

УДК 334.75(075.8)
ББК 65.292я73
353

Р е ц е н з е н т ы:

*кафедра экономики и управления интеллектуальной собственностью
Российского государственного института
интеллектуальной собственности Роспатента;*
д-р экон. наук, проф. *С.Ф. Серегина*;
д-р экон. наук, проф. *О.А. Дейнеко*

Главный редактор издательства
доктор экономических наук *Н.Д. Эриашвили*

Земляков Д.Н., Макашев М.О.
353 Франчайзинг. Интегрированные формы организации
бизнеса: Учеб. пособие для вузов. — М.: ЮНИТИ-
ДАНА, 2015. — 142 с.
ISBN 5-238-00523-7

В учебном пособии рассматриваются предпосылки возникновения и развития интегрированных форм бизнеса в России и за рубежом, организационно-правовой и экономической механизмы формирования системы франчайзинга, его актуальность для экономики страны. Новизна использованного авторами системно-комплексного подхода заключается в органичном сочетании теоретических аспектов с практическими вопросами технологии организации франчайзинговой системы. В пособии нашли также отражение новые направления в маркетинге, в частности взаимосвязь маркетинга и механизма управления взаимоотношениями с потребителями торговой марки.

Для студентов экономических вузов, а также для лиц, решивших заняться предпринимательской деятельностью.

ББК 65.292я73

ISBN 5-238-00523-7

© Д.Н. Земляков, М.О. Макашев, 2003
© ИЗДАТЕЛЬСТВО ЮНИТИ-ДАНА, 2003
Воспроизведение всей книги или любой ее
части запрещается без письменного
разрешения издательства

ОГЛАВЛЕНИЕ

Предисловие	3
Глава 1. Методологические основы развития интегрированных форм бизнеса	5
1.1. Интегрированные формы бизнеса и тенденции их развития	5
1.2. Развитие франчайзинговой формы организации бизнеса за рубежом и в России	20
1.3. Принципы организации франчайзинговой формы бизнеса	40
Глава 2. Организационно-экономический механизм формирования системы франчайзинга	44
2.1. Формирование отношений в системе франчайзинга	44
2.2. Организационно-правовая основа взаимоотношений в системе франчайзинга	48
2.3. Экономический механизм формирования взаимоотношений во франчайзинговой системе	63
Глава 3. Формирование франчайзинговой системы бизнеса в России	78
3.1. Процесс формирования франчайзинговой системы	78
3.2. Основные функции управления франчайзинговой системой	88
3.3. Организационная структура управления франчайзинговой системой	95
3.4. Механизм взаимодействия элементов франчайзинговой системы	99
Глава 4. Управление взаимоотношениями во франчайзинговой форме организации бизнеса	113
4.1. Управление взаимоотношениями как фактор повышения эффективности франчайзинговой системы	113
4.2. Механизм управления взаимоотношениями с потребителями	118
Библиографический список	127
Приложение	129