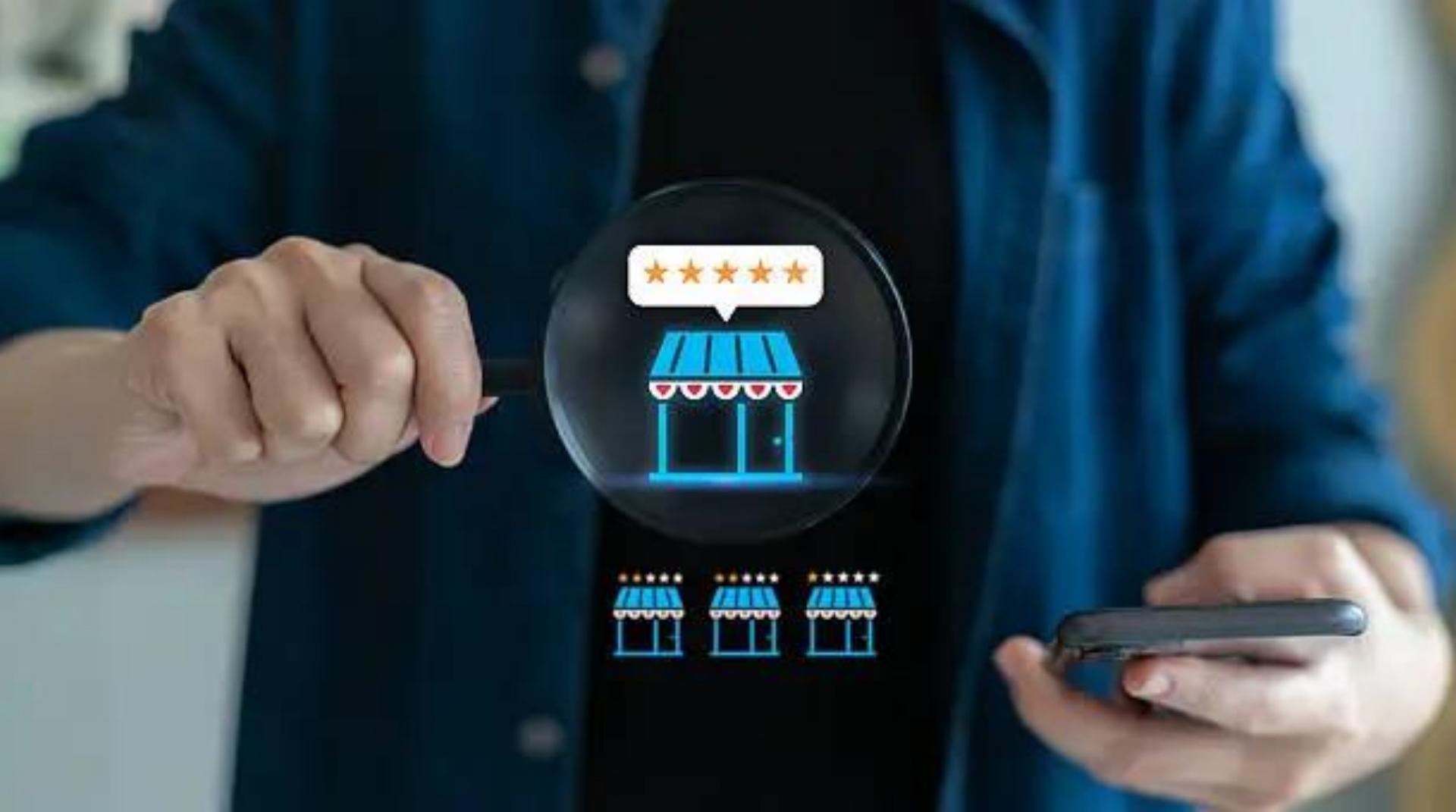
Napomena: Franšiza 500 nije namijenjena da podrži, oglašava ili preporuči bilo koju konkretnu franšizu. Ona je isključivo alat koji pomaže u procjeni i poređenju franšiznih sistema.



Prednosti franšizing poslova



Povoljnost franšizinga za njegovog **davaoca** ogleda se u tome što on, preko već **izgrađenih prodajnih objekata korisnika franšizinga, širi tržište** (ne ulažući svoja sredstva u prodajne objekte), jača konkurentsku sposobnost i time sa tržišnog aspekta stvara uslove za rast i razvoj preduzeća.



