

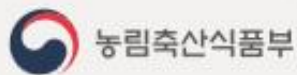
발간 등록 번호
11-1543000-002507-01



해외 주요국 프랜차이즈
법률정보 조사

태국
Thailand

2018.12



목 차

| | |
|---------------------------------|-----------|
| I . Prologue | 5 |
| 1. 해외진출 단계별절차 | 6 |
| 가. 해외진출 기본절차 | 6 |
| 나. 진출 단계별 주요내용 | 9 |
| 다. 태국 진출 시 법률, 제도에 관한 FAQ | 12 |
| 2. 진출유형 | 17 |
| 가. 마스터 프랜차이즈(라이선싱) | 19 |
| 나. 합자(합작) 투자 | 20 |
| 다. 직접 진출 | 21 |
| 라. 국제 가맹 | 22 |
| II. 태국 개요 | 25 |
| 1. 국가현황 | 25 |
| 가. 일반현황 | 25 |
| 나. 프랜차이즈 시장현황 | 28 |
| 2. 특수사항 | 31 |
| 가. 아세안 진출의 허브 역할 | 31 |
| 나. 태국 할랄시장 | 32 |
| 다. 한류열풍 | 33 |

| | |
|------------------------------------|-----------|
| Ⅲ. 태국 프랜차이즈 관련 법률과 제도 | 35 |
| 1. 진출 시 프랜차이즈 주요법률 | 35 |
| 가. 프랜차이즈 관련 법률 소개 | 35 |
| 2. 기업설립 및 인허가 | 42 |
| 가. 기업설립 | 42 |
| 나. 부동산 취득 관련 법률 | 56 |
| 다. 상표 및 특허 관련 법률 | 62 |
| 3. 계약체결 | 77 |
| 가. 계약체결 시 고려사항 | 77 |
| 나. 마스터 프랜차이즈 표준계약서 | 83 |
| 다. 국제가맹 계약 | 123 |
| 4. 현지운영 | 141 |
| 가. 인사 및 노무 관련 규정 | 141 |
| 나. 세금 등 관련 규정 | 147 |
| 5. 기타 | 154 |
| 가. 철수 및 청산 | 154 |
| 나. 프랜차이즈 분쟁 | 157 |
| 다. 식당 개업 절차 | 158 |

| | |
|--------------------------------|------------|
| IV. 외식기업의 태국 진출전략 | 162 |
| 1. 진출 시 고려점 | 162 |
| 가. 법률 및 제도적측면 | 162 |
| 나. 현지시장 및 문화적측면 | 163 |
| 2. 태국 진출전략(진출유형) | 165 |
| 가. 가장 유리한 진출방식 선정 | 165 |
| 나. 파트너 선정 시 주의사항 | 174 |
| 3. 태국 진출단계별 전략 | 190 |
| 4. 태국 프랜차이즈 성공사례 | 199 |
| 가. TOM N TOMS | 199 |
| 나. SIZZLER | 202 |
| 다. 본촌치킨 | 203 |
| 라. 투다리 | 206 |

최근 해외시장을 개척하고자 하는 외식프랜차이즈기업은 매년 꾸준히 증가하고 있으며 (2015년 진출업체 수 138개, 2016년 진출업체 수 188개, 2017년 진출업체 수 193개 - 2017년 외식기업 해외진출 실태조사, aT한국농수산물유통공사), 해외 진출을 희망하는 외식기업들 역시 꾸준히 증가하고 있음.

이러한 해외진출을 희망하거나 준비하는 기업들이 해외진출을 위하여 진출국의 정보, 진출방법, 물류공급체계 등 여러 가지 요소를 고려하지만, 진출을 위한 사업계획서 작성시 가장 우선적으로 고려하는 사항은 '현지 법규의 이해'로 나타남.

표 1-1 해외진출 사업 계획 시 고려사항(복수응답)

| 구 분 | 전체 | | 업종 | | | | | | | | | | | |
|-----------------|------|----|------|---|------|---|------|---|-----|---|------|---|------|---|
| | | | 한식 | | 서양식 | | 디저트 | | 일식 | | 중식 | | 기타 | |
| 사례수 | (59) | | (18) | | (23) | | (12) | | (1) | | (2) | | (3) | |
| 단위 | % | 개 | % | 개 | % | 개 | % | 개 | % | 개 | % | 개 | % | 개 |
| 현지 관련 법규에 대한 이해 | 30.5 | 18 | 33.3 | 6 | 21.7 | 5 | 41.7 | 5 | 0.0 | 0 | 50.0 | 1 | 33.3 | 1 |
| 현지 네트워크 구축 | 22.0 | 13 | 38.9 | 7 | 13.0 | 3 | 16.7 | 2 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0 | 33.3 | 1 |
| 현지 물류 공급체계 확보 | 18.6 | 11 | 11.1 | 2 | 21.7 | 5 | 16.7 | 2 | 0.0 | 0 | 50.0 | 1 | 33.3 | 1 |
| 해외진출 전담부서 구성 | 10.2 | 6 | 16.7 | 3 | 0.0 | 0 | 16.7 | 2 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0 | 33.3 | 1 |
| 해외진출사업 예산 확보 | 6.8 | 4 | 0.0 | 0 | 13.0 | 3 | 8.3 | 1 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0 |
| 현지 직원 채용 및 교육 | 6.8 | 4 | 5.6 | 1 | 8.7 | 2 | 8.3 | 1 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0 |
| 기타 | 1.7 | 1 | 0.0 | 0 | 4.3 | 1 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0 |
| 없음 | 3.4 | 2 | 0.0 | 0 | 8.7 | 2 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0 |

[참조. 2017 외식기업 해외진출 실태조사 보고서. aT한국농수산물유통공사]

본 교재는 해외진출을 희망하거나 준비하고 있는 외식프랜차이즈기업을 대상으로 이들 기업들이 해외진출 시 가장 우선적으로 고려하고 있는 '진출국가의 법률과 제도'를 중심으로 진출단계별 주의해야 하는 법률과 제도와 진출 시 가장 유리한 방식을 선택할 수 있는 정보제공을 목적으로 함

< TIP >

- 해외진출을 처음 고려하는 외식기업의 경우, 본 교재 「I. Prologue > 1. 해외 진출 단계별절차 > 다. 해외진출 단계별 FAQ」에서 해외진출 시 자주하는 질문과 답변 또는 해당 내용의 교재위치를 먼저 살펴보고길 권함
- 자세한 국내 기업의 해외진출 현황을 알고자 하는 기업은 「2017 외식기업 해외진출 실태조사 보고서(aT한국농수산물유통공사)」를 참조하길 권함

1 해외진출 단계별절차

가. 해외진출 기본절차

외식 프랜차이즈 기업이 해외에 진출하는 절차는 보유 아이템별, 진출 국가별, 진출 기업별 또는 실제 현장과 케이스별로 매우 다양하지만, 본 교재에서는 외식 프랜차이즈 기업이 해외에 진출하는 단계를 크게 4단계로 구분하고 각 단계별로 발생될 수 있는 법률과 제도를 중심으로 기술함

| 해외진출 준비 | 해외진출 확정 | 현지개업 준비 | 해외사업 관리 |
|--|--|--|----------------------------|
| 1. 진출 검토 2. 목적의 명확화 Self 역량 진단 진출유형 탐색 3. 기초 조사 해외진출 사업계획 4. 지식 재산권 취득 | 5. 해외사업 홍보채널 구축 6. 1차 현지 시장 조사 7. 파트너 기준 적극적 파트너 탐색 8. 파트너 선정 계약 가이드라인 구축 9. 2차 현지 시장 조사 파트너 계약 체결 10. 현지 법인 설립 11. 입지 선정 12. 해외본부 운영매뉴얼 해외본부 및 점포 운영자교육 | 13. 메뉴 및 식재료 시스템 구축 설비 및 물품 조달계획 14. 점포 운영 매뉴얼 15. 인허가 취득 및 매장 시공 16. 매장 인력 채용 및 교육 17. 오픈 마케팅 18. 오픈 | 19. 글로벌 슈퍼 바이징 사업 확장 |

[참조. 해외진출 외식기업 실무매뉴얼(MAPPS). aT한국농수산물유통공사. 2015.11]

상기 단계별 절차는 기본적인 것으로 실제 해외진출 시에는 진출유형 등에 따라 진출절차와 중요내용이 다를 수 있음

예를 들어, 외식 프랜차이즈 기업의 진출유형 중 가장 많은 「마스터 프랜차이즈 방식」의 경우 '①해외진출 준비단계'와 '②해외진출 확정단계'만으로도 해외진출이 가능할 수 있으며 이럴 경우 파트너 선정과 마스터 프랜차이즈계약, 매뉴얼과 교육 등이 중요 고려요소임

투자코스트와 Risk가 높은 「직접진출 방식」의 경우 '①해외진출 준비단계', '②해외진출 확정단계', '③해외개업 준비단계', '④해외사업 관리단계' 모두가 필요하며, 해외진출 사업계획, 시장조사, 매뉴얼과 교육, 메뉴뿐만 아니라 현지 매장운영에 필요한 메뉴 및 식재료시스템 구축, 점포인허가 취득 및 시공, 매장인력 채용 및 교육 등이 중요한 요소가 될 수 있음

표 1-2 해외진출 유형과 단계별 절차 및 관련서류

| 진출단계 | 마스터 프랜차이즈 | 합자(합작) 투자 | 직접 진출 | 국제 가맹 |
|----------------|-----------|-----------|-------|-------|
| 1. 내부역량진단 | ○ | ○ | ○ | △ |
| 2. 기초조사 | ○ | ○ | ○ | △ |
| 3. 지식재산권 취득 | ○ | ○ | ○ | ○ |
| 4. 해외 홍보채널구축 | ○ | ○ | ○ | X |
| 5. 시장 조사 | ○ | ○ | ○ | △ |
| 6. 파트너 선정 | ○ | ○ | X | X |
| 7. 파트너 계약 체결 | ○ | ○ | X | X |
| 8. 현지 법인 설립 | X | ○ | △ | X |
| 9. 입지 선정 | X | ○ | ○ | X |
| 10. 매뉴얼 및 교육 | ○ | ○ | ○ | ○ |
| 11. 식재료 시스템구축 | ○ | ○ | ○ | △ |
| 12. 인허가 및 매장시공 | X | ○ | ○ | X |
| 13. 매장 인력 | X | ○ | ○ | X |
| 14. 매장 마케팅 | X | ○ | ○ | X |
| 15. 세무 및 자금송금 | △ | ○ | ○ | △ |
| 16. 가맹점모집 | △ | ○ | ○ | X |
| 17. 가맹계약 | △ | ○ | ○ | ○ |
| 18. 가맹분쟁 | ○ | ○ | ○ | ○ |
| 19. 철거 및 폐업 | ○ | ○ | ○ | X |

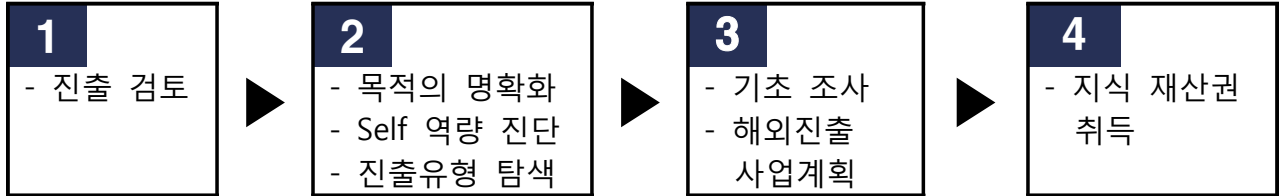
| | 진출단계 | 관련서류 |
|--------|--------------|--|
| 해외진출준비 | ○ 내부역량진단 | 시스템 표준화 |
| | ○ 기초조사 | 해외진출 사업계획서 |
| | ○ 지식재산권 취득 | 상표 및 특허 등록, 도메인 등록 진행 |
| 해외진출확정 | ○ 해외 홍보채널구축 | 사업안내서 등 홍보물, 해외사업 일정표, 상담서식 |
| | ○ 시장 조사 | 시장조사보고서, 현지 표준매뉴얼, 상권조사보고서 |
| | ○ 파트너 선정 | 파트너 선정기준, 파트너 관련서류(재무제표, 파트너 회사소개서, 신용등급증명서, 마케팅계획서) |
| | ○ 파트너 계약 체결 | NDA(비밀유지계약서), LOI(투자의향서), MOU(양해각서), 계약서 |
| | ○ 현지 법인 설립 | 현지 법인설립 준비서류, 부동산계약서, 법인계좌계설, 정관 등 |
| | ○ 입지 선정 | 상권조사보고서, 임대차 계약서 등 |
| | ○ 매뉴얼 및 교육 | 해외본부 운영매뉴얼, 점포운영자 교육계획서 |
| 현지개업준비 | ○ 식재료 시스템구축 | 레시피, 메뉴북, 식재료 통관 관련서류 |
| | ○ 인허가 및 매장시공 | 영업허가필요서류, 설비 및 물품조달 계획, 시설매뉴얼 |
| | ○ 매장 인력 | 현지 점포 운영매뉴얼, 근로계약서, 채용 및 인력운영계획 |
| | ○ 매장 마케팅 | 매장 마케팅 계획서, 오픈 체크리스트 |
| 해외사업관리 | ○ 세무 및 자금송금 | 재무계획서 |
| | ○ 가맹점모집 | 가맹점 출점계획서 |
| | ○ 가맹계약 | 현지 가맹계약서 |
| | ○ 가맹분쟁 | |
| | ○ 철거 및 폐업 | |

