

Тема: «Франчайзинг. Договор коммерческой концессии»



Выполнила: Ю. А. Аверьянова, студентка IV курса очной формы обучения экономического факультета, группы МЭ082



В связи с новизной франчайзинга для российского рынка, а также с всевозрастающим интересом к нему со стороны субъектов рынка, растет потребность в подробном исследовании данного механизма хозяйствования. Поэтому очень актуальным в настоящее время является изучение его *специфических черт, а также рисков, связанных с его применением, и перспектив развития данной формы бизнеса в России.*

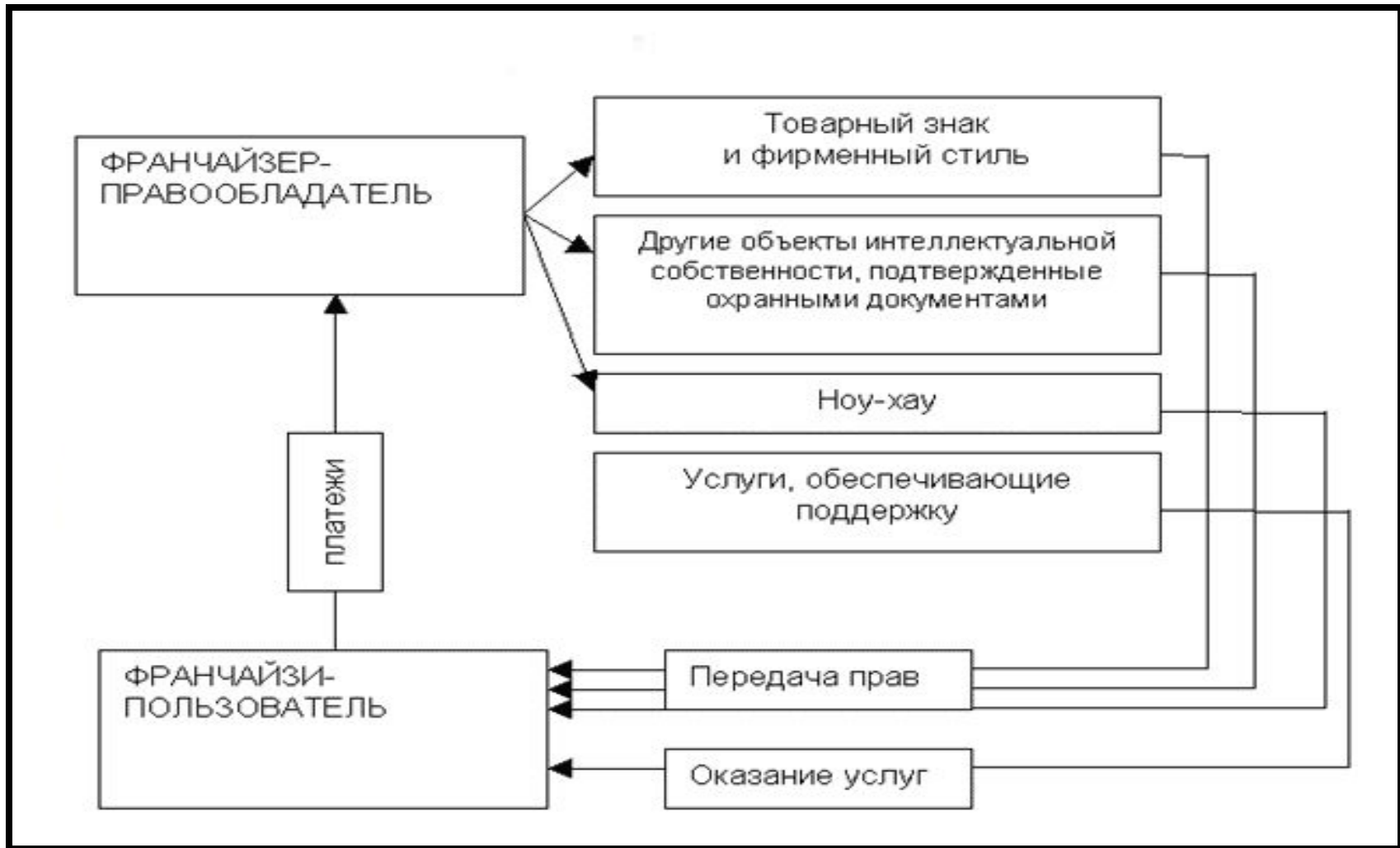


- ❑ **Франчайзинг** – это форма предпринимательства, основанная на системе взаимоотношений, закрепленных рядом соглашений, при которых одна сторона (франчайзор) предоставляет возмездное право действовать от своего имени (реализовывать товары) другой стороне (франчайзи), способствуя тем самым расширению рынка сбыта.
- ❑ **Франчайзор** – это компания, которая выдает лицензию или передает в право пользования свой товарный знак, ноу-хау и операционные системы.
- ❑ **Франчайзи** – это человек или компания, которая покупает возможность обучения и помощь при создании бизнеса у франчайзора и выплачивает сервисную плату (роялти) за использование товарного знака, ноу-хау и системы ведения работ франчайзора.
- ❑ **Франшиза** – это полная бизнес система, которую франчайзор продает франчайзи.



LOGO

Механизм франчайзинга





Классификация франчайзинга



Франчайзинг:

Товарный

продажа франчайзи товаров, производимых франчайзором под зарегистрированным товарным знаком.

Производственный

франчайзинг на производство товаров; мелкая фирма включается в полный цикл хозяйственной деятельности крупной корпорации.

Деловой

продажа лицензий частным лицам или другим компаниям на право открытия магазинов, киосков или целых групп магазинов для продажи покупателям набора продуктов и услуг под именем франчайзора.



Франчайзинг

Корпоративный – франшизополучатель оперирует не отдельным предприятием, а сетью франшизных предприятий с использованием наемных менеджеров.



