

Projekt strategii i modelu biznesowego dla sieci franchisingowej w sektorze odzieży używanej

Wstęp

Rozdział 1

Franczyza jako koncepcja biznesowa

1.1 Pojęcie i geneza franczyzy..... 3

1.2 Istota franczyzy9

1.3 Porównanie licencyjnych form prowadzenia działalności gospodarczej..... 10

1.3.1 Partnerstwo11

1.3.2 Agencja11

1.3.3 Franczyza12

1.4 Formy i typy franczyzy..... 13

1.5 Wady i korzyści z franczyzy jako modelu biznesowego..... 17

1.6 Rozwój franczyzy w Polsce20

1.7 Niepełna franczyza – umowa partnerska..... 42

Rozdział 2

Opis sektora odzieży używanej. analiza sektora48

Rozdział 3

Techniki i metody badawcze

3.1 Analiza strategiczna KCS – opis metody badania57

3.2 Wyniki przeprowadzonej analizy59

3.2 Analiza marketingowa- SWOT..... 71

Rozdział 4

Budowa modelu biznesowego..... 83

Spis rysunków98

Spis tabel99

Załączniki100

Bibliografia..... 100