< TIP >

- 구체적인 해외진출 단계별내용과 단계별 CHECK LIST는 「aT한국농수산물유통공사의 해외진출외식기업실무매뉴얼 MAPPS(Manual of A Global F&B Business Project Plan & Strategy)」에 자세히 설명하고 있어 꼭 참조하길 권함
- 해외진출 유형은 본 교재 「I. Prologue > 2. 진출유형」을 참조
- 해외진출 시 시장조사, 파트너 선정기준 등 구체적인 내용은 「IV 외식기업의 태국 진출전략 > 3 태국 진출단계별 전략」을 참조

나. 진출 단계별 주요내용

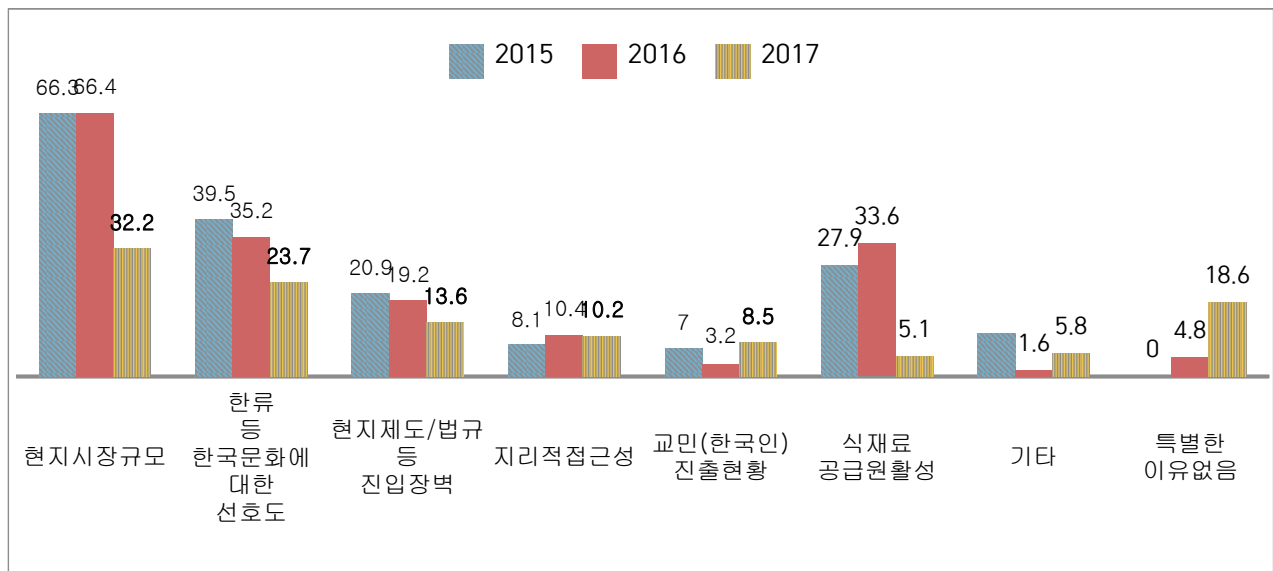
(1) 해외진출준비



해외진출 준비단계에서는 내부적 분석, 외부적 분석을 통해 진출국과 진출방식을 결정하는 단계임. 이 단계에서 고려해야 하는 중요한 법률, 제도적 요소는 진출기업의 브랜드와 노하우를 보호할 수 있는 '상표 및 특허등록'과 진출기업의 내부적 분석(아이템, 역량, 인원, 자금 등)과 진출하고자 하는 국가의 외부적 분석(진출국 기초조사 등)를 통한 진출유형을 결정하는 것임

이 단계에서는 우선 진출국을 결정하여야 하는데, 진출국을 결정할 때 고려사항은 '현지시장규모', '식재료공급 원활성', '한류 등 한국문화의 선호도' 등 순으로 특히 최근 '한류'의 영향력이 증가되고 있어 진출국 결정 시 진출국의 '한류의 영향력'도 반드시 고려하여야 함

표 1-3 진출국가 결정시 고려사항



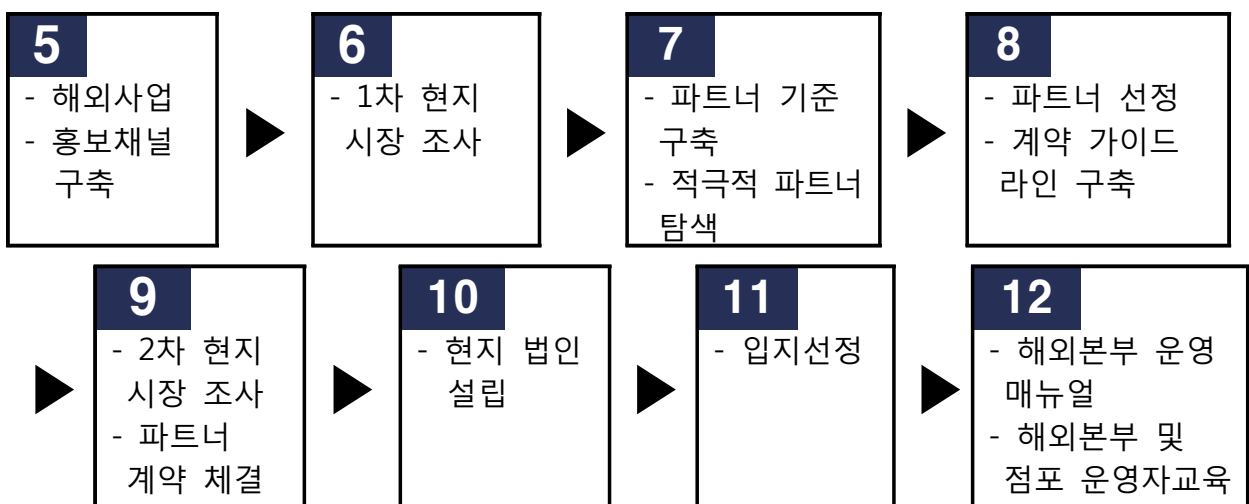
[참조. 2017 외식기업해외진출실태조사, aT한국농수산물유통공사]

| 구 분 | 전체 | | 업종 | | | | | | | | | | | |
|-----------------|------|----|------|---|------|---|------|---|-------|---|------|---|------|---|
| | | | 한식 | | 서양식 | | 디저트 | | 일식 | | 중식 | | 기타 | |
| 사례수 | (59) | | (18) | | (23) | | (12) | | (1) | | (2) | | (3) | |
| 단위 | % | 개 | % | 개 | % | 개 | % | 개 | % | 개 | % | 개 | % | 개 |
| 현지 관련 법규에 대한 이해 | 32.3 | 19 | 11.1 | 2 | 26.1 | 6 | 75.0 | 9 | 0.0 | 0 | 50.0 | 1 | 33.3 | 1 |
| 현지 네트워크 구축 | 23.7 | 14 | 50.0 | 9 | 17.4 | 4 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0 | 33.3 | 1 |
| 현지 물류 공급체계 확보 | 13.6 | 8 | 22.2 | 4 | 13.0 | 3 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0 | 33.3 | 1 |
| 해외진출 전담부서 구성 | 10.2 | 6 | 33.3 | 6 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0 |
| 해외진출사업 예산 확보 | 8.5 | 5 | 5.6 | 1 | 4.3 | 1 | 25.0 | 3 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0 |
| 현지 직원 채용 및 교육 | 5.1 | 3 | 0.0 | 0 | 8.7 | 2 | 8.3 | 1 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0 |
| 기타 | 6.8 | 4 | 0.0 | 0 | 17.4 | 4 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0 |
| 없음 | 18.6 | 11 | 5.6 | 1 | 26.1 | 6 | 16.7 | 2 | 100.0 | 1 | 0.0 | 0 | 33.3 | 1 |

< TIP >

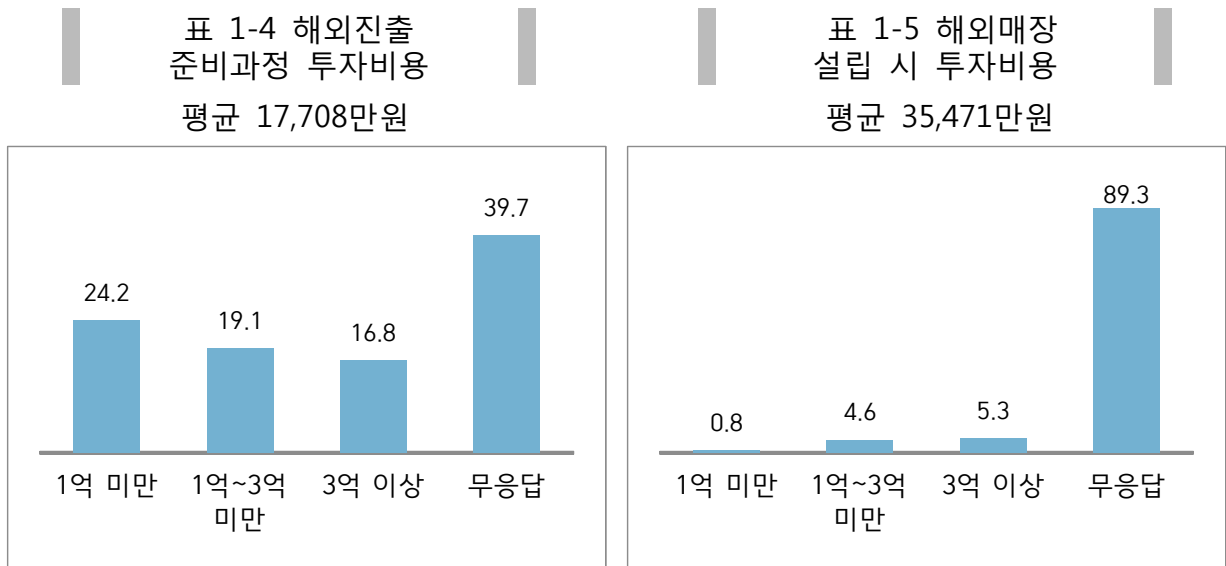
- 해외진출의 방식과 유형을 결정하는 것은 앞으로 해외진출의 승패에 매우 중요하고도 기본적인 개념이며, 본 교재는 「I. Prologue > 2. 진출유형」에서 기본적인 유형을 제시하고 있어 참조하길 권함

(2) 해외진출확정



해외진출 준비단계 이후 실제 해당국가에 점포를 개업하기 전까지의 단계로 구체적인 사업계획, 시장조사, 파트너 선정, 해외에 기업설립 등의 절차가 있음

해외진출에는 많은 투자비용과 노력이 소요되며 해외진출의 승패에 따라 기업의 운명이 결정될 수 있기에 이 단계에서 철저한 시장조사와 구체적인 사업계획이 필요함



[참조. 외식기업 해외진출 실태조사 보고서. (사)한국외식산업협회. 2014.12]

(3) 현지개업준비



해당국가에 매장을 개업하고 운영하는 단계로 앞에서 언급했듯 '마스터 프랜차이즈 유형'이나 '국제가맹 유형'의 경우 해당국가에 진출기업이 직접적으로 매장을 운영하지 않는 경우도 있음

그러나 '마스터 프랜차이즈 유형'이나 '국제가맹 유형' 경우에도 진출국가의 매장운영에 필요한 기본적인 외식관련 법률과 인허가 사항은 해외진출 사업계획, 파트너 선정과 계약, 매장운영 매뉴얼 작성 등에 꼭 필요한 고려요소임

이 단계에서 진출기업은 자신이 보유하고 있는 아이템과 현지 법률, 제도 및 문화, 경제현황 등을 비교분석하여 현지에 맞게 '현지화'에 중점을 둘 것인지, 아이템 본연의 특성을 유지하여 '차별화'에 중점을 둘 것인지 결정하는 것이 중요함

(4) 해외사업관리

19

- 글로벌 슈퍼바이징
- 사업 확장

현지에서 외식 프랜차이즈 기업을 운영하기 위해서 세무, 가맹점모집 및 계약관계, 분쟁해결 등 여러 고려요소가 있을 수 있음

진출국가에서는 자국의 산업을 성장시키기 위하여 해외투자를 유치하기도 하지만, 자국의 중소기업을 보호하기 위하여 해외기업의 자국 내 운영을 규제하기도 하기에 사전에 이를 인지하고 진출준비를 하여야 함

