

СЪДЪРЖАНИЕ

ПРЕДГОВОР	7
ПЪРВА ГЛАВА	
ФРАНЧАЙЗИНГЪТ КАТО СТРАТЕГИЯ ЗА РАЗВИТИЕ НА БИЗНЕСА. ХАРАКТЕРИСТИКИ НА ПРОДУКТОВО-ПАЗАРНИТЕ БИЗНЕС СТРАТЕГИИ ВЪВ ФРАНЧАЙЗИНГОВИТЕ БИЗНЕС ФОРМАТИ	9
I. ФРАНЧАЙЗИНГЪТ КАТО ОСНОВЕН ПОДХОД НА РАЗВИТИЕ НА БИЗНЕС	9
1. Еволюционно развитие на франчайзинга и видове франчайзингови бизнес формати.....	12
1.1. Франчайзинг от първо поколение (Products & Services Franchising)	12
1.2. Франчайзинг от второ поколение.....	14
1.3. Франчайзинг от трето поколение (Master Franchising).....	19
1.4. Допълнителна класификация на франчайзинга	21
2. Важни особености, свързани с франчайзинговите бизнес формати	21
2.1. Взаимоотношения в зависимост от типа франчайзингов формат.....	21
2.2. Взаимоотношения във франчайзинга в зависимост от големината на франчайзодателя	22
2.3. Рискове, произтичащи от големината на франчайзинговите мрежи	24
3. Предимства и недостатъци за заинтересованите страни във франчайзинговите бизнес формати	25
3.1. Предимства за страните във франчайзингови отношения	25
3.2. Недостатъци за страните във франчайзингови отношения	28
II. ХАРАКТЕРИСТИКИ НА ПРОДУКТОВО-ПАЗАРНИТЕ БИЗНЕС СТРАТЕГИИ ВЪВ ФРАНЧАЙЗИНГОВИТЕ БИЗНЕС ФОРМАТИ	30
1. Значение на понятието „стратегия“ и франчайзингът като основен подход за развитие на бизнеса.....	30
1.1. Стратегията като понятие	30
1.2. Франчайзингът като основен подход на развитие на бизнеса и свързаните с него продуктово-пазарни бизнес стратегии ...	33
2. Видове бизнес стратегии и тяхната относимост към франчайзинговите бизнес формати	51
2.1. Основни видове продуктово-пазарни бизнес стратегии	51
2.2. Продуктово-пазарни бизнес стратегии за определяне на обхвата на франчайзинговия бизнес и на неговите възможности за растеж	60

2.3. Продуктово-пазарни стратегии според заеманата позиция	65
2.4. Продуктово-пазарни стратегии за определяне на конкурентния подход	74
3. Елементи и характеристики на бизнес стратегиите във франчайзинговите бизнес формати	78
3.1. Допълнителни характеристики, свързани с бизнес стратегиите	81
3.2. Четири категории ресурси	86
3.3. Заинтересовани групи от бизнес стратегиите	88
4. Критерии за оценка на стратегиите във франчайзинговите бизнес формати	91
4.1. Три нива на стратегически мениджмънт при франчайзинговите бизнес формати	91
4.2. Оценка на съответствие на стратегията.....	93
4.3. Оценка на приемливостта	97
4.4. Оценка на реализуемостта	103
4.5. Анализ на чувствителността.....	105
5. Продуктово-пазарен профил на франчайзинговия бизнес формат	105
5.1. Същност на продуктово-пазарния профил.....	105
5.2. Два аспекта на продуктово-пазарния профил.....	108
5.3. Роля на продуктово-пазарния профил за формиране на приходите на франчайзополучателите и франчайзодателя	111
5.4. Характеристики на продуктово-пазарния профил.....	112

ВТОРА ГЛАВА

ИЗСЛЕДВАНЕ И ПРЕДСТАВЯНЕ НА ДОБРИ ПРАКТИКИ ПРИ ИЗГОТВЯНЕТО, СКЛЮЧВАНЕТО И ИЗПЪЛНЕНИЕТО НА ДОГОВОР ЗА ФРАНЧАЙЗИНГ.

ТИПОВЕ ФРАНЧАЙЗИНГОВИ ДОГОВОРИ	133
--------------------------------------	-----

I. МЕТОДОЛОГИЧЕСКИ ХАРАКТЕРИСТИКИ НА ИЗСЛЕДВАНЕТО И ПРЕДСТАВЯНЕ НА РЕЗУЛТАТИТЕ ОТ ПРОВЕДЕНОТО ПРОУЧВАНЕ.....	133
--	-----

1. Методологически характеристики за изследване на добри практики при изготвянето, сключването и изпълнението на договор за франчайзинг.....	133
1.1. Критерии за идентифициране на потенциалните респонденти за провежданото изследване.....	133
1.2. Методи за идентифициране на дружества, извършващи франчайз дейности.....	134
1.3. Критерии при подбора на респонденти.....	135
1.4. Анкетната карта като основно проучвателно средство.....	137

2. Анализ и обобщение на събрани чрез анкети данни в изпълнение на проект „изследване и представяне на добри практики при изготвянето, сключването и изпълнението на договор за франчайзинг“	138
2.1. Цели и изпълнение на трети етап от Проекта	138
2.2. Трудности в изпълнението на Проекта.....	138
2.3. Обобщение и анализ на попълнените анкети.....	140
2.4. Договорни отношения.....	148
3. Анализ на правното понятие за „образователен франчайз“.....	163
3.1. Образователният франчайзинг като понятие	163
3.2. Предпоставки за сключване на договор за образователен франчайз според действащото национално законодателство	166
3.3. Проучване на добри практики в областта на образователния франчайз.....	168
4. Проучване на съдебна практика във връзка със съдебни спорове, произтичащи от договорните отношения при франчайзинг	176
4.1. Дефиниция.....	178
4.2. Търговска марка.....	181
4.3. Търговско име	185
4.4. Качество на изпълнение	188
4.5. Заключение.....	191
II. ОПИСАТЕЛНИ МОДЕЛИ НА ТИПОВИ ДОГОВОРИ ЗА ФРАНЧАЙЗИНГ	192
1. Видове условия в договора за франчайзинг	192
2. Примерен договор за франчайзинг за предоставяне на услуги	197
3. Примерен договор за дистрибуционен франчайзинг.....	213
ПРИЛОЖЕНИЯ	234
Приложение 1	
Анкети към франчайзодатели и франчайзополучатели във връзка с проекта „Изследване и представяне на добри практики при изготвянето, сключването и изпълнението на договор за франчайзинг“	234
Приложение 2	
The DCFR as Model law for Future Common Regulation of Franchise Agreements?	247
ЛИТЕРАТУРА.....	278