

عقد الامتياز التجاري (الفرنشايز)

تعريفه:

عقد بين طرفين مستقلين قانونياً واقتصادياً يقوم بمقتضاه أحد طرفيه والذي يطلق عليه مانح الامتياز بمنح الطرف الآخر والذي يطلق عليه الممنوح الموافقة على استخدام حق أو أكثر من حقوق الملكية الفكرية والصناعية (الاسم التجاري، العلامة التجارية، براءة الاختراع، والنماذج الصناعية) أو المعرفة الفنية لإنتاج السلعة أو توزيع منتجاته أو خدماته تحت العلامة التجارية التي ينتجها أو يستخدمها مانح الامتياز ووفقاً لتعليماته وتحت إشرافه، حصرياً في منطقة جغرافية محددة ولفترة زمنية محددة مع التزامه بتقديم المساعدة الفنية، وذلك في مقابل مادي أو الحصول على مزايا أو مصالح اقتصادية¹.

- **مانح الامتياز (المانح) Franchisor** : شخص طبيعي أو اعتباري يمنح امتيازاً بموجب اتفاقية امتياز، بما في ذلك صاحب الامتياز الرئيسي فيما يتعلق بعلاقته بصاحب الامتياز الفرعي.
- **صاحب الامتياز (الممنوح له) Franchisee** : شخص طبيعي أو اعتباري مرخص له بممارسة أعمال الامتياز بموجب اتفاقية امتياز داخل المملكة، بما في ذلك صاحب الامتياز الفرعي فيما يتعلق بعلاقته بصاحب الامتياز الرئيسي.
- **اتفاقية الامتياز**: اتفاقية مبرمة بين مانح الامتياز (المانح)، وصاحب الامتياز (الممنوح له) والتي يمنح بموجبها الامتياز².

❖ العناصر الأساسية لحق الامتياز:

1. المعرفة الفنية:

يعتبر عقد الامتياز من عقود نقل التكنولوجيا الذي تعد المعرفة محلاً له، والمعرفة عبارة عن معلومات تكنولوجية سرية، تعطي صاحبها ميزة على منافسيه الذين لا يعرفونها، قد تكون لإنتاج سلعة معينة عن طريق استغلال براءة اختراع أو رسوم أو نماذج صناعية، كما قد تكون لتوزيع منتجات معينة تحمل علامة تجارية شهيرة أو لتقديم خدمات مميزة وذلك وفقاً لنظام عمل محدد.

2. شرط القصر (تحديد التعامل):

تعريفه: هو التزام أحد طرفي العقد بالتعامل فقط مع الطرف الآخر. ومن الناحية العملية يكون نطاق شرط القصر من ناحيتين: أ. نطاق تبادلي: يفرض شرط القصر قيوداً على حرية كل من مانح الامتياز والممنوح فلا يستطيع المانح توريد منتجاته أو خدماته في المنطقة التي يحددها العقد إلا للممنوح الذي بدوره يتوجب عليه عدم التزود بهذه المنتجات إلا من مانح الامتياز.

¹ نظام الفرنشايز كأداة لاستثمارات صغيرة ناجحة (الواقع-المعوقات-مقومات التطوير)، المكتب الأول للاستشارات الاقتصادية، الغرفة التجارية الصناعية بالرياض، الطبعة الثالثة يناير ٢٠٠٧م

² مسودة مشروع الامتياز التجاري، موقع وزارة التجارة والاستثمار

ب. نطاق جغرافي: يجب اتفاق طرفي العقد على منح حق الامتياز (الفرنشايز) ضمن نطاق محدد بمدينة أو شارع محدد لوحدة معينة، ويجب أن يحرص طرفا العقد على تجنب أي غموض في تحديد النطاق الجغرافي للامتياز وتوضيح الحدود الفاصلة بين مناطق النشاط الأخرى.