다. 태국 진출 시 법률, 제도에 관한 FAQ

(1) 해외진출 준비

자주하는 질문

- Q.** 진출국에서 상표(브랜드)와 노하우를 보호받기 위해서는 어떻게 해야 할까요?
- A.** 해당국가에서 상표나 특허 등 지식재산권을 보호받기 위해서는 상표나 특허를 출원하여야 함. 출원하는 방법에는 ①개별국가에 직접 출원하는 방법과 ②국제출원하는 방법으로 크게 구분할 수 있음.
국제출원의 경우 대리인을 통해서 국내에서도 가능함. 단, 해당국이 상표의 경우 '마드리드 협정', 특허의 경우 'PCT' 등 국제협정에 가입되어 있어야 함
태국의 경우 'PCT'에는 가입되어 있지만, '마드리드 협정'에는 미가입 되어있음
▶ 「Ⅲ. 태국 프랜차이즈 관련 법률과 제도 > 2. 기업설립 및 인허가 > 다. 상표 및 특허 관련 법률」 참조

Q. 해외진출 방식에는 어떤 것이 있습니까?

A. 일반적으로 마스터 프랜차이즈, 합자(합작)투자, 직접진출, 국제가맹 방식이 있으며 각 유형별로 장점과 단점을 있기에 진출방식을 결정하기 위해서는 내부 분석과 외부분석 후 결정하길 권함

▶ 「I. Prologue > 2. 진출유형」참조

Q. 해외진출 방식을 어떻게 선택해야 할까요?

A. 해외 진출유형을 선택하기 위해서는 우선 진출기업의 내부요소와 진출시장의 외부요소를 사전에 파악하고 자신의 기업에 맞는 진출방식을 결정하여야 함
내부요소로는 투자자금 보유(재무현황), 담당 인력 역량(언어능력, 기획능력, 교육능력, 추진능력, 법률지식 등), 브랜드 경쟁력(차별성, 진출시장의 적합성), 물류 및 생산 시스템(식재료의 유통 시스템 유무, 해외 공급 능력, 해외 구축능력 등) 등이 있음

외부요소로는 시장 진출 규제, 시장 안전성, 시장에서 대한민국 국가 브랜드의 인식 정도, 시장의 규모, 서비스 마인드, 시장 안정성, 시장의 특수성, 시장의 성숙도 등이 있음

▶ 「I. Prologue > 2. 진출유형」과 「IV. 외식기업의 태국 진출전략 > 2. 태국 진출전략(진출방식) > 가. 가장 유리한 진출방식 선정」 참조

(2) 해외진출 확정

자주하는 질문

Q. 프랜차이즈사업을 하기 위한 조건이 있습니까?

A. 태국에는 프랜차이즈를 특별히 규율하는 법률은 없어 프랜차이즈사업을 하기 위한 특별한 조건은 없음

다만, 가맹점사업자에게 상표 사용을 허가하기 위해서 상표권 등록이 되어 있어야 함

▶ 「Ⅲ. 태국 프랜차이즈 관련 법률과 제도 > 1. 진출 시 프랜차이즈 주요 법률 > 가. 프랜차이즈 관련 법률 소개」 참조

Q. 프랜차이즈사업에 관한 법률이 있습니까?

A. 태국에는 프랜차이즈를 특별히 규율하는 법률은 없으며, 현재 소매 및 프랜차이즈에 관련한 법안이 준비 중에 있음

태국에서 아래와 같이 상거래와 관련한 계약이 프랜차이즈 형태의 사업에도 적용되고 있음

- 상표법 Trademark Act 1991, Trademark Act(No.2) 2000
 - 특허법 Patent Act 1979, Patent Act(No.2)
 - 저작권법 Copyright Act 1994
 - 공정거래법 Trade Secret Act 2002
 - 경쟁법 Trade Competition Act 1999
-

- 세법 Revenue Code 1938
- 계약법 Unfair Contract Terms Act 1997

▶ 「Ⅲ. 태국 프랜차이즈 관련 법률과 제도 > 1. 진출 시 프랜차이즈 주요 법률 > 가. 프랜차이즈 관련 법률 소개」 참조

Q. 진출국에 회사를 설립할 때 제한사항이 있나요?

A. 태국에서 외국인은 개인사업자로 활동할 수 없음
외국인사업법에 따른 외국인 투자규제 업종에 따른 외국인 지분소유 제한이 있음(50% 이상 소유금지)

▶ 「Ⅲ. 태국 프랜차이즈 관련 법률과 제도 > 2. 기업설립 및 인허가 > 가. 기업설립」 참조

Q. 마스터 프랜차이즈나 합자(합작)투자 방식으로 진출하기 위해서 진출국의 파트너와 어떻게 계약을 체결하여야 할까요?

A. 파트너 선정 이후 계약체결까지의 단계는 다음과 같음

- 비밀유지계약서(NDA: Non Disclosure Agreement) 작성
- 법인 정보 및 사업 관련 서류 교환
- 투자 의향서(LOI : Letter Of Intent) 교환
- 양해각서(MOU : Memorandum Of Understanding) 체결
- 협상 진행 및 계약서 작성
- 본 파트너 계약 체결

계약체결 시 계약내용은 반드시 전문가 검토를 거쳐야 함
「Ⅳ. 외식기업의 태국 진출전략 > 2. 태국 진출전략(진출방식) > 나. 파트너 선정 시 주의사항」 참조

Q. 마스터 프랜차이즈 계약서에는 어떤 내용이 들어가야 하나요?

A. 계약서에는 '독점적 영업지역 부여', '로열티 지급의무', '법률 및 매뉴얼 준수', '기밀유지', '계약기간' 등 업종에 상관없이 공통적으로 들어야 할 내용과 '지정 물품 취급 의무', '레시피 준수', '지정된 장비 설치' 등 외식업종에 해당하는 내용이 들어가야 함

▶ 「Ⅲ. 태국 프랜차이즈 관련 법률과 제도 > 3. 계약체결 > 가. 계약체결 시 고려사항」 참조

Q. 계약체결 전 하는 양해각서(MOU)는 무엇인가요?

A. MOU는 양 기관간에 계약이나 전략적 제휴를 하는 경우 정식계약의 체결에 앞서서 양 기관간의 이해나 기본적인 합의 사항을 확인하는 문서임
MOU 체결은 제3자가 끼어들 여지를 미리 차단하자는 효과와 구체적인 조건 협의에 들어가기 전에 미리 공동협력 의지를 대외에 홍보용으로 천명할 필요가 있을 때 진행함

MOU 체결은 법률적인 강제성은 없음
「Ⅳ. 외식기업의 태국 진출전략 > 2. 태국 진출전략(진출방식) > 나. 파트너 선정 시 주의사항」 참조

(3) 현지개업 준비

자주하는 질문

Q. 기업활동을 위한 부동산을 취득할 수 있나요?

A. 외국인이 태국의 토지를 취득할 수 있는 방법은 태국인과 합작법인을 통해서 토지를 취득할 수 있으나, 이 경우 외국인의 지분은 50%를 넘지 못함. 사업을 위한 상점을 임대하는 것은 크게 어렵지 않음
▶ 「Ⅲ. 태국 프랜차이즈 관련 법률과 제도 > 2. 기업설립 및 인허가 > 나. 부동산 취득 관련 법률」 참조

Q. 식당을 개업하려고 하면 어떻게 해야 하나요?

A. - 태국에서 외국인은 개인사업자로 활동할 수 없음
- 태국 정부는 식음료 산업의 외국인 투자 지분을 49%로 제한함
- 외국인사업면허(Foreign Business License, FBL)를 얻으면 100% 지분 취득이 가능하나, 취득 절차가 까다로움
▶ 「Ⅲ. 태국 프랜차이즈 관련 법률과 제도 > 5. 기타 > 다. 식당 개업 절차」 참조

Q. 종업원을 고용할 때 주의해야 할 점은?

A. 태국은 법에 의하여 외국인이 노동허가를 받는 직종을 제한하고 있음. 외국인의 고용이 제한된 주요 직종은 운전수, 회계사, 미용사, 각종 공예가, 에이전트(브로커), 투어 가이드, 비서, 법률가 등임.
▶ 「Ⅲ. 태국 프랜차이즈 관련 법률과 제도 > 4. 현지운영 > 가. 인사 및 노무 관련 규정」 참조

Q. 프랜차이즈 회사를 운영할 때 내야하는 세금은?

A. - 태국의 법인 또는 파트너십은 전체소득에 대하여 법인세를 납부
- 세무신고는 납세자가 자진해서 신고(self-assessment)하는 방식
- 프랜차이즈기업에 지불되는 로열티의 경우, 태국에서 소득세가 부과됨. 로열티를 받는 프랜차이즈기업이 태국에 상설사업장(태국에 본사를 둔 기업, 또는 태국소재 외국회사의 지사 등)을 갖고 있는 것으로 간주되는 경우, 당해 로열티는 수취인(프랜차이즈기업)의 순이익을 결정할 수 있는 과세대상소득으로 인식됨. 순이익이 발생한 경우, 일반적으로 30%의 법인소득세가 부과됨. 기업체가 중소기업(SME)으로 간주되는 경우, 해당세율은 더 낮아질 수 있음

프랜차이즈기업이 태국에 상설 사업장이 없는 외국법인인 경우, 가맹점은 프랜차이즈기업에 지불한 로열티의 15%(이중과세협약이 적용되는 경우, 더욱 낮은 세율적용)를 원천징수하고 세금을 세무당국에 납입해야 함

▶ 「Ⅲ. 태국 프랜차이즈 관련 법률과 제도 > 4. 현지운영 > 나. 세금 등 관련 규정」 참조

(4) 해외사업관리(운영)

자주하는 질문

- Q.** 가맹점 모집이나 운영 시 주의해야 하는 것 어떤 것이 있나요?
- A.** 태국에는 프랜차이즈를 특별히 규율하는 법률은 없지만, 가격담합, 거래강제, 영업제한 등을 금지하는 공정한 경쟁을 위한 무역법이 적용될 수 있음
▶ 「Ⅲ. 태국 프랜차이즈 관련 법률과 제도 > 1. 진출 시 프랜차이즈 주요 법률 > 가. 프랜차이즈 관련 법률 소개」 참조
- Q.** 가맹계약서에는 어떤 내용이 들어가야 할까요?
- A.** 법률로 규정되는 필수기재사항은 없음. 다만, 계약체결 시 일반적으로 아래의 내용을 주의해야 함
- 지식재산권 권리행사 기재 : 상표권 사용 설정 및 기간, 영업비밀 누출 금지 등의 지식재산권 별도조항을 계약서 내 삽입
 - 손해배상 내용 기재 : 계약기간 종료 후 지식재산권 라이선스 대상을 계속 사용했을 경우 손해배상에 대한 내용을 반드시 기재
 - 계약서 작성 시 계약당사자의 명의확인 : 계약서 작성 시 지식재산권 소유자 명의로 동일인지 체크
- ▶ 「Ⅲ. 태국 프랜차이즈 관련 법률과 제도 > 3. 계약체결 > 가. 계약체결 시 고려사항」 참조
- Q.** 기업을 철수할 때 주의해야 할 점은 어떤 것이 있나요?
- A.** 태국에서 기업 철수는 상법에 따른 자발적인 철수와 파산법에 따른 철수방법으로 나뉨
- 태국에는 강제 철수는 없지만 채권자는 채무자가 기업 구조조정을 하게 권유하는 등, 공식 또는 비공식적으로 파산 절차를 밟을 수 있음. 또한 법원에 기업 해산을 요청할 수도 있음
- 진출 기업이 문을 닫았더라도 철수절차가 마칠 때까지 기업이 존재하는 것으로 간주되며, 파산신청자는 재산통합, 대출 상환금, 지불 비용 등을 다루는 철수절차등록을 밟게 됨
- 특히 노동법에 따라 고용주는 직원에게 퇴직금 등 지급의무가 있음
- ▶ 「Ⅲ. 태국 프랜차이즈 관련 법률과 제도 >5. 기타 >가. 철수 및 청산」 참조
- Q.** 분쟁 시 해결 절차 및 상담기관은?
- A.**
- 프랜차이즈에 관한 분쟁을 규율하는 법령이 제정되어 있지 않아서, 태국에서는 프랜차이즈 관련 분쟁이 발생할 경우 민사 관련 법률에 의거해서 규율. 민사소송 외에 해결방법으로는 '협상', '화해', '조정' 등 '대체분쟁해결제도'가 사용되며, 이는 분쟁 당사자들이 직접 해결절차에 참여하여 신속하게 해결점을 찾아나도록 중재하는 제도임
 - 지식재산권 분쟁상담 : 한국지식재산보호원 국제 지식재산권 분쟁 예방 컨설팅 지원(한국지식재산보호원 분쟁지원팀02-2183-5871~8)
 - 기업애로사항 상담 : 농수산식품유통공사의 외식기업의 경영 및 기술 등 애로사항 상담 및 지원 사업 안내(aT 식품기업컨설팅부 02-6300-1735)