Конверсионный – действующее самостоятельно предприятие переходит на работу по договору франчайзинга и присоединяется к системе франшизных предприятий, работающих под контролем одного франшизополучателя.

Преимущества и недостатки франчайзинга для франчайзора



Преимущества

- ❑ дополнительный источник дохода;
- ❑ возможности быстрого расширения на новом рынке и укрепления своей репутации на существующем рынке;
- ❑ франчайзинг приносит франчайзору популярность на региональных и международном рынках.



Недостатки

- ❑ невозможность завершить отношения с франчайзи, который не следует правилам системы;
- ❑ трудности при контроле сделок, осуществляемых франчайзи в своем бизнесе;
- ❑ влияние плохо работающих франчайзинговых предприятий;
- ❑ недоплата или выплата взносов с опозданием;
- ❑ трудности сохранения конфиденциальности коммерческой тайны;
- ❑ выход из франчайзинговой системы успешно работающих франчайзи.



Преимущества

- франчайзор оказывает постоянную поддержку франчайзи;
- возможность использовать репутацию и товарный знак франчайзора;
- четкие территориальные границы ведения бизнеса.

Недостатки

- ограничение инициативы франчайзи;
- установление необходимого сотрудничества среди всех франчайзи системы;
- в некоторых случаях недостаточная поддержка со стороны франчайзора;
- определение финансовой мощи франчайзора.





- ❑ несовершенство законодательства («неудачная» 54 глава ГК РФ);
- ❑ нестабильность развития экономики России;
- ❑ отсутствие у большинства предпринимателей – потенциальных франчайзи – необходимого стартового капитала для вхождения во франчайзинговую систему;
- ❑ сложность, а порой и невозможность получения кредитов для создания стартового капитала;
- ❑ практика ухода от налогов и обыденность «теневых» операций;
- ❑ практика невыполнения обязательств между партнерами;
- ❑ излишняя бюрократическая регламентация бизнеса и взяточничество.
- ❑ отсутствие собственно отечественного опыта франчайзинга и боязнь потенциальных франчайзи провала во франчайзинговой системе в целом.
- ❑ отсутствие собственно отечественного опыта франчайзинга и боязнь потенциальных франчайзи провала во франчайзинговой системе в целом.