Prednost franšizinga za njegovog **primaoca** je u tome što u promet uključuje, po pravilu **ekskluzivne proizvode** za koje je tržište ispitao davalac franšizinga. Pored toga, **korisnik koristi način poslovanja davaoca franšizinga**, koji su provjereni i dali već dobre rezultate, a sve to omogućava korisniku da ostvaruje veći promet, a time i veći profit u poslovanju.

Prednosti franšizing poslova

- provjeren biznis,
- mogućnosti da se odmah koristi ime, ugled i iskustvo firme davaoca franšizinga: marka njegovog proizvoda i usluga, osvojeno tržište, uhodana tehnologija i organizacija rada, kadrovska, finansijska i menadžerska podrška;
- ekskluzivno područje poslovanja;
- puna podrška otpočinjanju biznisa,
- mogućnost korišćenja zajedničke reklame i promocije;
- korišćenje pomoći davaoca franšizinga pri odabiranju i obrazovanju kadrova,
- mogućnost da poslije podmirenja rashoda, uključujući naknadu cijene i usluga franšizinga, samostalno raspolaže sa neto profitom.

McDonald's

Burgers, chicken salads, beverages



McDonald's is ranked #1 in the Franchise 500!

About

Founded
1955

Franchising Since
1955 (63 Years)

Corporate Address
2915 Jorie Blvd.
Oak Brook, IL 60523

BIO Ray Kroc, a milkshake mixer salesman, ventured to California in 1954 to visit McDonald's hamburger stand, where he heard they were running eight mixers at once. Kroc was impressed by how rapidly customers were served and, seeing an opportunity to sell many more milkshake machines, encouraged brothers Dick and Mac McDonald to open a chain of their restaurants. Kroc became their business partner and opened the first McDonald's in Des Plaines, Illinois in 1955. McDonald's and the Golden Arches have since become an internationally-recognized symbol of quick-service hamburgers, fries, chicken, breakfast items, salads and milkshakes.

COST Initial investment: Low - \$1,008,000 High - \$2,214,080

REN

Nedostaci franšizing poslova

- Ne postoji mogućnost samostalnog mijenjanja poslovnog modela davaoca franšizinga.
- Postoji obaveza striktnog primjenjivanja tehnologije i organizacije koja je detaljno utvrđena ugovorom i uputstvom davaoca franšizinga.
- Postoji obaveza stvaranja uslova za kontrolu sistema rada od strane ovlašćenih lica davaoca franšizinga.
- Obaveza plaćanja davaocu franšizinga ugovorenog procenta od ostvarenog prihoda i nadoknadu drugih njegovih usluga.
- Ne postoji mogućnost samostalnog vođenja politike prodajnih cijena, kao i mogućnost preduzimanja širih poslovnih poduhvata u vlastitom biznisu, bez davaoca franšizinga.

Tipovi franšizinga

Prvi kriterij podrazumijeva **različite kombinacije učesnika u franšizingu**. U razvijenim tržišnim privredama poznata su tri osnovna tipa franšizinga prema učesnicima u distribuciji:

- (1) **proizvođač - maloprodavac,**
- (2) **grosista - maloprodavac,**
- (3) **davalac usluga - maloprodavac.**

Drugi kriterij kod uspostavljanja ugovornih franšiznih odnosa je **predmet ugovora** po kojem se sadržaj ukupnog paketa stavlja na raspolaganje franšizantu. Kod ovog kriterija razlikuju se dva osnovna tipa:

- (a) **franšizing poznate marke proizvoda,**
- (b) **franšizing poslovnog formata.**

Franšizing poznate marke (The Product Franchise, engl.)

- ✓ Davalac franšize ili agent zastupnik kod ovog tipa obezbjeđuje maloprodavcu marku proizvoda, kao i kompletan marketing koji podržava kreiranu robnu marku. Znači, **primaoci franšize**, u ovom slučaju, **prihvataju identitet davaoca franšize i posluju pod njegovim imenom.**

Međutim, u operativnom poslovanju primaoci franšize su **relativno nezavisni od davaoca franšize**. Procjena je da se danas u svijetu od ukupno ostvarenog prometa franšiznih firmi kroz ovaj tip franšize ostvaruje oko 70%.

