



Договор коммерческой франшизы



Доклад подготовила Лях Наталья. Студентка
4 курса, экономического факультета.



История развития франчайзинга

Первые шаги в становлении франшизы – XIX век

Непосредственное развитие – 70-е гг. XX века

Идея франчайзинга основана на передаче одним лицом другим лицам знаний и делового опыта, приобретенных в силу продолжительной и успешной работы в определенной области.

Под воздействием успешного американского опыта сформировалась целая группа обязательств, составляющих новое направление предпринимательства, обозначаемых общим понятием франчайзинг (франшизирование).





Разница между западным и российским понятие договора коммерческой франшизы

Российская практика

Договор франшизы = Договор концессии



Ст. 54 ГК РФ «По договору **коммерческой концессии** одна сторона обязуется предоставить другой стороне за вознаграждение на срок или без указания срока право использовать в предпринимательской деятельности пользователя комплекс принадлежащих правообладателю исключительных прав

Западная практика

Договор франшизы \neq Договор концессии



«**Коммерческая концессия**» служит для обозначения торгового посредничества и используются как синонимы дистрибьюторства и дилинга

+ Виды франчайзинга



Коммерческий

Производственный



Франчайзинг
бизнес формата

Товарный
(торговый)



+ Обеспечение франчайзинга

Бизнес-системы обеспечивают подтягивание множества посредственно работающих организаций до уровня самых передовых и служат общему повышению уровня хозяйствования в стране

Создание широких сетей однородных организаций, соблюдающих одинаковые условия, стиль, методы продажи товаров



Бизнес-системы в силу их объемности оформляются как приложение к договору франшизы

+ Договор франшизы

НОСИТ
долгосрочный
характер

Обязательное требование к
договору франшизы

Заключаемые франчайзером
договоры со всеми
пользователями должны
предусматривать одинаковые
условия



1. Договор должен быть заключен в письменной форме.
2. Договор франшизы (коммерческой концессии) регистрируется органом, осуществившим регистрацию юридического лица, выступающего в качестве правообладателя.
3. Пользователь должен поддерживать деловую репутацию франчайзинговой системы
4. В договорах производственной и деловой франшизы необходимым условием является обеспечение пользователем соответствия уровня качества изготавливаемых изделий уровню качества аналогичных товаров, производимых непосредственно правообладателем.



Выводы

ПЛЮСЫ

- Договоры франшизы имеют огромную перспективу. Согласно публикуемым в печати прогнозам, к середине нынешнего столетия половина малых предприятий в развитых странах будет работать в режиме договоров франшизы и, следовательно, на уровне лучших, ведущих в своей области фирм.
- На сегодняшний день количество франшиз в России превысило отметку 600 – это свидетельствует о возрастающей предпринимательской активности как в столице, так и в регионах.

МИНУСЫ

- Отсутствие четких критериев франчайзинга приводит к достаточно серьезным проблемам, таким как, недостоверность публикуемой информации правообладателями относительно концепции развития, это в свою очередь приводит к завышенным результатам оценочных данных относительно текущего состояния франчайзинг-рынка;
- проблемы в отношениях «франчайзер-франчайзи», которые большей частью являются следствием неподготовленности сторон к отношениям в форме франчайзинга и неисполнением своих прав и обязательств по условиям договора.