- ❖ По договору коммерческой концессии **одна сторона (правообладатель)** обязуется предоставить **другой стороне (пользователю)** за вознаграждение на срок или без указания срока право использовать в предпринимательской деятельности пользователя **комплекс принадлежащих правообладателю исключительных прав, включающий право на товарный знак, знак обслуживания, а также права на другие предусмотренные договором объекты исключительных прав**, в частности на **коммерческое обозначение, секрет производства (ноу-хау)**.
- ❖ Договор коммерческой концессии предусматривает использование комплекса исключительных прав, деловой репутации и коммерческого опыта правообладателя в определенном объеме (в частности, с установлением минимального и (или) максимального объема использования), с указанием или без указания территории использования применительно к определенной сфере предпринимательской деятельности (продаже товаров, полученных от правообладателя или произведенных пользователем, осуществлению иной торговой деятельности, выполнению работ, оказанию услуг).
- ❖ Сторонами по договору коммерческой концессии могут быть **коммерческие организации и граждане**, зарегистрированные в качестве индивидуальных предпринимателей.
- ❖ К договору коммерческой концессии соответственно применяются **правила о лицензионном договоре**, если это не противоречит положениям настоящей главы и существу договора коммерческой концессии.



- ❖ Договор коммерческой концессии должен быть заключен в письменной форме. Несоблюдение письменной формы договора влечет его недействительность. Такой договор считается ничтожным.
- ❖ Договор коммерческой концессии подлежит государственной регистрации в Федеральном органе исполнительной власти по интеллектуальной собственности (Роспатент). При несоблюдении этого требования договор считается ничтожным!





- ❖ Вознаграждение по договору коммерческой концессии может выплачиваться пользователем правообладателю в форме:
 1. фиксированных разовых или периодических платежей (роялти),
 2. отчислений от выручки,
 3. наценки на оптовую цену товаров, передаваемых правообладателем для перепродажи,
 4. в иной форме, предусмотренной договором.





- ❖ Правообладатель обязан передать пользователю техническую и коммерческую документацию и предоставить иную информацию, необходимую пользователю для осуществления прав, предоставленных ему по договору коммерческой концессии, а также проинструктировать пользователя и его работников по вопросам, связанным с осуществлением этих прав.
- ❖ Если договором коммерческой концессии не предусмотрено иное, правообладатель обязан:
 1. обеспечить государственную регистрацию договора коммерческой концессии;
 2. оказывать пользователю постоянное техническое и консультативное содействие, включая содействие в обучении и повышении квалификации работников;
 3. контролировать качество товаров (работ, услуг), производимых (выполняемых, оказываемых) пользователем на основании договора коммерческой концессии.



1. использовать при осуществлении предусмотренной договором деятельности коммерческое обозначение, товарный знак, знак обслуживания или иное средство индивидуализации правообладателя указанным в договоре образом;
2. обеспечивать соответствие качества производимых им на основе договора товаров, выполняемых работ, оказываемых услуг качеству аналогичных товаров, работ или услуг, производимых, выполняемых или оказываемых непосредственно правообладателем;
3. соблюдать инструкции и указания правообладателя, направленные на обеспечение соответствия характера, способов и условий использования комплекса исключительных прав тому, как он используется правообладателем, в том числе указания, касающиеся внешнего и внутреннего оформления коммерческих помещений, используемых пользователем при осуществлении предоставленных ему по договору прав;
4. оказывать покупателям (заказчикам) все дополнительные услуги, на которые они могли бы рассчитывать, приобретая (заказывая) товар (работу, услугу) непосредственно у правообладателя;
5. не разглашать секреты производства (ноу-хау) правообладателя и другую полученную от него конфиденциальную коммерческую информацию;
6. предоставить оговоренное количество субконцессий, если такая обязанность предусмотрена договором;
7. информировать покупателей (заказчиков) наиболее очевидным для них способом о том, что он использует коммерческое обозначение, товарный знак, знак обслуживания или иное средство индивидуализации в силу договора коммерческой концессии.



1. обязательство правообладателя не предоставлять другим лицам аналогичные комплексы исключительных прав для их использования на закрепленной за пользователем территории либо воздерживаться от собственной аналогичной деятельности на этой территории;
2. обязательство пользователя не конкурировать с правообладателем на территории, на которую распространяется действие договора коммерческой концессии в отношении предпринимательской деятельности, осуществляемой пользователем с использованием принадлежащих правообладателю исключительных прав;
3. отказ пользователя от получения по договорам коммерческой концессии аналогичных прав у конкурентов (потенциальных конкурентов) правообладателя;
4. обязательство пользователя согласовывать с правообладателем место расположения коммерческих помещений, используемых при осуществлении предоставленных по договору исключительных прав, а также их внешнее и внутреннее оформление.