Primjeri ovoga tipa franšize su benzinske pumpe ili auto dileri.

Informacije o kolačićima

AC NEŠKOVIĆ
Bijeljina, Banja Luka

LOKACIJA | NAZOVITE NAS | ZATRAŽITE POZIV



VOZILA | VOZILA NA ZALIHI | SUV | KOMERCIJALNA VOZILA | AKTUELNE PONUDE | NOVOSTI | FLEXCARE | SERVIS
FINANSIRANJE | OSTALE INFORMACIJE | LOKACIJE

Kliknite ovdje za Opel LiveChat

I ČINJENICE MU IDU U PRILOG. NOVI OPEL COMBO.

Opel Combo Cargo

Combo Enjoy
.5 diesel 100KS, klima



Franšizing poslovnog formata (The Package Franchise, engl.)

Kod ovog tipa franšize **davalac obezbjeđuje potpuno standardizovan način obavljanja određene djelatnosti**. To podrazumijeva da se, za razliku od prethodnog tipa franšize, potpuno propisuje izgled prodavnice, način pružanja usluga, izbor lokacije, obuka osoblja. Ovdje se podrazumijeva i obaveza poštivanja formi ponašanja prodavaca. Preko ovog tipa franšize ostvaruje se oko 30% ukupnog prometa franšiznog sistema u svijetu. Ovom tipu franšize pripadaju kompanije koje imaju najbrži rast i najbolje poslovne rezultate u posljednje tri decenije. *Primjeri ovoga tipa franšize su auto praone, restorani brze hrane, fotokopirnice, i sl. McDonald's je klasični franšizing poslovnog formata.*



Hamburger University

Fred L. Turner Training Center³²

Izbor davaoca franšizinga

Za konačnu odluku od ponuđača franšizinga treba, pored ostalog tražiti sljedeće:

- **Podatke o profitabilnosti** firme ponuđača, kao i firmi koje već koriste franšizing;
- Kolika je **cijena korišćenja franšizinga** izraženo kroz: procenat učešća davaoca u ostvarenom prihodu korisnika franšizinga, cijena korišćenja kapaciteta poslovnog prostora i opreme, cijena učešća stručnih kadrova u procesu biznisa;
- **Veličina potrebnog kapitala** kojeg treba uložiti prije početka rada biznisa, kao i iznos kapitala, za koje namjene i uz koje uslove, bi učestvovao davalac franšizinga;
- **Broj i struktura kadrova** kojeg je potrebno obezbijediti na početku biznisa;

Izbor davaoca franšizinga

- Kakav je **sadržaj tehnološko - organizacionog modela davaoca franšizinga**, i u kojoj se mjeri insistira na njegovom striktnom odnosno fleksibilnom sprovođenju;
- **Za koje vrijeme i na kojoj lokaciji** se daje pravo korišćenja franšizinga, kao i teritoriju na koj se dobija ekskluzivno pravo prodaje proizvoda, odnosno usluga;
- Kakva je **konkurencija** drugih firmi na području za koje se nudi pravo korišćenja franšizinga;
- Kakav je **organizacioni oblik davaoca franšizinga**: inokosni, zajednički ili kooperativni;
- Kakva je **struktura i radno iskustvo ključnih kadrova davaoca franšizinga** i u kom domenu bi učestvovali stručni kadrovi davaoca franšizinga u biznisu.

Kod sastavljanja ugovora o franšizingu i pravilnika, odnosno uputstava, trebalo bi definisati ove elemente:

Tip franšize

Vlasništvo objekta

Članarina

Pokrivenost teritorije

Obaveza snabdijevanja

Obilježavanje objekata

Otkazni rok i odšteta

O franšizi saznajte više sa sljedećih sajtova:

<https://franchising.ba/>

www.eff-franchise.com

www.franchisehelp.com

www.franchise.org



The European Franchise Federation welcomes your visit

Presenting the Federation

Our Member franchise associations

Joining the EFF

EFF Newsletter

What is Franchising

Regulation

Franchise Exhibitions

World Franchise Council (WFC)

Latest EU info of interest for SMEs

Statistics

The European Franchise Federation (EFF)



The EFF is a non-for-profit membership organisation that federates the legally constituted, independent and representative national franchise associations from countries in Europe, and by "Europe" the EFF understands "from within the European Union or a country candidate to the EU or a potential candidate to the EU or a country lying within the geographical boundary described by the foregoing" (Statutes as amended in 2010, art. 7.1).

