

1.2.2.2. Podział ze względu na formę organizacji systemu (na sposób powiązania podmiotów)	36
1.2.2.3. Podział ze względu na zasięg obowiązywania umowy	40
1.2.2.4. Podział ze względu na formę działalności gospodarczej	41
1.2.2.5. Podział ze względu na zasięg działania systemu	42
1.2.2.6. Podział ze względu na realizowaną strategię działalności	43
1.2.2.7. Podział ze względu na strategię ekspansji gospodarczej	44
1.2.2.8. Podział ze względu na strukturę podporządkowania stron umowy	45
1.2.2.9. Pozostałe typy powiązań franczyzowych	46
1.3. Przesłanki wykorzystywania franczyzy przez polskie przedsiębiorstwa	48
1.3.1. Zalety i wady wykorzystania franczyzy dla dawcy systemu	48
1.3.2. Korzyści i słabości wykorzystania franczyzy dla biorcy systemu	52
1.4. Motywy tworzenia i koncepcje budowy systemów franczyzowych	55
1.5. Porozumienia franczyzowe jako metoda ekspansji zagranicznej przedsiębiorstw	58

Rozdział 2

Podstawy prawne powiązań franczyzowych	65
2.1. Przedmiot porozumień franczyzowych	65
2.2. Pojęcie i charakter prawny umowy franczyzy	68
2.3. Podmioty umowy franczyzowej	72
2.4. Unormowania prawne umów franczyzowych w Stanach Zjednoczonych Ameryki, Ameryce Południowej, Azji i Australii	75
2.5. Umocowania prawne umów franczyzowych w Unii Europejskiej	80
2.6. Treść umowy franczyzy w świetle przepisów prawa polskiego	90

Rozdział 3

Rozwój franczyzy w wybranych krajach świata	103
3.1. Charakterystyka powiązań franczyzowych	103
3.1.1. Rozwój franczyzy w wybranych krajach Ameryki Północnej, Środkowej i Południowej	103
3.1.2. Franczyza w Europie	112
3.1.3. Franczyza w Azji, Australii, Nowej Zelandii i Afryce	135
3.1.3.1. Franczyza w Azji	135
3.1.3.2. Franczyza w Australii i Nowej Zelandii	148
3.1.3.3. Franczyza w Republice Południowej Afryki i Maroku	150

Rozdział 4

Analiza powiązań franczyzowych w Polsce	155
4.1. Funkcjonujące powiązania franczyzowe	155
4.1.1. Rozwój polskiego rynku franczyzy w latach 90. XX wieku i na początku XXI wieku	155
4.1.2. Analiza powiązań franczyzowych według sektorów	160
4.1.3. Systemy franczyzowe typu <i>inbound</i> i <i>outbound</i> na polskim rynku	165
4.1.4. Prezentacja wybranych systemów franczyzowych funkcjonujących na polskim rynku	167
4.2. Powiązania franczyzowe w opinii twórców sieci (franczyzodawców)	172
4.2.1. Rozwój powiązań franczyzowych w Polsce	172
4.2.2. Motywy tworzenia sieci franczyzowych oraz czynniki sprzyjające i bariery rozwoju rynku franczyzy w Polsce	175
4.2.3. Wpływ powiązań franczyzowych na rozwój przedsiębiorstw	180
4.2.4. Uwarunkowania pozyskiwania franczyzobiorców	184
4.2.5. Zagraniczna ekspansja polskich systemów franczyzowych	188
4.3. Powiązania franczyzowe w opinii franczyzobiorców	191
4.4. Korzyści i słabe strony współpracy franczyzowej w Polsce	197
Zakończenie	203
Aneks	211
Bibliografia	225