- 해외진출 상담 : KOTRA 국가별 분야별 전문 위원이 국내기업 해외투자 전반에 대한 온오프라인 상담(KOTRA 해외투자팀 02-3460-7365), KOTRA 무역투자 관련 문의 해결 및 관련 정보제공(KOTRA 해외진출상담센터 02-3460-7154, 투자종합상담실 02-3497-1970)

▶ 「Ⅲ. 태국 프랜차이즈 관련 법률과 제도 > 5. 기타 > 나. 프랜차이즈분쟁」
참조

Q. 해외진출 상담기관은?

A. - 한식진흥원 : 해외 한식 교육 및 해외 진출 전문 인력 교육, 한식당 컨설팅 등(한식진흥원 교육사업팀 02-6300-2052)

- KOTRA : 프랜차이즈 해외 진출 지원(KOTRA 지식서비스팀 02-3460-7613), 지역 전문가 육성 과정 및 글로벌 마케팅, 해외전문인력 유치사업(KOTRA 해외취업팀 02-3460-7384), 시장조사 등 대행(KOTRA 시장조사팀 02-3460-7598), 해외 지식재산센터(IPDESK)운영 및 지식재산권 상담(KOTRA 지재권보호실 02-3460-3356)

- 한국프랜차이즈산업협회 : 프랜차이즈 국가별 해외 진출 전략, 프랜차이즈 해외 박람회 및 전시회 전문가 양성(02- 3471-8135~8)

- 특허청 지역지식재산센터 : 비영어권 브랜드 개발 지원, 해외출원비용지원(지역지식재산센터 대표번호 1661-1900)

- 한국지식재산보호원 : 지식재산권 소송보험 지원 및 IP 분쟁 초동 법률자문 지원(한국지식재산보호원 기반정보팀 02-2183-5825), 기업간 협의체 구축 및 공동대응 지원(한국지식재산보호원 분쟁예방팀 02-2183-5821)

- 중소벤처기업부 : 해외 민간 네트워크 활용 및 해외 규격인증 획득(중소벤처기업부 해외시장총괄담당관 042-481-6813)

2 진출유형

앞에서 언급했듯 현실적으로는 해외진출 유형을 명확하게 구분할 수는 없음. 예를 들어 해외진출 1호점은 국제가맹 형태로 운영하면서, 마스터 프랜차이즈 파트너를 탐색하거나, 현지 법인설립을 설립하여 직접지출을 하는 경우도 있어, 상황에 맞게 진행할 필요가 있음

본 교재에는 해외진출 유형은 계약방식이나 파트너 유무, 투자여부 등에 따라 다음과 같이 크게 4가지 유형으로 분류함

- ① 마스터 프랜차이즈(라이선싱)
- ② 합자(합작) 투자
- ③ 직접 진출
- ④ 국제 가맹

표 1-6 프랜차이즈 기업의 해외진출 방식 특징

| 진출형태 | 계약유무 | 투자코스트 금전코스트 | 현지사정 이해(정통)도 | 브랜드 관리 | 현지회사와 의 관계 | 현지대응 |
|--------------------|------|----------------|-----------------|---------------------|-----------------|-----------|
| 마스터 프랜차이즈 | 있음 | 없음 | 높음 | 현지기업 (파트너 기업) | 현지기업의 상황에 의함 | 현지 파트너 |
| 현지 법인 진출 방식 | 없음 | 있음 | 낮음 | 한국본부 | 현지법인 | 현지법인 |
| 합작 법인 진출 방식 | 있음 | 있음 | 높음 | 한국본사 의사반영 | 현지법인 | 합작법인 |
| 현지 가맹점 진출 방식 | 있음 | 없음 | 높음 | 한국본부 | 현지기업의 상황에 의함 | 한국본부 |
| 라이선싱 (기술제휴) | 없음 | 없음 | 낮음 | 한국본부 | 해외 거래처 | 한국본부 |

[참조. 프랜차이즈 해외진출 가이드_일본, (사)한국프랜차이즈협회]

< TIP >

- 해외진출 경험이 없거나 진출 인력이나 자금이 부족할 경우에는 마스터 프랜차이즈(라이선싱), 국제 가맹 진출유형을 추천함
- 해외진출유형의 구체적인 내용은 「aT한국농수산물유통공사의 해외진출외식 기업실무매뉴얼 MAPPS(Manual of A Global F&B Business Project Plan & Strategy)」에 자세히 설명하고 있어 꼭 참조하길 권함

※ 최근 해외진출 동향

최근 해외진출 시 마스터 프랜차이즈(라이선싱), 합자(합작) 투자, 직접 진출, 국제 가맹 등으로 정형화하지 않고, 직접 진출 후 마스터 프랜차이즈나 합작투자로 전환하거나 마스터 프랜차이즈로 진출했다가 파트너기업을 인수하여 직접진출로 전환하는 등 현지상황에 따라 복합적으로 운영하기도 함

뿐만 아니라 국가별 마스터 프랜차이즈를 제공하는 경우 마스터 프랜차이즈 라이선스를 받은 파트너가 무리하게 가맹 사업으로 뛰어들어 실패하거나 해당 지역 계약자가 자신들의 소수 매장만 개설하고 사업이 진행되지 않는 경우가 많아, 파트너가 직영점을 먼저 오픈하여 일정 지역 내에서의 브랜드 이미지를 올리는 작업과 함께 운영 매뉴얼의 세분화 및 수정 작업을 진행 하도록 유도하고 일정 수의 직영점 오픈이 되면 개발된 직영점을 매각하거나 신규 가맹사업자를 모집할 권리는 부여하는 단계별 계약 형태도 이루어지고 있음

그리고 프랜차이즈 계약 관계에 있어서 마스터 프랜차이즈, 국제가맹계약과 라이선

스 계약의 구별을 거부하고 통괄적으로 프랜차이즈 계약으로 보는 경향도 있음

가. 마스터 프랜차이즈(라이선싱)

(1) 개념

파트너사가 특정 지역 내에서, 일정 기간 동안 가맹본부의 프랜차이즈 시스템과 비즈니스 콘셉트를 독점 사용하며 스스로 매장을 운영하거나 가맹점을 모집할 수 있는 사업권 자체를 가지게 되는 진출 방식

(2) 장점

- 파트너사의 자금력이나 현지 네트워크, 경험 등의 우수한 조건을 활용할 수 있다면 현지에서 빠르게 사업을 확장할 수 있는 기회를 가짐
- 가맹 본부의 자금이나 인력을 비교적 적게 투입하므로 실패하더라도 재무적인 위험이 크지 않은 방식
- 법적인 절차, 문화적인 측면, 비즈니스 환경 등에서 파트너사가 중간 역할을 해주므로 적은 시행착오로 현지 시장의 정착이 가능

(3) 단점

- 가맹본부가 현지에서 통제력을 발휘하기 어려워 현지에서 브랜드 콘셉트와 표준 절차가 잘 구현되지 않거나 지켜지지 않을 수 있음
- 파트너사가 계약 사항을 제대로 이행하지 않는다고 하더라도 시간과 비용의 문제로 인해 법적 제재를 가하기가 쉽지 않음

(4) 적합한 경우

- 국내 또는 해외에서 프랜차이즈 기업으로서의 사업성이 검증되었으며, 특정지역에서 파트너를 통해 빠른 시스템 구축과 안정적 운영 및 사업 확장을 원하는 경우
- 문화적, 제도적 환경의 차이가 커서 현지에서 경험이 많은 파트너에게 의존하는 것이 유리한 경우
- 재정 자원은 부족하나, 프랜차이즈 시스템이 잘 갖추어져 통제할 수 있는 내부 역량이 충분한 경우

< TIP >

- **MAPPS** - “계약된 지역에서 우리 브랜드에 대한 ‘현지 본부’ 권한을 몽땅 주다”
- 마스터 프랜차이즈 방식은 중소기업뿐만 아니라 대기업에서도 가장 보편적으로 활용하는 형태임

※ 라이선싱 방식

라이선싱 방식은 기술제휴 방식이라고 하며, 노하우를 전수하고 그에 대한 로열티를 지불받는 소극적 형태의 해외진출 방식임

라이선싱 방식은 노하우와 제품만을 수출하는 방식이라 간편하고 리스크도 적으며, 통상 해외 기업으로부터의 요구에 의해 진행되기에 계약 조건을 유리하게 적용할 수 있는 장점이 있지만, 단순한 노하우와 상품의 제공만을 하기 때문에 현지 시장에서의 영향력이 적고, 안정된 시장이 형성되었을 경우 시장 지배력을 행사할 수 없다는 단점이 있음

보통 적극적인 해외진출을 하기 이전 진출국에서 시장 형성을 위하여 주로 사용됨.

나. 합자(합작) 투자

(1) 개요

가맹본부와 현지 파트너가 함께 합자(합작) 투자회사를 설립하는 형태로, 합자투자의 경우 자본투자 비율에 따라 경영권 및 이익 배분 등이 결정되며, 합작투자의 경우 자본투자가 아닌 계약 내용에 따라 결정됨

(2) 장점

- 가맹본부가 현지 사업에 직접 참여하여 브랜드 및 운영과 관련된 통제력을 행사할 수 있고, 가맹점 모집에도 신뢰성의 측면에서 유리
- 가맹본부의 운영 인력이 파견되므로 현지 비즈니스에 대한 자체적인 역량 향상 파트너의 역량, 네트워크 경험 등을 활용하여 사업 확장이 용이

(3) 단점

- 일정 부분의 자금 및 인력에 대한 부담이 있으며 현지 사업이 정착되기 전까지 지속적인 투자가 필요
- 다른 유형에 비해 계약 및 협상에 많은 시간과 비용이 들며, 현지 법률에 의한 제약과 분쟁 발생의 위험이 높은 편임

(4) 적합한 경우

- 법적으로 외국 기업의 단독 투자를 허용하지 않는 지역으로 진출하는 경우
- 장기적인 관점에서 가맹본부의 적극적인 참여를 통해 사업을 확장시키고자 하는 지역으로 진출하는 경우
- 비교적 적은 자본 투자를 통해 진출하면서, 브랜드 및 시스템에 대해 비교적 강한 통제권과 관리 권한을 가지고자 하는 경우

< TIP >

- **MAPPS** - “같이 투자하고 같이 운영하고 같이 벌다”
- 현지 파트너와 합자(합작) 투자 회사를 설립하고 상호 역할 분담을 통해 현지 사업을 운영해나가는 형태이며 주로 중견 기업에서 선호하는 방식

다. 직접 진출

(1) 개요

가맹본부가 외부 파트너의 도움 없이 현지에서 직접 사업을 운영, 준비과정부터 정착에 필요한 모든 비용과 인력을 직접 부담하며 현지 운영 및 사업 확장에 대한 책임도 모두 가맹본부에서 부담

(2) 장점

- 가맹본부의 브랜드 콘셉트와 표준 절차에 대해 통제 및 유지 가능
- 기본 시장조사 및 기획이 잘 이루어져서 사업이 성공적으로 진행된다면 중간 단계를 거치지 않으므로 가장 큰 수익을 얻을 수 있는 방식
- 장기적 투자의 측면에서 현지에서의 브랜드 및 시스템 구축 과정을 철저하게 관리 가능

(3) 단점

- 자금 및 인력 투입에 대한 부담뿐만 아니라 현지에서 발생하는 다양한 변수에 대한 위험을 전적으로 부담해야 함
- 파견 직원의 현지 문화에 대한 이해, 경험 정도 및 운영 역량에 따라 많은 시행착오를 거치게 되거나 이에 문제가 있을 시 사업 확장이 어려울 수 있음

(4) 적합한 경우

- 규모가 큰 대기업이나 자금력과 내부 역량이 잘 갖추어져 있어 현지에서 자체적인 경영이 가능한 경우

- 본격적인 해외 시장 진입에 앞서, 현지 시장에서 브랜드의 사업성을 검증하고, 장기적으로 프랜차이즈화 하기 위한 시스템을 갖추고자 하는 경우
- 노하우 유출을 피하기 위해 강력한 통제가 필요하거나, 법적으로 브랜드나 노하우 보호가 취약한 지역으로 진출하는 경우

< TIP >

- **MAPPS** - “파트너를 통해 나가지 않는다, 모든 것을 우리 돈으로, 우리 힘으로 나간다”
- 국내에서와 마찬가지로 현지에서 직접 사업을 운영하는 방식입니다. 향후 좋은 조건의 파트너 계약을 위해 직영점을 운영하는 초기 진출 전략으로도 활용할 수 있음

