

# DAMIR ĆILIMKOVIĆ, dipl. oec. - Završni magistarski rad

|                            |  |
|----------------------------|--|
| Fakultet/Akademija         | EKONOMSKI FAKULTET   |
| Tip Rada                   | Završni magistarski rad  |
| Kandidat, zvanje           | DAMIR ĆILIMKOVIĆ, dipl. oec.   |
| Naziv Teme                 | Analiza frenčajzing poslovnih aranžmana u Bosni i Hercegovini  |
| Rezime/Abstract            | Cilj rada je utvrđivanje karakteristika realiziranih frenčajzing poslovnih modela i njihov uticaj na razvoj tržišnog djelovanja preduzeća u Bosni i Hercegovini. U radu je istražen stepen poznavanja frenčajzinga kao poslovног modela, karakteristike implementiranih frenčajzing modela u našoj zemlji te generisane poslovne performanse kao i njihova komparacija u odnosu na konkurenте koji posluju na bazi drugih poslovnih modela. Turbulentnost današnjeg tržišta uslijed globalnih kretanja permanentno vrši pritisak na preduzeća da stalno iznalaze poboljšana ili nova rješenja kako bi svoje poslovanje učinili što uspješnijim. Frenčajzing poslovni aranžmani omogućavaju poslovnim subjektima da na brz i uspješan način ostvare transfer potrebnog know-how-a za uspješno tržišno djelovanje u nizu segmenata kao što su: usklađena politika marketinga, učinkovita organizaciona i tehnološka rješenja, prepoznatljiv i prihvaćen trend, itd. Utvrđeno je da identifikacijom i otklanjanjem prepreka razvoja poslovanja po modelu frenčajzinga je moguće unaprijediti tržišne performanse preduzeća u Bosni i Hercegovini. Rezultati istraživanja pokazuju da institucije poslovнog okruženje u Bosni i Hercegovini ne pružaju značajan podsticaj razvoju frenčajzing poslovanja. Ključne riječi: frenčajzing, frenčajzing poslovni sistem, davalac frenčajzinga, primalac frenčajzinga, frenčajzing paket |
| Datum                      | 30.03.2015   |
| Predsjednik                | Dr sc. Rifat Klopić, red. prof. za užu naučnu oblast „Marketing“, Ekonomski fakultet Univerziteta u Tuzli  |
| Mentor                     | Dr sc. Beriz Čivić, docent za užu naučnu oblast „Marketing“, Ekonomski fakultet Univerziteta u Tuzli   |
| Član komisije              | Dr sc. Mustafa Sinanagić, red. prof. za užu naučnu oblast „Marketing“, Ekonomski fakultet Univerziteta u Tuzli   |
| Član komisije              | -  |
| Član komisije              | -  |
| Zamjenski član             | -  |
| Dodatni detalji i lokacija | Dana ,30.03.2015. godine u 11:30 sati na Ekonomskom fakultetu Univerziteta u Tuzli   |
| Zavrsne Odredbe            | Pristup javnosti je slobodan. Rad se može pogledati u Sekretarijatu fakulteta radnim danom od 08 do 14 sati.   |