3. حقوق الملكية الفكرية:

وتتمثل تلك الحقوق في أشكال متعددة منها (العلامة التجارية، براءة الاختراع، حقوق المؤلف) وأكثرها شهرةً العلامة التجارية التي تتمثل في شكل مميز سواء كانت أسماء أو كلمات أو رسوم تصبح بها العلامة رمزاً لمعنى معين يوحي بصفات معينة للسلعة التي يحملها، وتميزها عن السلع المنافسة، وهي من العناصر الأساسية لعقد الامتياز، ويجب أن يتوافر للعلامة التجارية المعايير التالية:

أ. أن تكون علامة مسجلة قانونياً باسم مانح الامتياز في بلده.

ب. أن تكون قابلة للتسجيل في بلد الممنوح حق الامتياز (الفرنشايز).

ج. ألا تكون مخالفة للنظام العام والآداب.

د. أن تكون مميزة وغير مضللة للجمهور.

4. المساعدات الفنية:

امتداداً لنقل المعرفة الفنية، يلتزم مانح حق الامتياز بتقديم المساعدات الفنية والتجارية وأحياناً القانونية للممنوح وتعتبر المساعدات الفنية من العناصر الأساسية لعقد الامتياز. ويستمر التزام مانح الامتياز بتقديم هذه المساعدات خلال الفترات المختلفة لتنفيذ عقد الامتياز، فهناك مساعدات قبل افتتاح المحل ومساعدات بعد الافتتاح من تسويق وحملات دعائية وإعلان وتطوير المنتجات وغيرها من المساعدات.

5. المقابل المادي:

يعتبر تحديد المقابل المادي من أهم العناصر الأساسية لحق الامتياز (الفرنشايز) لكل من طرفي التعاقد.

6. مدة العقد:

و تتحدد على ضوء طبيعة حق الامتياز (الفرنشايز) الممنوح وهل هو امتياز رئيس أم محدد، وكذلك حجم المبالغ المطلوب استثمارها من الممنوح والحد الأدنى الذي يستطيع خلاله استرداد المبلغ المستثمر في المشروع³.

❖ أنواع حق الامتياز:

1 - طبقاً للمهام: حق امتياز هيكلية وآلية العمل، امتياز التوزيع.

2 - طبقاً للنطاق الجغرافي: حق امتياز رئيس، حق امتياز الوحدة.

3 - حق امتياز المنتج.

4 - حق امتياز التصنيع.

³ نظام الفرنشايز كأداة لاستثمارات صغيرة ناجحة (الواقع-المعوقات-مقومات التطوير)، المكتب الأول للاستشارات الاقتصادية، الغرفة التجارية الصناعية بالرياض، الطبعة الثالثة يناير ٢٠٠٧م

❖ مزايا الامتياز التجاري:

أولاً: مزايا تعود على الممنوح:

1 - فعالية الإدارة:

غالباً ما يقوم صاحب حق الامتياز (الفرنشايز) بتطوير وتحديث نظم وأساليب التشغيل الجيدة والفعالة والتي تعود بالفائدة عليه وكذلك على الممنوحين لذلك هناك قواعد تشغيلية محددة بواسطة المانح وأيضاً مراقبة الجودة وتوحيد النظم والإجراءات بين جميع الممنوحين.

2 - المساعدات الإدارية:

يقوم المانح بتزويد الحاصلين على حق الامتياز بمساعدات إدارية، تشمل الإدارات المحاسبية، إدارة الأفراد، التسهيلات الإدارية إلخ من المساعدات. وعلى الرغم من وجود شخص لديه الخبرة في هذه المجالات إلا أنه ربما لا يستطيع توظيفها بالشكل الجيد، لذا فإن المانح يقوم بمساعدته في توظيفها على أكمل وجه.