라. 국제 가맹

(1) 개요

국내에서의 가맹사업과 마찬가지로, 가맹본부가 가맹 사업자와 하나의 단위 가맹점 운영을 계약하는 형태로 국내 가맹본부가 현지 가맹점을 직접 관리하는 형태

(2) 장점

- 큰 비용을 들이지 않고 현지에 쉽게 진출할 수 있으며 이 가맹점을 시범점포로서 활용하면 현지 사업 확장의 기회로 활용 가능
- 국제 가맹을 할 파트너 선정부터 감독, 교육 등을 모두 직접 관리하므로 브랜드 및 표준 시스템 준수에 대한 통제 가능
- 국내에서 수출하는 장비나 식재료 비중이 높은 경우 이를 통한 수익을 극대화할 수 있음

(3) 단점

- 노하우 전수를 위해 소요되는 시간과 비용과 비교했을 때, 가맹점 계약이 많지 않을 경우에는 수익이 크지 않을 수 있음
- 다른 유형에 비해 계약 및 협상에 많은 시간과 비용이 들며, 현지법에 의한 계약과 분쟁 발생의 위험이 높은 편임

(4) 적합한 경우

- 진출 시장이 한국과 가깝거나 출장 및 체류 비용에 대한 부담이 크지 않아 관리 및 교육이 어렵지 않은 경우

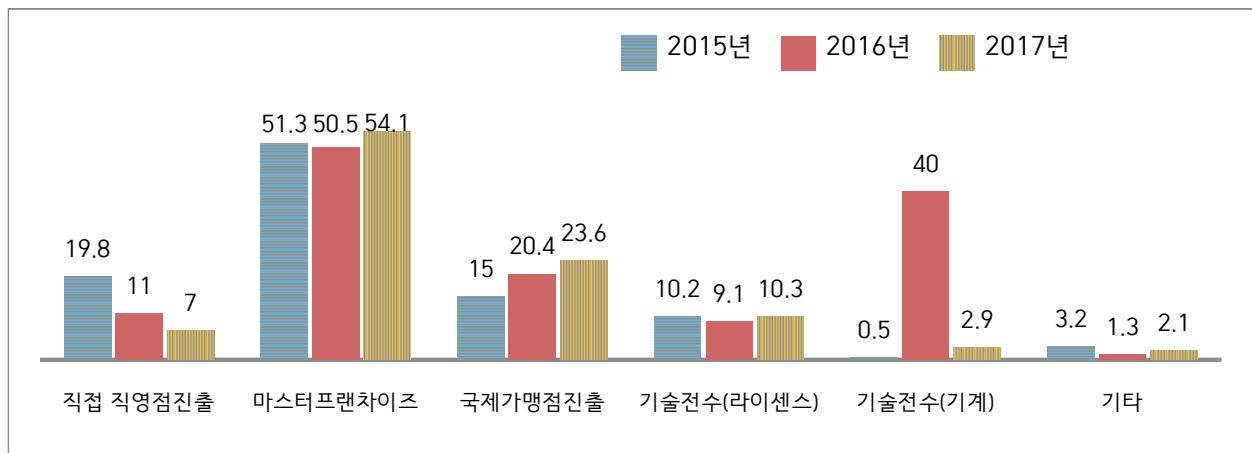
- 본격적인 현지 진출에 앞서 직접 투자나 파트너를 통한 진출이 어려운 경우에 국제 가맹점을 통해 사업성 검증 및 시범 점포로서의 전략적 운영

< TIP >

- **MAPPS** - “국내에서의 가맹점 계약처럼, 하나의 계약에 점포 하나”
- 현지에 가맹점을 직접 모집하여 운영하는 형태로, 적절한 마스터 프랜차이즈 파트너를 구할 수 없거나 직접 진출도 현실적으로 불가능한 경우에 전략적으로 국제 가맹점을 시범 점포 형태로 활용할 수 있음

실제 외식기업의 해외진출 유형을 볼 때 '마스터 프랜차이즈' 방식이 다른 유형보다 월등히 높으며, 그 외 국제가맹, 직접진출 등이 차지하고 있음

표 1-7 해외진출 사업유형



[참조. 2017 외식기업 해외진출 실태조사 보고서. aT한국농수산물유통공사]

< TIP >

- 외식기업의 유형별 해외진출 사례
 - 마스터 프랜차이즈(라이선싱) - 본촌치킨, 레드망고, 설빙
 - 합자(합작) 투자 - 투다리, Sizzler,
 - 직접 진출 - 탐앤탐스
- 「IV. 외식기업의 태국 진출전략 > 4. 태국 프랜차이즈 성공사례」 참조

진출유형을 결정하는 요인으로는 기업자체적인 내부요인과 진출국이나 파트너의 외부요인으로 구분할 수 있음

| 내부요인 | 외부요인 |
|---|----------------------------------|
| 1. 사업 목표 2. 재무 여건 및 관리 역량 3. 노하우에 대한 지원 및 통제 4. 물류 시스템 | 5. 현지 법률 및 시장 환경 6. 파트너 요구 조건 |

본 교재에서는 진출유형을 결정하는 요인 중에서 기업의 해외진출 Risk를 줄일 수 있는 법률 및 제도적 요인에 초점을 맞추어 설명함

| 법률, 제도 요인 | 조사항목 | 비고 |
|---------------|--|---|
| 투자 관련 법률 | 외국인 투자 제한 투자 관련 절차 해외 투자법인 제약 | 진출 형태가 변동될 가능성이 있음 |
| 프랜차이즈 관련 법률 | 프랜차이즈 등록 조건 프랜차이즈 등록 필수 여부 프랜차이즈 등록 시기 | 일부 국가의 경우 수익성 증명을 요구하는 등 프랜차이즈 등록이 까다로운 곳이 있음 |
| 외식 및 식품 관련 법률 | 위생 관리 식재료에 대한 승인 | 관련 사항을 지키지 못할 경우 법적인 제재가 강한 경우가 많음 |
| 세무 관련 법률 | 자금 송금 관련 사항 법인세를 포함한 기타 세금 | 국내 송금 시 세금 비중 확인 필수 |
| 부동산 관련 법률 | 부동산 계약 관련 법률 임대차 보호 관련 법률 | 부동산 계약에 문제가 생길 경우 영업 자체가 중단될 수 있음 |
| 수출입 관련 법률 | 수출할 식재료 및 물품에 대한 점검 관세 관련 사항 | 수출 관련 사항은 한 국가 내에서도 지역별로 다를 수 있음 |
| 노동 관련 법률 | 현지인 채용 비중 노동법 및 고용법 | 법률 준수하지 않을 시 처벌이 강한 국가들이 있으므로 주의 |

1 국가현황

가. 일반현황

(1) 일반



- 국명 : 태국 (The Kingdom of Thailand)
- 위치 : 동남아시아 인도차이나 반도
- 면적 : 약 510,800km² (한반도의 약 2배)
- 인구 : 6,918만명 (2018년 기준)

- 수도 : 방콕 (Bangkok) 면적 약 1,570km² (서울의 약 2.6배)
인구 약 850만 명 (2014년 기준)
- 민족 : 타이족(85%), 화교(12%), 말레이족(2%)
- 언어 : 태국어(공용어), 영어(상용어)
- 종교 : 불교(94.6%), 이슬람교(4.6%), 기독교(0.7%), 기타(0.1%)
- 정체 : 왕이 국가의 원수인 입헌군주제
- 주요도시
방콕(수도), 치앙마이, 핫야이, 팻타야, 푸껫 등

(2) 인구통계 및 정치, 문화현황

(가) 인구현황

- 인구는 대략 6,918만명 정도로, 타이족(85%), 화교(12%)이 대부분이고 그 밖에 말레이족(2%), 라오스, 인디언, 그리고 버마인들이 그 나머지를 차지하고 있음
- 태국은 60세 이상 인구는 2017년 1,220만 명(인구 17.0%)에서 2036년 1,952만 명(인구 30%)으로 증가 전망, 2005년 고령화사회 진입한 후 2021년 고령사회, 2031년 초고령사회로 진입 전망
- 소득 측면에서는 중위 및 중상위 소득계층이 가장 빠르게 증가하고 온라인 마켓 이용자가 확대되고 있음(2016년 인터넷 사용인구는 전년대비 11.2% 증가한 4,387만명으로 전체 인구의 66.5%)

< TIP >

- 중위 및 중상위 소득계층이 증가와 온라인 마켓 이용자가 증가에 따른 매장 마케팅 전략 수립이 필요
- 화교의 경제적 영향력이 높아 화교를 대상으로 초기 진출전략을 세울 필요가 있음

(나) 정치현황

- 태국은 국왕이 국가의 원수인 입헌군주제를 채택하고 있으며, 총리는 하원의원 중에서 하원의원 과반수이상의 찬성으로 선출하여 국왕이 임명하는 내각 책임제 국가이며, 양원제 국회를 갖추고 있음
- 2017년에 개정된 태국 헌법에 따라 상원의원은 국왕의 임명을 받은 날부터 최초 5년간은 250명으로 구성되며, 그 이후부터는 200명으로 구성되며, 하원은 선거에 의해 선출되는 375명의 지역구 의원과 정당별 득표율에 따라 배분되는 125명의 비례대표 의원 등 총500명의 의원으로 구성되며, 임기는 4년임
- 태국은 1932년에 사법권 독립을 헌법상 보장하였고 3심 제도를 갖추고 있음

< TIP >

- 태국 군사정부는 2014년 쿠데타로 집권 이후 2018년 말 총선 승리를 위해 경제성장을 최우선 목표로 두고 외국인 투자유치 등 다양한 정책을 시행

(다) 지형과 기후

- 태국은 세 개의 계절로 나뉘는 열대기후로 3월부터 5월까지의 덥고 건조한 날씨로 평균 기온은 34도 정도까지 올라가는 매우 더운 계절, 6월에서 10월까지는 평균 29도 정도의 날씨로 우기, 11월에서 2월은 낮에는 32도까지 올라가지만 아침과 저녁에는 20도 정도까지 내려가 선선한 계절로 구성됨

(라) 종교 및 언어

- 태국의 국교는 상좌부 불교 또는 남방불교(Theravada Buddhism) 로, 태국인들의 불교에 대한 신앙심은 대단히 높음. 남쪽 지역민들이 믿는 이슬람교를 비롯해 힌두교와 기독교 등의 종교를 가진 소수의 사람들이 있음
- 공식어는 태국어지만 상업영어도 통상적인 언어로 사용되고 있음

(3) 경제현황

- 아세안 12개국에서 인도네시아 다음으로 경제규모가 크고, 수출지향 경제(GDP의 70%)의 중진 개도국으로 아세안 중심국가(인구 6,910만 명, GDP 4,329억 달러, 1인당 GDP 6,265 달러(2017년 기준))

표 2-1 주요경제지표

| 주요지표 | 단위 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
|-----------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 명목 GDP | 십억 달러 | 399.2 | 406.9 | 432.9 | 458.9 |
| 1인당 명목GDP | 달러 | 5,799 | 5,899 | 6,265 | 6,633 |
| 실질성장률 | % | 2.9 | 3.2 | 3.0 | 3.3 |
| 실업률 | % | 0.9 | 0.8 | 0.7 | 0.7 |
| 소비자물가상승률 | % | -0.9 | 0.2 | 1.4 | 1.5 |
| 총수출 | 백만 달러 | 214.0 | 214.3 | 226.3 | 231.6 |
| 총수입 | 백만 달러 | 187.2 | 177.7 | 197.4 | 203.3 |
| 무역수지 | 백만 달러 | 26.8 | 36.5 | 28.9 | 28.4 |
| 외국인직접투자 | 억 달러 | 188.9 | 193.5 | - | - |

※주: 2017년은 추정치, 2018년은 전망치 기입

[자료: IMF, EIU, 태국중앙은행(BOT), 태국상무부(MOC)]

- 태국은 2016년 무역의존도 104.5로 무역의존도가 100을 상회하는 개방형 통상국가
- 우리나라와는 2010년 한-아세안 FTA 발효 이후 태국의 5대 수입국으로 부상. 전자, 철강 및 자동차부품 위주로 진출, 최근 프랜차이즈, 오픈마켓 진출 확대
- 태국은 인도차이나 중앙에 위치한 개방형 통상국가로 바트화 경제권의 중심국가로 미얀마, 라오스, 캄보디아 등과 국경무역이 활발하고 인근국과 무역 거래에 태국 통화인 바트화로 결제가능

< TIP >

- 인도네시아 다음으로 경제규모가 크고, 프랜차이즈 등 외국투자에 개방적임

나. 프랜차이즈 시장 현황

(1) 프랜차이즈 시장동향

- 태국은 외국 프랜차이즈에 개방적이며, 한류 영향으로 한국 프랜차이즈에 대해서도 우호적임

표 2-2 태국 프랜차이즈 수 추이

| | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016.11 |
|---------|------|------|------|------|------|------|---------|
| 프랜차이즈 수 | 187 | 216 | 268 | 316 | 384 | 438 | 491 |
| 증감률(%) | 15.5 | 24.1 | 18 | 17.9 | 21.5 | 14.1 | 12.1 |