The EFF is the single Voice for Franchising with regards to the institutions of the European Union.

It stands to promote and defend this specific and complex mode of business development and collaboration by defining and sharing common policies and best practice and promoting the values and principles defined in its European [Code of Ethics for Franchising](#).

The EFF's site allows you to link directly to the sites of each of our member associations' websites (click on "[Members](#)" in the main menu and then on the country of your choice).

Any use of the texts on this site for whatever purpose must be given due recognition as to its source of origin from this site.

For quick and easy reference, add this page to your list of "favourites".

Did you know? "Franchising: A Vector for Economic Growth in Europe" - the weight of franchised companies compared to SMEs in general in 17 European countries (2011)



112 JEDINICA

3 ZEMLJE

PROGRAMERSKI TEČAJEVI ZA DJECU SVIH DOBI I MLADE

Budite naš partner



NAJNOVIJE VIJESTI

FRIENDLY FIRE

USLUGE ZA INDIVIDUALNE KLIJENTE
PREKO FRANŠIZE U SVIJET GAMINGA

Voditi Esports Arenu može biti dobra poslovna prilika, pogotovo ako se uzima franšiza dokazanog koncepta. Što nudi sustav Friendly Fire te koje uvjete trebaju ispuniti potencijalni primatelji ove franšize, otkriva vlasnik koncepta David Kosir.



EDUKACIJSKE USLUGE

BEZ ZASTOJA ZA SEKTOR EDUKACIJE

Franšize iz oblasti edukacije djece nastavile su širiti svoje mreže i tokom pandemije. Nekoliko sistema je potpisalo franšizne ugovore i započelo poslovanje i u zemljama ove regije.



INTERVJU TJEDNA

PROMJENE NE UTJEČU NA RAZVOJ

Kako se način rada prilagođavao uvjetima pandemije te na kakvu su podršku mogli računati brojni primatelji franšize, odgovara Radosław Kulesza, suosnivač škole programiranja za djecu Coding Giants

PREZENTACIJE SUSTAVA



KATALOG FRANŠIZA

BROJ 1 U BIH. NAJVEĆI IZBOR!

KOJI JE BIZNIS PRAVI ZA VAS? Franšiza, partnerski sustav ili zastupništvo dobri su načini za pokretanje vlastitog biznisa. Vlastiti biznis vam donosi neovisnost u poslovanju i mogućnost zadovoljavajuće zarade.

<http://franchising.ba/>

NAJNOVIJE VIJESTI



USLUGE ZA INDIVIDUALNE KLIJENTE

SA INTERESOVANJEM RASTE I MREŽA

Verbatoria povećava svoju franšiznu porodicu! Na našoj mapi sada se nalazi novi partner iz Poljske, a s ponosom ističemo i učešće na sajmu „Frankfurt Franchise Expo 2024“.



GASTRONOMIJA I UGOSTITELJSTVO

NOVO IME U SVIJETU KAVE

Zahvaljujući snažnom franšiznom razvoju, grčki lanac kafeterija MIKEL Coffee Company izrastao je u međunarodni brend. Što je potrebno za uzimanje franšize?



INTERVJU TJEDNA

KRILCA ZA USPEŠAN BIZNIS

Kako se od pilećih krilaca može napraviti dobar i profitabilan ugostiteljski biznis, a samim tim i perspektivna franšiza, objašnjava Zoran Videnović, vlasnik koncepta „Krilca i Pivce“ iz Niša

PREZENTACIJE SUSTAVA

Posjetite sajt, analizirajte potencijale domaćih i regionalnih franšiza i diskutujte koja od **ponuđenih franšiza bi bila optimalna opcija za vas!**

KATALOG FRANŠIZA

BROJ 1 U BIH. NAJVEĆI IZBOR!

KOJI JE BIZNIS PRAVI ZA VAS? Franšiza, partnerski sustav ili zastupništvo dobri su načini za pokretanje vlastitog biznisa. Vlastiti biznis vam donosi neovisnost u poslovanju i mogućnost zadovoljavajuće zarade.

Hvala na pažnji