3 - خطة عمل:

يقوم أصحاب حقوق الامتياز في الغالب بمساعدة الممنوحين في وضع خطة عمل لتنمية وتوسعة أنشطتهم، ومعظم الخطوط العريضة لهذه الخطط غالباً تكون أجزاء تشغيلية عيارية متعارف عليها وموضوعة من قبل المانح، كما أن هناك بعض الأجزاء الأخرى من الخطط يجب تعديلها لتناسب مع متطلبات الممنوح وهذه أيضاً يتم تعديلها بالشكل المناسب لصالح الممنوح.

4 - مساعدات بداية النشاط:

غالباً ما يواجه أي نشاط جديد بالكثير من الصعوبات والمشاكل عند بدايته، ومع أن هناك عدد قليل من المدراء ذوي الخبرة الجيدة يعرفون كيف يمكن بدأ نشاط ما حيث أنهم خاضوا التجربة مرات غير قليلة، على الرغم من ذلك فإن المانح لديه عدد كبير من الخبرات المتراكمة في هذا النشاط التي جناها من مساعدته للممنوحين عند بداية نشاطهم. إن هذه الخبرة المعتبرة والهامة سوف توفر الكثير من الوقت والجهد والمال على الممنوح عما هي عليه في نشاط مستقل.

5 - المساعدات التسويقية:

يقدم المانح مزايا تسويقية عديدة فهو يقوم بإعداد خطط تسويقية وترويجية متخصصة وعلى مستوى عالي من المهنية بتنمية وتوسعة حصته في السوق. إن الخطط التسويقية المحلية والإقليمية والدولية تساعد في نمو وانتشار المنتج أو الخدمة موضوع الدعاية والإعلان، وبالتالي فإن ذلك يعود بالفائدة على جميع الممنوحين، كما أن المانح أيضاً يقدم النصائح والمشورة لبعض الممنوحين في عمل برامج تسويقية محلية لهم، إن خطط التسويق المحلية والإقليمية والدولية غالباً ما تكون ذات تكلفة على الطرفين، فالمانح عادة ما يطلب من الممنوحين المساهمة بنسبة محددة من إجمالي إيراداتهم في صندوق تسويقي تعاوني من أجل تنمية وتنشيط المبيعات ليس على المستوى المحلي فقط بل على المستوى الدولي أيضاً.

6 - التسهيلات الائتمانية من البنوك:

بافتراض أن هناك متقدم جديد للحصول على حق امتياز (فرنشايز) من شركة شهيرة (المانح)، وأن هذا القادم بحاجة إلى قرض من البنك لبدء نشاطه في هذا المجال، ولما كان على هذا القادم الجديد أن يقوم بتوقيع عقد اتفاق مع المانح فإن البنك

المقرض في هذه الحالة سيكون لديه الاستعداد لمساعدة الممنوح بالأموال المطلوبة حيث أن الاتفاق الموقع لحق الامتياز (الفرنشايز) يجعل هذا النشاط أقل عرضة للفشل وبالتالي يطمأن البنك على أمواله, وذلك بعكس الحال فيما لو كان هناك نشاط جديد آخر فإن البنك يقوم بطلب ضمانات كثيرة قد لا تكون متوفرة لديه عند بداية نشاطه.

7 - نظام تشغيلي مجرب:

إن معظم ما يميز حقوق الامتياز (الفرنشايز) المختلفة أن لديها نظام تشغيلي أثبتت التجربة نجاحه وفعاليتها، فالنظام قد مر بمراحل كثيرة لتنميته وتطويره وتحديثه ليصل إلى ما هو عليه الآن. وبالتالي فهي أيضاً تؤكد وتزيد من احتمال نجاحه.

ثانياً: مزايا تعود على المانح:

1 - التوسع والانتشار السريع:

إن الميزة الرئيسية لنشاط ما يعمل تحت مظلة حق الامتياز (الفرنشايز) هي قدرته على التوسع والانتشار السريع. فعدم توفر رأس المال اللازم مع شحة العمالة المدربة قد تؤدي إلى بطء في توسع النشاط. إن الممنوح يقوم بتوفير رأس المال المطلوب كما أنه يقوم بتوفير العمالة اللازمة عند إنشاء منفذ جديد وعلى المانح في هذه الحالة القيام بعمل التدريب اللازم وبالتالي تسهيل عملية الانتشار والتوسع. وهنا يمكن القول بأن التوسع يتم على حساب الممنوح حيث أنه يكون المسؤول عن تدبير رأس المال اللازم للمنفذ أو الوحدة الجديدة.