[참조. Thai Franchise Center]

- 태국 정부는 태국 프랜차이즈 해외 진출을 적극 지원하고 있으며, 외국계 프랜차이즈 보유 업체들은 태국의 중산층 확대와 더불어 태국 프랜차이즈 시장으로 적극적으로 진입함. 외국계 프랜차이즈 중 미국계와 일본계가 높은 비중을 차지함
- 2016년 8월 기준, 세계 37개국에 22개의 태국 프랜차이즈가 영업 중에 있으며, 태국 상무부는 2018년까지 해외 진출 프랜차이즈 수를 300개까지 늘리는 것을 목표로 하고 있음

(2) 프랜차이즈 업종 및 특징

- 태국 내 프랜차이즈 시장에서 가장 큰 비중을 차지하는 것은 식음료 분야로, 식당(114개, 23.22%)과 음료 및 아이스크림(106개, 21.59%)이 전체 프랜차이즈의 45%를 차지함
- 식음료 다음으로는 교육 관련 프랜차이즈가 86개(17.52%)로 많으며, 서비스(38개), 자판기 등 사업기회 관련(37개), 베이커리(30개), 리테일(30개) 등의 순임
- 외국계 프랜차이즈는 패스트푸드, 양식, 아이스크림, 커피 등의 외식업이 주를 이루고 있음
- 외식업 외에 서비스업에서는 편의점 산업이 매우 발달해 있으며, 관광 서비스 관련 프랜차이즈가 계속해서 급증하고 있음

(3) 정부 인센티브 및 규제

- 세금 정책의 경우, 태국 내에서 소득을 발생시킨 기업(프랜차이즈 혹은 태국법인)이 외국에 송금을 하는 로열티의 15%를 징수함
- 기타 법인세 및 소득세 수입/출 세금의 경우 태국 내 일반 기업과 동일한 조건임
- 투자 세금 감면 및 보조금 등 프랜차이즈 산업을 위한 정부 인센티브 관련 특별한 사항은 없음(로열티 지불 시 소득세 감면정책 제외)

(4) 프랜차이즈와 지적 재산권 인가의 상호작용 관련 내용

- 프랜차이즈를 규율하는 직접적인 법률은 없지만, 프랜차이즈에 있어서 중요한 요소는 프랜차이즈 라이선스를 제공하는 측의 상표관련 내용이 중요함. 상표는 품질 관리 및 대중에게 상품 구입의 장소와 시간에 상관없이 믿을 수 있는 지표로 사용됨
- 상표 사용은 특정 인증을 받은 사람만 또는 상표 소유자가 권한을 부여한 사람만이 사용 가능하며, 등록된 상표의 소유자는 등록 이후 타인에게 사용을 허가할 수 있음(Trademark Office Registrar에 서류상으로 등록되어야 함)

(5) 한국 프랜차이즈업 진출 동향

- 우리나라 프랜차이즈는 2000년대 중반 화장품을 중심으로 진출을 시작해, 최근에는 화장품 이외에도 식음료 프랜차이즈, 교육 관련 프랜차이즈, 패션 프랜차이즈가 진출해 활발하게 영업 중임
- 한국 프랜차이즈 진출 형태는 태국 기업의 한국으로부터의 마스터 프랜차이즈 취득을 통한 운영 또는 한국 본사와 태국 기업 간의 합작투자를 통한 운영의 형태로 이루어짐 (프랜차이즈 기업은 서비스업 중 소매 또는 유통업에 해당해 외국기업 진출 시 투자 가능 최대 지분율은 49%로 제한돼 있음).
- 방콕 내 인기 쇼핑몰 및 커뮤니티, 라이프스타일 몰 등에 매장을 오픈한 뒤 방콕 근교를 거쳐 주요 도시를 중심으로 전국적으로 프랜차이즈가 확장되고, 마스터 프랜차이즈를 획득한 경우 베트남·라오스 등 아세안 지역으로 진출하는 경우도 있음.

(6) 마케팅 및 프로모션

- 2016년 1월 기준, 태국의 인터넷 사용자 수는 3,800만 명(인구의 약 58.5%), 페이스북 이용자 수 3,800만 명, 라인 이용자수는 3,300만 명으로 태국인들의 소셜 네트워크 사용률이 매우 높은 편임. 이에 따라 소셜 네트워크는 프랜차이즈 업계의 중요한 마케팅 및 프로모션 진행 수단으로 사용되고 있음
- 소셜 네트워크를 마케팅 및 프로모션에 적극적으로 활용할 필요가 있으나, 품질 및 서비스 등이 제대로 갖추어지지 않을 경우 소셜 네트워크상의 악평으로 사업에 지장을 줄 수도 있음에 유의해야 함

(7) 프랜차이즈 진출전략

- 태국 내 프랜차이즈 산업의 성패는 위치 선정, 가격 및 품질 관리, 적합한 전략 수립에 달려있음. 프랜차이즈 진출 시 가격 및 품질 관리뿐만 아니라 다양한 유통 경로를 통해 효과적인 프로모션 전략이 요구됨
- 태국인들은 특히 주말에 백화점 및 쇼핑몰에서 많은 시간을 보내며 최근에는 커뮤니티 몰 또는 라이프스타일 몰에서 많은 시간을 보냄. 따라서 고급 소비자를 타겟으로 하는 프랜차이즈의 경우, 커뮤니티 몰 또는 라이프스타일 몰에 플래그십 스토어(Flagship Store)나 1호점을 개점하는 경우가 흔함
- 대부분의 소비자가 한국 프랜차이즈를 접할 경우 일반 태국 프랜차이즈에 비해 고가인 점을 인식하고 있으며, 이와 동시에 가격에 부합하는 분위기, 맛, 품질, 서비스 등에 대한 기대치가 높은 편임
- 뿐만 아니라 소셜 네트워크를 통해 소비자들의 호·불평에 관한 정보 공유가 더욱 쉬워진 만큼, 가격이 비싸다는 인식을 상쇄시킬 수 있는 우수한 품질 및 서비스 제공은 더욱 필수적임

< TIP >

- 태국 프랜차이즈 시장은 규모가 크고, 외국 프랜차이즈에 개방적임
- 대부분의 소비자가 한국 프랜차이즈를 접할 경우 일반 태국 프랜차이즈에 비해 고가인 점을 인식
- 태국의 프랜차이즈 산업은 한국과는 달리 본사-가맹점 체제가 아닌 프랜차이즈 본사에서 직영으로 점포를 운영하는 것이 일반적임
- 한국 프랜차이즈 본사에서는 마스터 프랜차이즈 계약을 요구하는 반면 태국기업은 합작법인을 선호하고 있기 때문에 계약성사가 쉽지 않음

2 특수상황

가. 아세안 진출의 허브 역할

(1) 인도차이나 중앙에 위치한 개방형 통상국가로 바트화 경제권의 중심국가

- 아세안 중 가장 개방된 통상국가로서 아세안경제공동체(AEC) 외에도 15개국과 양자 또는 아세안 차원에서 FTA 체결. 역내 포괄적 경제동반자 협정(RCEP) 협상에 참여 중이며, 파키스탄, 터키, 홍콩과 협상 단계, EU, EFTA와는 협상 재개 가능성. 아세안 및 태국의 FTA 체결국(인도·중국·베트남 등)의 글로벌 밸류체인 진입 및 우회수출을 위한 현지 투자진출 유망
- 미얀마, 라오스, 캄보디아 등과 국경무역이 활발하고 인근국과 무역 거래에 태국 통화인 바트화로 결제가능

(2) 일본·중국의 태국 진출 확대로 경쟁 격화

(가) (일본) 전통적인 태국 투자 1위 국가로 견고한 제조기반 구축

- 태국 제조업 투자 절반이 일본계 기업으로 태국을 '리틀저팬(Little Japan)'으로 명명. 방콕-치앙마이 고속철 사업 등 인프라 및 발전 사업 투자도 확대
- 서비스 시장에서는 적극적인 M&A를 통하여 현지시장 진출 확대

(나) (중국) 태국의 교역 1위 국가로 일대일로(一帶一路, 21세기 해양 실크로드)와 연계한 고속철도 프로젝트 등 인프라 진출 확대

- 중국과 직접 연결되는 육·해상 수송로로 개발하여 전략적 진출거점으로 활용
- 아세안 내 화교세력 적극 활용, 인프라 시장 진출 확대 모색

(3) 중국 대체시장으로 부상하는 태국 진출 확대

- 태국은 아세안에서 인도네시아와 더불어 한류 인기와 성장도가 가장 높은 국가로 국수주의로 인한 반한감정에 따른 한류쇠퇴 위험성이 낮은 상황. 한류의 아세안 시장 수출 수혜품목은 의류, 화장품 및 식품 순(의류, 화장품, 식품 등 한류상품의 대 아세안 수출은 2018년 기준 최근 5년간 연평균 14.7% 규모로 성장)

- 중국 인건비 상승과 맞물려 최근 중국에서 태국으로 생산기지 이전 추세

< TIP >

- 태국은 지리적으로 인도차이나 중앙에 위치한 개방형 통상국가이고, 미얀마, 라오스, 캄보디아 등과 국경무역이 활발하고 바트화로 결제가 가능하며, 상용적으로 영어가 사용되어 동남아 진출의 허브역할을 할 수 있음
- 마스터 프랜차이즈를 획득한 경우 베트남·라오스 등 아세안 지역으로 진출하는 경우도 있음

나. 태국 할랄시장

(1) 할랄시장

- 태국은 전체 식품의 25%를 할랄제품으로 생산하며, 약 68억불의 할랄식품을 수출. 그 중 80%는 곡물 및 신선 품목으로 구성되어 있음.
- 태국 식품 대기업에서 주로 수출하고 있으며, 태국 유명 식품 대기업 CP (Charoen Pokhaphand)가 태국의 할랄식품 수출의 대표적인 기업으로 닭, 오리 등의 가공류 및 냉동 새우, 냉동 즉석식품 등 다양한 제품 수출, 무슬림 인구가 많은 말레이시아에 공장을 지어 할랄 식품 수출 본격화함
- 태국 할랄식품 인증은 태국 이슬람 중앙회 (The Central Islamic Committee of Thailand)에서 주관하고 있음



(2) 태국 이슬람 중앙회

- 2003년 8월 설립된 이슬람 종교 기관으로 Halal 식품 신청, 접수, 승인 기관
- 태국 식품산업 진흥을 위해 태국 정부로부터 전격 예산 지원받음
- 할랄 기준·규정을 연구 및 승인 관련 업무를 추진
- 태국의 할랄 식품 산업의 발전 및 진흥을 위하여, 이슬람 규정을 준수하여 인증을 엄격히 관리하며, 국제적인 인정을 받기 위하여 노력

- 수출 기회 확대와 제품의 질적 향상을 위하여 할랄 식품 전문가 양성 및 교육·트레이닝 제공
- 할랄 로고를 제작하여 할랄 인증 절차를 통과한 제품에 한하여 정식으로 로고 부착 승인
- 적절한 법률 및/또는 규정을 적용하여 할랄 제품 및/또는 할랄 로고오용에 관한 공적 불만사항 처리
- 사이트 : <http://www.cicot.or.th/2011/main/>

다. 한류 열풍

- 태국은 인도네시아와 더불어 동남아 한류열풍의 진원지
- 태국은 한류의 인기와 성장도가 가장 높은 국가로 드라마와 K팝 인기 지속 (2001년 '가을동화' 방영을 시작으로 태국 다수 방송국에서 한국 드라마 방송 중)
- 한류 확산에 따른 한국 상품에 대한 긍정적 이미지 조성에 따라 화장품, 식품, 콘텐츠, 프랜차이즈 등의 진출이 증가

표 2-3 한류 인기도와 성장에 따른 국가분류

| | | | | |
|-------------------------|-------|-------------------------------|---|-----|
| 한류심리지수 ↑ 성장도 ↓ | 고 성장 | 카자흐스탄 말레이시아 아르헨티나 미국 | 인도네시아 태국 | |
| | 중간 성장 | 독일 폴란드 브라질 | UAE,우크라이나 인도,영국, 캐나다 터키,러시아 우즈베키스탄,프랑스 호주,남아공, 대만 | |
| | 쇠퇴 | 멕시코 이란 | 일본 | |
| | | 소수관심 | 확산 | 대중화 |
| | | 한류현황지수 인기도 | | |
| | | [출처. 한국문화산업교류재단] | | |

- 2018년 한-태 수교 60주년을 한류 확산과 한류마케팅 계기로 활용

- 한-태 수교 60주년 행사를 한류 마케팅과 연계하여 추진
- 태국에서 높아진 한류를 경제적 성과로 연계하기 위한 화장품, 식품 등 고급소비재 시장 진출 확대
- 프랜차이즈, 콘텐츠, 게임 등 서비스 분야 한류마케팅도 추진