Ограничительные условия могут быть признаны недействительными по требованию антимонопольного органа или иного заинтересованного лица, если эти условия с учетом состояния соответствующего рынка и экономического положения сторон противоречат антимонопольному законодательству.



- ❖ Являются ничтожными такие условия, ограничивающие права сторон по договору коммерческой концессии, в силу которых:
 1. правообладатель вправе определять цену продажи товара пользователем или цену работ (услуг), выполняемых (оказываемых) пользователем, либо устанавливать верхний или нижний предел этих цен;
 2. пользователь вправе продавать товары, выполнять работы или оказывать услуги исключительно определенной категории покупателей (заказчиков) либо исключительно покупателям (заказчикам), имеющим место нахождения (место жительства) на определенной в договоре территории.



❖ Ответственность правообладателя по требованиям, предъявляемым к пользователю:

1. Правообладатель несет субсидиарную ответственность по предъявляемым к пользователю требованиям о несоответствии качества товаров (работ, услуг), продаваемых (выполняемых, оказываемых) пользователем по договору коммерческой концессии.
2. По требованиям, предъявляемым к пользователю как изготовителю продукции (товаров) правообладателя, правообладатель отвечает солидарно с пользователем.



- ❖ Договор коммерческой концессии может быть изменен в соответствии с правилами Гражданского Кодекса РФ.
- ❖ Изменение договора коммерческой концессии подлежит государственной регистрации в порядке, установленном Гражданским Кодексом РФ.



- ❖ Каждая из сторон договора коммерческой концессии, заключенного без указания срока, вправе во всякое время отказаться от договора, уведомив об этом другую сторону за шесть месяцев, если договором не предусмотрен более продолжительный срок.
- ❖ Досрочное расторжение договора коммерческой концессии, заключенного с указанием срока, а также расторжение договора, заключенного без указания срока, подлежат государственной регистрации в порядке, установленном Гражданским кодексом Российской Федерации.
- ❖ В случае прекращения принадлежащего правообладателю права на товарный знак, знак обслуживания или на коммерческое обозначение, когда такое право входит в комплекс исключительных прав, предоставленных пользователю по договору коммерческой концессии, без замены прекратившегося права новым аналогичным правом договор коммерческой концессии прекращается.
- ❖ При объявлении правообладателя или пользователя несостоятельным (банкротом) договор коммерческой концессии прекращается.



Итак, для составления договора коммерческой концессии необходимо:

- ❖ Минимальный и (или) максимальный объем использования;
- ❖ Территория использования исключительных прав;
- ❖ Срок действия договора;
- ❖ Вознаграждение по договору может выплачиваться пользователем правообладателю в форме фиксированных разовых или периодических платежей, отчислений от выручки, наценки на оптовую цену товаров, передаваемых правообладателем для перепродажи, или в иной форме, предусмотренной договором;
- ❖ Предоставление пользователю права использования комплекса исключительных прав с сохранением за правообладателем права выдачи концессий другим лицам (неисключительная концессия);
- ❖ Предоставление пользователю права использования комплекса исключительных прав без сохранения за правообладателем права выдачи концессий другим лицам (исключительная концессия). Если договором коммерческой концессии не предусмотрено иное, концессия предполагается (неисключительной);
- ❖ В договоре можно предусмотреть право пользователя разрешать использование комплекса исключительных прав или их части (субконцессия), переданных по договору коммерческой концессии, другим лицам либо “запретить такое использование”.
- ❖ Полное наименование организации, согласно учредительным документам;
- ❖ Ф.И.О. и должность руководителя организации;
- ❖ Юридический адрес;
- ❖ Банковские реквизиты организации (ИНН, ОГРН и т.д.);
- ❖ Ф.И.О. физического лица, осуществляющего предпринимательскую деятельность;
- ❖ Адрес и паспортные данные индивидуального предпринимателя;
- ❖ Копия Свидетельства о внесении в ЕГРИП;
- ❖ Перечень товаров и услуг, в отношении которых заключается договор;
- ❖ Краткое описание объекта лицензионного договора на использование запатентованных изобретения, полезной модели или промышленного образца (в случае заинтересованности патентообладателя в распространении информации о предмете соответствующего лицензионного (сублицензионного) договора);
- ❖ Патент или свидетельство на товарный знак (можно копии).

Спасибо за внимание!