هذا وبافتراض أن شركة ما مشهورة بالمملكة ولا تعمل بنظام حق الامتياز (الفرنشايز) إلا أنها ترغب في توسعة نشاطها ولكن ليس لديها الأموال الكافية لذلك. فإن عليها اللجوء إما إلى البنك للحصول على قروض مكلفة وفي حالة إذا ما وافق البنك على ذلك فإن عليها رهن أصولها للبنك. مع ما يترتب على ذلك من التزامات مادية.. إلخ من الإجراءات البنكية. والبدل الثاني أن تقوم هذه الشركة بزيادة رأس المال عن طريق الدعوة إلى اكتتاب عام وفي هذه الحالة أيضاً سوف تتنازل عن قدر ما في إدارة نشاطها حيث أن أصحاب الأسهم الجدد سيكون لهم مرئيات ومصالح مختلفة عن صاحب النشاط الأصلي وربما يؤدي إلى شكل ما من تضارب المصالح، ومن هنا نجد أن توسع الشركة ليس بالسهل ويكتنفه الكثير من المعوقات والمشاكل.

من هنا نجد أنه عن طريق العمل بنظام حق الامتياز (الفرنشايز) سوف يوفر على هذه الشركة مشكلة تدبير رأس المال وذلك عن طريق منح حق امتياز (فرنشايز) لمستثمرين جدد في نفس البلد أو خارجها يقومون في الغالب بسداد جزء كبير من رأس المال المستثمر من أموالهم الخاصة مع إمكانية اللجوء للبنك بنسبة محدودة. وهنا يكون توسع هذه الشركة (المانحة) عن طريق رأسمال الممنوحين الذين يتحملون مخاطر الاستثمار، أما المانح فإنه يحصل على رسوم استغلال حق الملكية (رسوم مستمرة) وبالتالي زيادة أرباحه طالما أنه لا يخاطر برأسماله في موقع جديد وفي نفس الوقت يجني أرباحاً معنوية من انتشار نشاطه.

2 - السمعة:

إن منح حق الامتياز الخاص بشركة ما لقدام جديد يعني افتتاح منفذ جديد لهذه الشركة وبالتالي فإن هذا المنفذ سوف يأتي بعملاء جدد لهذه الشركة في منطقة جغرافية جديدة، ومن هذا المنطلق فإن سمعة واسم الشركة سوف ينتشران وتكتسب

المزيد من العملاء في المنفذ الجديد، وهو ما يرغب المانح في تحقيقه من حيث التوسع والانتشار للشركة.

3- القدرة على المنافسة:

إن التوسع والانتشار يعطي صاحب حق الامتياز (الفرنشايز) قدر كبير من المنافسة في السوق سواء في الأسعار أو نوعية الخدمة المقدمة وبالتالي تساعده على قوة الانتشار وغزو أسواق جديدة.

4- زيادة العائد مع تكلفة أقل:

إن مما لا شك فيه أن نجاح حق الامتياز (الفرنشايز) يؤدي إلى زيادة المبيعات وبالتالي زيادة إيرادات المشروع وأرباحه. وصاحب حق الامتياز (الفرنشايز) يحصل على رسوم سنوية كنسبة من حجم المبيعات وليس الأرباح وبالتالي إضافة إلى السمعة والانتشار فإنه أيضاً يحصل على أرباح أو دخل مستمر من الممنوح بغض النظر عما إذا كان الممنوح يحقق أرباحاً أم لا، وعلى الرغم من أنها تعتبر ميزة إيجابية أساسية للمانح إلا أنها تعتبر من العوامل السلبية بالنسبة للممنوح، كما أن هناك رسوم أخرى يحصل عليها المانح مثل رسوم التأسيس (الرسوم المبدئية) أو مصاريف الدعاية التي يحصل عليها صاحب حق الامتياز⁴.