<  TIP >

- 태국은 인도네시아와 더불어 동남아 한류열풍의 진원지로 한류를 중심으로 해외진출 사업계획과 마케팅 계획수립 필요

1 진출 시 프랜차이즈 주요 법률

가. 프랜차이즈 관련 법률 소개

(1) 태국 프랜차이즈 법률

- 태국에는 프랜차이즈를 특별히 규율하는 법률은 없으며, 현재 소매 및 프랜차이즈에 관련한 법안이 준비 중에 있음
- 태국에서 아래와 같이 상거래와 관련한 계약이 프랜차이즈 형태의 사업에도 적용되고 있음
 - 상표법 : Trademark Act 1991, Trademark Act(No.2) 2000
 - 특허법 : Patent Act 1979, Patent Act(No.2)
 - 저작권법 : Copyright Act 1994
 - 공정거래법 : Trade Secret Act 2002
 - 경쟁법 : Trade Competition Act 1999
 - 세법 : Revenue Code 1938
 - 계약법 : Unfair Contract Terms Act 1997
 - 외국인 사업법(FBA, Foreign Business Act)
- 프랜차이즈를 특별히 규율하는 법률이 없기에 가맹본부와 가맹점 간 쌍방이 대등한 조건으로 체결하는 계약에 대해서는 특별한 규제가 없으며, 다른 사업과 마찬가지로 태국에서의 프랜차이즈 사업도 거래 당사자 간 권리와 의무가 계약에 의해서 효력을 발생하며, 계약의 내용이 해당 프랜차이즈 사업방식과 밀접하게 관계되어 있음
- 상기 각 법률들이 프랜차이즈와 관련한 계약 체결에 영향을 미칠 수 있으나, 일반적으로 가맹본부와 가맹점 간 계약이 체결되면, 공공정책에 명백하게 반하지 않는 이상 태국 법원이 제한하는 경우는 없음

< TIP >

- 태국에서는 현재 프랜차이즈 관련 법률이 없으며 일반 상거래 관련 법률에 따름

(2) 국회 계류 중인 프랜차이즈 법안(FBA)

- 태국에서도 프랜차이즈 산업이 활성화되고 있지만, 이 분야를 직접 관할하는 부서가 지정되어 있지 않고 법안(FBA)이 마련되어 있지 않은 상황으로 태국 가맹사업자 및 독립 자영업자들로부터 관련 법률(안)이 제안되어 준비 중인 상황임
- 법안은 가맹본부보다 가맹점을 보호하는 취지작성 되었으며, 프랜차이즈 계약의 공정성, 과장광고 금지, 프랜차이즈 등록 등을 골자로 하고 있으며, 주요 내용은 아래와 같음
 - ① 가맹본부와 가맹점은 사업운영에 관한 규칙을 따라야 함
 - ② 프랜차이즈 소유권자는 프랜차이즈 운영에 관한 필요한 자료를 공개할 의무가 있음
 - ③ 계약한 것보다 더 많은 대가를 요구하는 것을 금함
 - ④ 분명한 사업 지침서를 보유하고 있어야 함
 - ⑤ 가맹본부로부터 장비나 상품 또는 서비스를 임대하거나 할부하도록 강요하는 것을 금함
 - ⑥ 프랜차이즈 협정서는 서면으로 표기되어야 하며, 법률에 따라 자세한 사항이 표기되어야 함
 - ⑦ 프랜차이즈 소유권자는 운영자에게 매뉴얼을 제공해야 함
 - ⑧ 가맹점은 전국적으로 단일한 기업의 외관과 통일성을 유지하고, 양질의 상품이나 서비스의 품질을 유지하고 가맹본부의 상표에 대한 명성과 영업권을 보호하고 그러한 상표 아래에서의 영업표준의 동일성을 유지하기 위하여 매뉴얼에 일치하도록 행동하여야 함
 - ⑨ 프랜차이즈 사업을 운영함에 있어 태국상황에 부합치 않을 경우 소유권자는 프랜차이즈 사업을 할 수 없음
 - ⑩ 가맹점은 사업관련 자료를 공개하는 것을 금함
 - ⑪ 태국 상무부에 사업운영을 등록해야 하며, 다음과 같이 법률이 요구하는 서류 등을 구비해야 함
 - 등록 신청서
 - 프랜차이즈 사업운영 협의서

- 근로매뉴얼
- 프로모션과 프랜차이즈 사업 운영에 관한 사업계획서

- ⑫ 등록 신청서를 제출하기 전에 프랜차이즈가 두 개의 프랜차이즈 비즈니스 콘셉트를 수익적으로 운영해야 한다는 중국의 모델(중화 인민 공화국 상업부의 상업 프랜차이즈에 관한 행정 조치 및 2007년 프랜차이즈 규정에 요약되어 있음)로 적어도 2년 운영하여야 함
- ⑬ 프랜차이즈 운영자는 프랜차이즈 운영기간 중 관련 협정에 부합하지 않거나 또는 여타 이유로 부적격 할 경우 '행정제재 고려위원회'에 프랜차이즈 취소 명령을 검토 요구할 수 있음
- ⑭ 이 법안은 프랜차이즈 가맹점(소유자)이 태국 이외의 국가에 소재하고 있을 경우에 대해서는 적용하지 않음. 외국 프랜차이즈 가맹본부와 태국 가맹점 간의 프랜차이즈 계약은 이 법의 규율사항이 아님

< TIP >

- 현재 프랜차이즈관련법률(FBA)이 국회에 계류 중에 있으며, 중국 프랜차이즈 관련 법률과 유사할 것으로 예상됨

※ 참조 : 중국 프랜차이즈 법률 주요내용(상업특허경영 관리조례)

○ 프랜차이즈 사업 조건

- 중국에서 프랜차이즈를 운영하기 위해서는 기본적으로 2곳 이상의 직영점을 확보하여야 하며, 영업기간은 1년을 초과하여야 함(2+1)
- 성숙한 경영방식 및 교육 등의 서비스를 제공할 능력 보유
- 상기 두 곳의 사업장은 가맹본부, 외국 프랜차이즈 가맹본부, 또는 계열사(계열사가 가맹본부가 직접 관리하는 자회사이고 해당 자회사의 대주주가 프랜차이즈 가맹본부인 경우에 해당)가 소유하여야 함
- 중국에서 프랜차이즈를 운영은 법률에 따라 기업 이외의 기타 조직과 개인은 가맹사업에 종사할 수 없음

○ 프랜차이즈 사업 등록

- 프랜차이즈 기업이 중국에서 가맹사업을 운영하기 위해서는 첫 계약일로부터 15일이 내에 상무주관부서(MOFCOM)에 프랜차이즈 등록하여야함

- 성·자치구·직할시내에서 가맹사업에 종사하는 경우에는 소재지의 성·자치구·직할시 정부의 상무주관부서에 등록하여야 하며, 성·자치구·직할시범위를 벗어난 가맹사업은 국무원상무주관부처에 등록하여야 함

○ 가맹계약서 필수 기재사항

가맹본부는 가맹점사업자와 서면으로 아래의 내용이 포함된 계약서로 진행하여야 함

- ① 가맹본부·가맹점 사업자의 기본상황
- ② 가맹사업의 내용·기한
- ③ 가맹사업비용, 내역, 금액, 지불방식
- ④ 경영지도·기술지원 및 업무교육 등 서비스의 구체적인 내용 과 제공방식
- ⑤ 제품·서비스의 품질, 표준 및 보증조치
- ⑥ 제품, 서비스의 판매, 홍보
- ⑦ 가맹사업 중의 소비자권익보호와 배상책임 부담
- ⑧ 가맹사업 계약의 변경, 해지 및 종료
- ⑨ 위약책임
- ⑩ 분쟁해결방법
- ⑪ 가맹본부와 가맹점사업자간에 약정한 기타사항

○ 법정 가맹계약 기간이 존재

- 가맹사업 계약기간은 3년 이상으로 함. 다만, 가맹점사업자가 동의하는 경우에는 예외로 하며, 계약을 연장하는 경우에는 상기의 규정을 적용하지 아니함

○ 사전 정보 및 가맹계약서 견본 제공 의무

- 상업특허경영(프랜차이즈) 관리조례(商业特许经营管理条例)에 따르면 가맹본부는 가맹계약일로부터 30일 전에 서면으로 가맹점사업자에게 아래의 내용이 포함된 정보와 가맹계약서 견본 등을 제공하여야 함

○ 매년 실적 보고 및 수시 변경사항 보고

- 가맹본부는 매년 1/4분기에 전년도의 아래의 가맹사업 계약실적보고서를 상무주관부서에 보고해야 함
- 가맹본부는 신고 정보에 변경사항이 발생하는 경우, 해당 변경이 발생한 날을

기준으로 30일 이내에 신고 내용의 수정을 해당 기관에 신고하여야 함

○ 상표나 특허 규정은 별도 상표 및 특허규정 적용

- 가맹사업 중 상표허가·특허허가와 관련 되는 경우에는 상표, 특허관련법, 행정법규의 규정에 따라 처리함

○ 가맹점사업자의 의무규정

- 가맹점사업자는 가맹본부의 동의 없이 타인에게 가맹사업경영권을 양도할 수 없음
- 가맹점사업자는 가맹본부의 영업비밀을 타인에게 누설하거나 타인이 사용토록 허용해서는 안됨

○ 프랜차이즈 사업의 정의

- 프랜차이즈사업(이하가맹사업) 이라 칭함은 등록상표·기업표지·특허·특허기술 등의 경영자원을 소유한 기업(이하 가맹본부)이 계약형식으로 경영자원을 제3자(이하가맹점사업자)가 사용하도록 허락하여, 가맹점사업자가 계약약정방식에 따라 사업활동을 경영하고 가맹본부에게 가맹사업비용을 지불하는 경영활동을 지칭함

(3) 경쟁법(Trade Competition Act)

(가) 경쟁법 개념

- 경쟁법은 부당한 가격 설정 등 시장지배적 지위의 남용 규제(제25조), 독점이나 불공정한 거래를 초래하는 합병과 계약 관계 규제(제26조, 제27조), 개인적 소비를 위한 병행 수입을 제한하는 행위의 금지(제28조), 공정하고 자유로운 경쟁을 해하는 행위의 금지(제29조) 등 규제를 가하고 있으며 시장점유율이 75%가 넘는 기업에 대해서는 이를 시정하기 위한 조치를 할 권한을 공정거래위원회에 부여하고 있음(제30조).
- 경쟁법 위반 사항에 대해서는 공정거래위원회 산하 조사위원회의 조사를 거쳐 검사가 형사적 제재뿐만 아니라 비형사적 제재 조치도 취하며 형사적 제재에 대해서는 법원에 제소할 수 있습니다. 형사적 제재는 3년 이하의 징역과 6백만 바트 이하의 벌금에 처해질 수 있으며 반복적 위반의 경우 이 처벌 상

한이 2배로 늘어남.

