

Julia Perić

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku

Ekonomski fakultet u Osijeku

Trg Ljudevita Gaja 7,

31000 Osijek, Hrvatska

julia@efos.hr

Tel: +385912244074

PRIKAZ KNJIGE „FRANŠIZA – NAČIN POKRETANJA PODUZETNIČKOGA POTHVATA I STRATEGIJA RASTA POSLOVANJA“, AUTORA ALEKSANDRA ERCEGA

“Franšizni način poslovanja rapidno se širi planetom i u tom svom osvajačkom pohodu kreira održivo poduzetništvo, nova radna mjesta i ekonomski rast.”

Iz knjige, prema riječima
Hrvatske franšizne udruge

Franšiza – način pokretanja poduzetničkog pothvata i strategija rasta poslovanja prvi je udžbenik na hrvatskom jeziku koji se na zanimljiv, jasan i strukturiran način bavi tematikom pokretanja poslovnog pothvata i uspješnosti poslovanja poduzeća kroz franšizno poslovanje. Ovaj način poslovanja postaje sve popularniji i značajniji jer djelomično smanjuje rizik od neuspjeha i omogućuje osobi ispunjenje želje za pokretanjem poduzetničkog pothvata uz kombiniranje osobnog znanja i vještina s ugodnim i razvijenim poslovnim modelom. No, u Republici Hrvatskoj franšizno poslovanje još uvijek nije dovoljno razvijeno što dokazuje i izrazito mali broj literature o ovoj tematici na hrvatskom jeziku.

Udžbenik, kao prvi u hrvatskoj, pruža, kroz teorijski okvir i promišljeno izabrane praktične primjere, pristup informacijama potrebnim za razumijevanje ovakvog načina poslovanja i specifične tehničke savjete za što uspješnije poslovanje. Iako je udžbenik, posebice sadržajno, namijenjen studentima, itekako može poslužiti i kao edukativno informativni materijal svima koji razmišljaju o pokretanju poduzetničkog pothvata ili žele značajnije doprinijeti rastu i razvoju vlastitog poduzeća.

Uključujući uvod i riječ hrvatske franšizne udruge udžbenik je podijeljen u deset poglavlja u kojima autor, jednostavnim i pristupačnim rečeničnim formulacijama te kreativnim autorskim pristupom, pruža jasan pregled franšiznog poslovanja, njegovih prednosti i nedostataka, kao i ulogu koju ovakvo poslovanje ima na gospodarski rast i kreiranje novih radnih mjesta.

Prvo poglavlje daje uvid u povijest franšiznog poslovanja i prilagodbu franšiznog poslovnog modela novim poslovnim trendovima. Ovo poglavlje jasno prikazuje kako je tekao razvitak franšiznog poslo-

vanja i naglašava njegovu važnost, ali i utjecaj na unaprjeđenje kvalitete proizvoda/usluga i načina opsluživanja potrošača.

Drugo poglavlje definira ključne pojmove vezane za franšizno poslovanje kao modela kojeg je moguće koristiti u različitim djelatnostima – od maloprodaje do pružanja različitih profesionalnih usluga. U ovom poglavlju uz definiciju franšize čitatelj dobiva uvid i o vrstama i tipovima franšize, te objašnjenje odnosa kroz koji sudionici franšize u franšiznom poslovanju prolaze.

Bez obzira na sve veću popularnost franšize kao učinkovitog poslovnog modela, još uvijek postoje nerazumijevanja i nedoumice u vezi s ovakvim načinom poslovanja. Autor upravo u trećem poglavlju na jasan način daje značajan pregled prednosti i nedostataka za sve sudionike franšize posebno, ali i za određene poslovne modele, te navodi i pojašnjava mitove koji se još uvijek vežu uz franšizno poslovanje.

Četvrto poglavlje identificira razine na kojima je moguće promatrati upotrebu franšize i teorije koje objašnjavaju odluke za pokretanje franšiznog poslovanja.

Vrlo često se franšizi kao poslovnom modelu spočitava nedostatak inovativnosti obzirom da se ono najčešće odnosi na preuzimanje već uhodanog poslovnog modela. Kako je upravo inovativnost jedna od najznačajnijih poduzetničkih karakteristika postavlja se pitanje mogu li se primatelji franšiza smatrati poduzetnicima. Autor u petom poglavlju analizira odnos franšiznog poslovnog modela i poduzetnika, procjenjuje važnost inovacija za razvoj franšiznog poslovnog modela i definira ulogu primatelja franšize u procesu provođenja inovacija i stvaranja nove vrijednosti za potrošače.

Šesto se poglavlje bavi pravnom osnovom i regulativom franšiznog poslovanja, omogućava analizu svjetske i hrvatske pravne regulative u svijetu i Republici Hrvatskoj te ukazuje na važnost temeljitog

proučavanja franšiznih ponuda i dobre pripreme franšiznih ugovora.

Franšiza postaje sve aktualniji poslovni model i zbog utjecaja koji, generiranjem novih radnih mjesta i modernizacijom poslovanja ima na sektor malih i srednjih poduzeća kao i na cjelokupnu nacionalnu ekonomiju. Sedmo poglavlje analizira utjecaj franšiznog poslovanja na svjetsku i nacionalnu ekonomiju, daje pregled prepreka s kojim se suočavaju franšizna poslovanja u Republici Hrvatskoj te nudi preporuke kojima bi se navedene prepreke mogle prevladati.

Osmo poglavlje namijenjeno je čitateljima koji franšizno poslovanje promatraju kao mogućnost za rast i širenje već postojećeg poslovanja. U ovom poglavlju dan je jasan pregled prednosti i nedostatka franšize u usporedbi s drugim strategijama rasta na koje se poduzetnici mogu odlučiti.

Deveto i deseto poglavlje bave se pokretanjem franšize, a obuhvaćeni su pojedinačno i davatelj i primatelj franšize. Ova dva poglavlja daju pregled postupaka i aktivnosti koje davatelj i primatelj trebaju napraviti kako bi prodali/kupili franšizu, opravdali svoju poslovnu odluku i omogućili uspješnost svog poslovanja.

Udžbenik je napisan sustavno, logično i razumljivo, a autor gradivo nadopunjuje i zanimljivim grafičkim prikazima i aktualnim svjetskim i hrvatskim primjerima. Svako poglavlje počinje jasnim ishodom učenja čija se usvojenost može provjeriti i smislenim pitanjima za raspravu. Autor posebnu pozornost obraća i na mogućnost da čitatelj proširi svoje razumijevanje ove tematike nudeći preporuke za dokumentarne i igrane filmove na temu franšize kao i velik broj relevantnih referenci. Kvaliteta sadržaja u ovom udžbeniku rezultat je dugogodišnjeg iskustva autora u izučavanju i podučavanju franšiznog poslovanja. Kao jedna od rijetkih knjiga koje se bave tematikom franšiznog poslovanja, ovaj udžbenik predstavlja značajan doprinos razumijevanju i povećanju svijesti o važnosti franšiznog poslovanja za gospodarski razvitak Republike Hrvatske.