❖ مقارنة بين حق الامتياز وعقد الوكالة التجاري:

■ أوجه الشبه:

1- بالنظر للالتزامات الناشئة عنه من الناحية العملية يعتبر مزيج من عدة عقود ومن ضمنها عقد الوكالة التجارية الذي يمكن تقسيمه إلى عقد وكالة وعقد توزيع. في كلا العقدین هناك سلعة أو خدمة يملكها شخص فيقوم الآخر ببناء على اتفاق مسبق بينهما بتسويقها في منطقة جغرافية محددة ولفترة معينة، وعلى الأغلب يعطي الطرف الأول للآخر حقاً حصرياً بذلك.

2- وجود بعض الالتزامات المتشابهة بينهما في الواقع العملي، مثل الالتزام بالدعاية والإعلان للسلعة أو الخدمة الذي يلتزم به أحدهما أو كلاهما (حسب الشرط التعاقدية)، والالتزام بعدم المنافسة من الطرف الآخر، أي التزامه بعدم تسويق سلعه أو خدمة منافسة لما هو متفق عليه.

■ أوجه الاختلاف:

1- موضوع أو محل الامتياز الرئيس في عقد الامتياز هو الاسم التجاري وليس السلعة أو الخدمة التي تحمل ذلك الاسم. في حين أن موضوع أو محل عقد الوكالة التجارية الرئيس بشقيه (الوكالة والتوزيع) هو السلعة أو الخدمة.

2- أن الوكيل التجاري يعمل باسم الموكل وحسابه في حين يعمل الممنوح له الامتياز بصفته أصيلاً عن نفسه ولحسابه الشخصي. بالإضافة إلى أن الممنوح له الامتياز لا يتعامل أو يبيع سلعه أو خدمه غيره، بل سلعته أو خدمته هو، وإن كان ذلك تحت مظلة الاسم التجاري للمانح، بخلاف الوكيل الذي يتعامل بسلعة أو خدمة الموكل، سواء تم ذلك باسمه

أو باسم ذلك الموكل، ومن الآثار القانونية المترتبة على ذلك أن الممنوح له الامتياز لا يستحق أجراً أو عمولة نظير وكالته. بالإضافة إلى أن مقر أو محل الممنوح له الامتياز يظهر تجاه الجمهور بنفس المظهر والهوية العامة الموحدة لكل محلات مانح الحق وتبدو متشابهة لجهة اسم المحل وشعاره وديكور المحل وما شابه، بينما بينما قد لا يشترط ذلك في مقر أو محل الوكيل التجاري.

3- لكل ذلك فإن الممنوح له ليس وكيلاً عن المانح في استخدام الاسم التجاري، ولا يبيع أو تسويق السلعة أو الخدمة موضوع أو محل هذا الاسم، وإنما هو شخصية مستقلة تماماً عن المانح، ويتعامل مع الغير بصفته أصيلاً ولحساب نفسه، وبالتالي فإن آثار تصرفاته مع الغير، سلباً أو إيجاباً، تنعكس عليه مباشرة ولا علاقة للمانح بكل ذلك إلا فيما يتعلق بالاسم والعلامة التجارية.

4- أن هناك ضمان للوكيل التجاري خلاف عقد الوكالة وهو أنه له حق حبس البضاعة التي يحوزها لحساب الموكل انتظاراً لبيعها بموجب عقد الوكالة حتى يستوفي عمولته أو مستحقاته السابقة من الموكل، بينما لا توجد أية ضمانات للممنوح له الامتياز سوى العقد.

5- التزام الممنوح بمدخلات المانح في العملية الانتاجية (حسب شروط التعاقد).

6- التزام الممنوح بنوعية الآلات والمعدات التي يحددها المانح (حسب شروط التعاقد).

7- عوائد المانح تمثل بند رئيسي في تكلفة حق الامتياز (الفرنشايز) على الممنوح.

8- عقد الامتياز عقد قائم بذاته ومستقل تماماً عن العقود الأخرى التي قد تنتشبه معه، ونظراً لحدائته فإن قوانين الدول العربية بما فيها المملكة العربية السعودية تخلو من أحكام خاصة به مما يعني خضوعه للقواعد العامة في العقود، وخضوع كل التزام فيه للأحكام الخاصة بالالتزام الشبيه أو المماثل له في عقد من العقود المسماة (يسري عليه نظام الوكالات التجارية بموجب القرار الوزاري: رقم (1012) وتاريخ: 17/9/1412هـ).

تلخيص: في عقد الوكالة التجارية يعمل الوكيل باسم الموكل ولحسابه مقابل عمولة محددة، بينما في عقد الامتياز يعمل الممنوح لحساب نفسه مقابل نسبة للمانح. إضافة إلى أن الأصل أنه لا تنشأ علاقة بين الوكيل والغير الذي تعامل معه بموجب عقد الوكالة، بينما نجد أن الممنوح له الامتياز تكون علاقته مباشرة مع الغير الذي تعامل معه.

❖ مقارنة بين حق الامتياز والتوزيع:

أن الموزع بخلاف الوكيل التجاري يتعامل مع الغير باسمه (أي أصيلاً وليس وكيلاً) ولحسابه الشخصي وتنعكس آثار تصرفاته مع الغير عليه مباشرة، وذلك على غرار الممنوح له في عقد الامتياز، ولكن طبيعة العلاقة ما بين الموزع وصاحب السلعة، هي علاقة توريد بضائع. أقرب ما تكون لعقد البيع، في حين أن العلاقة بين المانح والممنوح له في عقد الامتياز التجاري هو سماح الأول للثاني باستخدام الاسم التجاري لتسويق سلعة يملكها الممنوح وليس المانح، أو خدمة تحمل هذا الاسم مقابل بدل مادي يدفعه الممنوح للمانح، فهي ليست بيع سلعة أو خدمة بأي معنى، وبالتالي لا تطبق عليها أحكام البيع من هذا الجانب⁵.

⁵ نظام الفرنشايز كأداة لاستثمارات صغيرة ناجحة (الواقع-المعوقات-مقومات التطوير)، المكتب الأول للاستشارات الاقتصادية، الغرفة التجارية الصناعية بالرياض، الطبعة الثالثة يناير ٢٠٠٧م

❖ آثار عقد الامتياز التجاري (الفرنشايز)

■ التزامات الممنوح له الامتياز:

- 1- الوفاء بالتزاماته المنصوص عليها في اتفاقية الامتياز.
- 2- المحافظة على السمعة التجارية لمناح الامتياز.
- 3- الحصول على موافقة مانح الامتياز على أي تغييرات في السلع أو الخدمات أو طريقة تشغيل الأعمال الخاصة بالامتياز.
- 4- أن يقدم إلى مانح الامتياز البيانات المتعلقة بأعمال الامتياز التي تمكنه من تطوير نموذج أعمال الامتياز بما في ذلك البيانات المحاسبية المتعلقة بتلك الأعمال.
- 5- تمكين مانح الامتياز أو ممثليه من تفقد المرافق المستخدمة في ممارسة الامتياز.
- 6- الحصول على موافقة مانح الامتياز على تغيير ممارسة أعمال الامتياز أو على التنازل عن إدارة أعمال الامتياز إلى الغير⁶.

■ التزامات مانح الامتياز:

- 1- الوفاء بالتزاماته المنصوص عليها في اتفاقية الامتياز.
- 2- تحديد الحقوق الممنوحة لصاحب الامتياز بشأن الامتياز
- 3- تحديد المعايير وإصدار التعليمات التي يتعين على صاحب الامتياز التقيد بها عند ممارسة أعمال الامتياز وذلك بشكل تفصيلي بما يمكنه من تشغيل تلك الأعمال.
- 4- تزويد الممنوح له سواء بشكل مباشر أم بواسطة طرف آخر بالسلع أو الخدمات الخاصة بالامتياز طوال فترة سريان اتفاقية الامتياز.
- 5- الاستجابة لطلب الممنوح له في تزويده بتفاصيل الرسوم المترتبة عليه أو المدفوعة منه بشأن تشغيل أعمال الامتياز.
- 6- عدم إقامة أي منشأة تمارس نشاطاً مماثلاً لنشاط الممنوح له في المنطقة الجغرافية المحددة في اتفاقية الامتياز، أو الترخيص للغير في ذلك، خلال فترة سريان الاتفاقية⁷.

❖ إجراءات تسجيل عقد الامتياز:

يسري عليها ما يسري على نظام الوكالات التجارية طبقاً لنص المادة ٢٢ (طريقة تسجيل الوكالات التجارية).

❖ الامتياز التجاري (الفرنشايز) في المملكة:

المرحلة الاولى:

⁶ مسودة مشروع الامتياز التجاري، موقع وزارة التجارة والاستثمار
⁷ مسودة مشروع الامتياز التجاري، موقع وزارة التجارة والاستثمار

مرحلة الاستيراد: بدأت في أواخر السبعينات واول الثمانينات حيث قامت أحد الشركات السعودية الرائدة وهي شركة بن زقر في الحصول على حقوق الامتياز من شركتين عالميتين أحدهما شركة مطاعم ويمبي والآخرى شركة مارتينايزنغ لغسيل الملابس ثم بعد حرب الخليج لتحرير الكويت عام 1991 م ازدادت هذه المرحلة لاستيراد الامتياز كثافةً حتى بلغ الان عدد الشركات العالمية العاملة في مجال الامتياز التجاري في السوق السعودي إلى أكثر من 250 شركة.

المرحلة الثانية:

انطلاق الشركات السعودية بمنح امتيازاتها: حيث أطلقت مجموعة فقيه عام 1994م من مكة المكرمة مطاعم الطازج وتعتبر أول شركة سعودية تمنح امتيازاتها حيث وصلت الى جاكارتا (اندونيسيا) وشيكاغو (أمريكا) ثم تلتها شركات سعودية أخرى بلغ عددها ٢٢ شركة واحدة منها واسمها كوب الذرة وصل عدد امتيازاتها الى 700 ممنوح امتياز في العديد من بلدان العالم منها السويد.

المرحلة الثالثة:

مرحلة تفعيل صناعة الامتياز التجاري بالمملكة:

وهي المرحلة التي نعيشها الآن حيث بدأت صناديق خدمة المجتمع وعلى رأسها صندوق عبد اللطيف جميل وصندوق المؤوية بتمويل مشاريع ممنوح الامتياز التجاري. مبادرة منشآت

المرحلة الرابعة:

مرحلة سن القوانين والانظمة مع العناية بالتعليم والتدريب: نشر مسودة مشروع الامتياز التجاري ٢٠١٧ وفي انتظار اعتماده كنظام وتفعيله ونشر اللوائح الخاصة به.

المرحلة الخامسة:

مرحلة تصدير الامتيازات السعودية:

اما المرحلة الخامسة والاخيرة وهي مرحلة تصدير الامتيازات التجارية السعودية للخارج وستشهد صناعة الامتيازات التجارية السعودية ظاهرة عالمية ذات ابداعات متفوقة في مجال الامتياز التجاري في مختلف المجالات بإذن الله.⁸

تم بحمد الله

⁸ محاضرة ماضي وحاضر ومستقبل صناعة الامتياز التجاري في المملكة العربية السعودية، طلال محمد بادكوك