- 기업에 대해 위반 행위의 시정을 직접 명령하는 경우는 특별 조사위원회를 거치며 이에 불복하는 당사자는 재심 위원회에 불복할 수 있으며 역시 법원에 제소를 할 수 있음. 시정하지 않은 위반행위에 대해서는 1년 이상 3년 이하의 징역과 2-6백만 바트의 벌금 및 위반 지속 일수 하루 당 5만 바트까지 벌금에 처해질 수 있음

(나) 프랜차이즈 관련 내용

- 프랜차이즈 기업이 가맹점을 모집하거나 공급업체를 선정할 때, 경쟁법은 특정 상품이나, 특정 서비스 시장에서 독점, 경쟁저해, 또는 경쟁제한에 해당하는 행위를 금지 혹은 제한하고 있음. 뿐만 아니라 프랜차이즈 기업과 가맹점간의 담합행위가 포함되며, 이는 태국 무역위원회의 사전 승인을 구해야 함
- 태국 경쟁법은 프랜차이즈 기업이 가맹점과 독점, 경쟁제한, 또는 특정 제화 또는 용역시장에서의 경쟁제한에 관한 아래의 행위를 금지하고 있음
 - 판매가격 담합, 또는 판매량 제한하는 행위
 - 구매가격을 단일가격으로 담합하거나, 구매량을 제한하는 행위
 - 시장지배력 또는 통제력을 갖게 되는 계약을 체결하는 행위
 - 일방이 입찰에서 이기거나, 일방이 입찰에 참여하지 못하도록 입찰조건을 담합하는 행위
 - 각 사업자가 재화를 판매하거나 용역을 제공할 수 있는 지리적 영역 또는 고객을 지정하는 행위 등

(4) 기타 법률

(가) 지식재산권 관련 법률

- 상표법 : Trademark Act 1991, Trademark Act(No.2) 2000
 - 태국은 1914년 상표법을 시행하였으나 등록된 상표는 거의 없었다가, 외국과의 교류가 활발해지면서 외국기업의 자국 상표를 태국에 등록하여 줄 것을 요청하면서 새롭게 제정되었음
 - 2000년 태국 상표법은 총6장 116조로 구성되어 있으며, 제1장은 상표(제1조~제79조), 제2장은 서비스표 및 증명표장(제80조~제93조), 제3장은 집합표장(제94조), 제4장은 상표심판원(제95조~제102조), 제5장은 보칙(제103조~제106조), 제6장은 벌칙(제107조~제116조)로 구성되어 있음
- 특허법 : Patent Act 1979, Patent Act(No.2)
 - 1979년 특허법이 제정되고, 1992년 개정되어 의약품 특허권인정, 특허권 존속기간 연장, 강제실시권 등이 추가되었으며, 1995년 '무역관련 지적재산권

에 관한 협정(Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights, TRIPs)이 발효되고 회원국이었던 태국은 이에 맞게 특허법이 개정되었고, 1999년 내국민 대우, 강제실시권 개선, 실용신안 도입 등 포함하여 개정됨

- 1999년 태국 특허법은 총6장 88조로 구성되어 있으며, 부제(제1조~제2조), 제1장 예비조항(제3조~제4조), 제2장 발명에 대한 특허(제5조~제55조), 제3장 디자인 특허(제56조~제65조), 제3장의2 소특허, 제4장 특허위원회(제66조~제74조), 제5장 기타규정(제75조~제80조), 제6장 벌칙(제81조~제88조)로 구성됨

○ 저작권법 : Copyright Act 1994

- 1901년 영국 저작권법의 영향을 받아 저자의 소유권에 관한 법률이 제정되었으며, 1931년 국제적 기준을 수용하여 '문학예술작품 보호법'으로 개정되었고, 1983년 저작권법으로 대체됨. 이후 1994년 태국은 세계무역기구(WTO) 가입에 따라 기존 저작권법 대신 이 제도에 부합하는 새로운 판권 조례를 규정하여 시행하고 있음
- 저작권법은 총 8장 78조로 구성되어 있으며, 무제(제1조~제5조), 제1장 저작권(제6조~제43조), 제2장 출연자의 권리(제44조~제53조), 제3장 특별한 경우에 저작권 사용(제54조~제55조), 제4장 저작권위원회(제56조~제60조), 제5장 국제저작권과 출연자의 권리(제61조), 제6장 저작권 및 출연자에 대한 소송권(제62조~제66조), 제7장 담당공무원(제67조~제68조), 제8장 벌칙(제69조~제77조), 경과규정(제78조)로 구성됨

(나) 외국인 사업법(FBA, Foreign Business Act)

- 1972년에 군사 정권하에서 외국인이 운영하는 사업을 규제할 목적으로 제정됐으나, 외국의 자본·기술 도입을 촉진하고 규제를 완화하기 위해 1999년 부분 개정되어 2003년 3월부터 시행
- 외국인 사업법은 태국 진출 시 출자비율에 큰 영향을 주므로 외국투자자에게는 매우 중요한 법률임. 이 법에서는 규제 업종을 3카테고리 43업종으로 분류해 이들 업종에 대한 '외국인'의 투자를 규제하고 있는데, 계획하고 있는 사업이 외국인 사업법상 규제 대상인지, 또 어느 카테고리에 들어있는지를 확인해서 외국인 사업 허가를 받을 것인지 등을 결정해야 함
- 외국인 사업허가를 받기가 어렵다고 판단되면, 태국인 합작 투자자를 찾아서 51:49의 자본구조로 사업을 진행해야 함

2 기업설립 및 인허가

가. 기업설립

(1) 투자진출 진입장벽

- 태국 정부는 외국인 투자유치 확대를 통해서 경제성장을 도모하고 있으며, 2002년부터 AFTA가 발효되면서 ASEAN 국가간 관세가 철폐되고 자유무역 지대가 형성되어, 태국은 지역수출 거점으로서 전략적 가치가 높음.
- 하지만, 태국 '외국인사업법(Foreign Business Act, 1999)'은 외국인의 태국 내 사업의 업종별로 인·허가 절차를 상이하게 규정하고 있어 주의가 필요함
- 외국인 투자제한 업종 규제 : 태국 정부는 외국인 사업법 제8조에 따라 3개 업종군으로 나누어 투자를 금지하거나 투자지분 제한.
※ 자본금 1억 바트(34억 원) 이상일 경우 100% 지분 투자 가능

표 3-1 외국인사업법에 따른 외국인 투자규제 업종

| | 제한 내용 | 업종 |
|------------------------|---|---|
| Category A (List 1) | 외국인 50% 이상 소유 금지 | 신문, 방송, 농업, 축산, 임업, 어업, 토지거래 등 특별한 이유로 금지하는 9개 업종 |
| Category B (List 2) | 외국인 50% 미만 소유, 다만 각료 회의 동의하에 60% (또는 75%)까지 가능 | 군수물자 제조, 운송, 양잠, 설탕제조, 광산업 등 국가 안보/예술/수공예자원/환경 분야 16개 업종 |
| Category C (List 3) | 외국인 50% 미만 소유, 다만 예외적으로 외국인 사업허가(FBL)를 얻으면 100% 소유 가능 | 회계, 법률, 건축, 엔지니어링, 브로커 및 대리점업, 합판제조 등 태국산업 보호를 위한 서비스업 중심의 21개 업종 |

[자료: 한·태 상공회의소 태국 투자길라잡이]

- 태국 상무부는 2017년 6월 9일 장관령을 통해 외국인 사업법(Foreign Business Act)의 규제 대상이었던 일부 사업의 규제 해제(금융기관, 자산관리 사업, 비자 및 고용허가 관련 사업, 국영기업과의 계약에 따라 운영되는 사업 등의 외국인 사업 규제 폐지)
- 한국계 서비스업 진출 제한, 비자 및 노동허가 등의 아래와 같은 애로사항이 있음

표 3-2 태국 현지투자 애로 사례

| | |
|------------------------|--|
| 외국계 금융기관 자본금 과다 | - 외국계 금융기관의 설립 자본금은 200억 바트(6,800억 원)로 과다하여 우리나라 은행 진출에 애로 * 산업은행은 2013년 11월부터 연락사무소 형태로 운영 중 |
| 한국계 서비스업종 부재로 인한 애로 | - 한국계 은행 부재로 우리 진출기업의 자금조달에 애로 - 태국 현지투자 진출을 위해서는 부동산, 법률, 회계 등 현지 진출에 필요한 다양한 업종에 우리기업의 진출이 필요하나 현지 진출에 제한 |
| 비자 및 노동허가 | - 외국인 1명당 자본금 2백만 바트(6,800만 원)과 태국 현지인 4명 고용 의무화 - 체류비자 및 노동허가 발급에 시간과 비용 과다 소요 |

< **Tip** >

- 태국에서 외국인은 개인사업자로 활동할 수 없음
- 외국인사업법에 따른 외국인 투자규제 업종에 따른 외국인 지분소유 제한이 있음(50% 이상 소유금지)
- 비자발급 시간이 길고 비용이 과도하며 외국인 노동허가증도 외국인 1명당 태국인 4명 의무고용 조건을 충족해야 발급 가능
- 식품, 의약품, 화장품, 의료기기 등을 수출하기 위해서는 태국 식약청(FDA) 등록이 필수이나 최소 2개월에서 최대 6개월이 걸리고 과도한 서류 제출을 요구
- 태국진출 시 법인으로 진행하여야 하기 때문에 의사 결정을 위해 최소 획득해야 하는 지분구조와 경영참여의 정도, 의결권과 의결정족수, 분쟁 발생 시 중재를 위한 규정, 과실 송금 문제, 인원 파견 및 합작 시 주재원 허가 및 지위, 임금 지급 등 계약 작성 시 주의해야 함

(2) 외국인 진출형태별 절차

- 법인 설립 및 기업 등록
태국 내 모든 기업은 상법(Civil and Commercial Act)에 따라 반드시 상무부 상업등기소(Department of Commercial Registration)에 등록을 해야 함

(가) 조세 등록

법인 설립 이후 60일 이내 국세청(Revenue Department)에 조세 등록(Tax registration)을 해야 하며, 이 절차가 끝나면 국세청은 Tax I.D. Card를 발급함. 년 60만 바트 이상의 소득을 올리는 사업의 경우는 60만 바트의 매상을 달성한 30일 이내에

VAT 신고를 위한 등록을 해야 함

(나) 공장 설립 허가

공장은 공장의 규모에 따라 허가가 필요 없는 공장, 운영개시 전에 신고해야 하는 공장, 개업 전 반드시 허가를 받아야 하는 공장 등 3가지로 분류됨. 통보 또는 허가가 필요한 공장은 공장법(Factory Act)에 따라 공장 운영 개시 전 공업부(Ministry of Industry), 공업장국(Department of Industrial Works) 또는 IEAT(Industrial Estate Authority of Thailand)에 통보 또는 허가를 받아야 함

(다) 노동허가(Work Permit) 발급

주재원의 노동허가는 노동부(Ministry of Labour)나 BOI 의 One Stop Service Center를 통해 받을 수 있음

(라) 토지 소유 허가

외국인 소유 지분이 50%이상인 기업이 공장부지 등의 토지를 소유하기 위해선 BOI (Board of Investment)나 토지국(Department of Land)으로부터 토지소유에 대한 허가를 받아야 함

(마) BOI(Board of Investment) 투자장려 혜택 신청

- BOI는 외국인 투자유치를 위해 각종 투자 장려 혜택을 주고 있다. 이러한 BOI의 각종 투자장려 혜택을 받기 위해선 BOI에 투자장려 혜택을 신청해야 함
- BOI의 투자장려혜택 신청은 법인을 설립한 이후 또는 법인 설립 이전에도 가능함

표 3-3 법인설립 허가기관

| 투자허가기관 | 권한 |
|---|--|
| Thai embassy in abroad | Holding Non-immigrant visa before applying Work Permit |
| Ministry of Labor (in Thailand) | Applying Work permit |
| Department of Commercial Registration, Ministry of Commerce | Company registration |
| Revenue Department of Thailand | Tax purpose |

[자료: 2008. 태국진출기업을 위한 세무안내, 국세청]

< TIP >

- 외국인 소유 지분이 50%이상인 외국기업이 BOI (Board of Investment)나 토지국(Department of Land)로부터 허가를 얻어 토지를 소유할 수 있지만 매우 까다로움

(3) 외국인사업법(1999년)의 주요내용

(가) 정의

| 외국인 사업법 | FOREIGN BUSINESS ACT |
|---|--|
| 제4조 이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다. "외국인"이라 함은 (1)태국 국적을 갖지 아니한 자연인 (2)태국에서 등록하지 않은 법인 (3)태국에서 등록하고 다음과 같은 형태를 가진 법인 (a)제(1)항 또는 제(2)항에 해당하는 개인 혹은 제(1)항 또는 제(2)항에 해당하는 법인이 자본인 주식의 절반 이상을 소유하고 있는 법인 (b)제(1)항에 해당하는 업무집행사원 또는 관리자가 있는 합자회사 또는 등기된 합명회사 (4) (1), (2) 또는 (3)에 해당하는 개인이 자본인 주식의 절반 이상을 소유하고 있거나 (1), (2) 또는 (3)의 개인이 법인 자본 총액의 절반 이상을 투자하고 있 | Section 4. In this Act, "foreigner" means: (1) a natural person who is not of Thai nationality; (2) a juristic person not registered in Thailand; (3) a juristic person registered in Thailand, being of the following descriptions: (a) being a juristic person at least one half of capital shares of which are held by persons under (1) or (2) or a juristic person in which investment has been placed by the persons under (1) or (2) in the amount at least equivalent to one half of the total capital thereof; (b) being a limited partnership or a registered ordinary partnership the managing partner or the manager of which is the person under (1); (4) a juristic person registered in Thailand at least one half of the capital shares of which are held by persons under (1), (2) or (3) or a juristic person in which investment has been placed by the persons under (1), (2) or (3) in |

는 태국 국내에서 등기한 법인 용어 정의에 도움이 되도록 주주에게 발행한 종류의 주권이 있는 유한회사의 주식은 외국인의 주식으로 간주하도록 한다. 단, 부령(部令)에서 다르게 규정한 것은 제외한다.

“자본금”이라 함은 유한회사의 등기 자본금 또는 공개 유한회사의 지분이 완료된 자본금이나 동업자 또는 구성원이 합작회사 또는 법인에 투자한 자금을 말한다.

“최저자본금”이라 함은 외국인이 태국 국내에서 등기한 법인일 경우에는 외국인의 자본금을 말하며, 태국 국내에서 등기하지 않은 외국 법인이나 자연인일 경우에는 태국에서 사업을 개시할 때 반입해 사용하는 외화를 말한다.

“사업”이라 함은 무역의 목적으로 농업, 공업, 수공업, 상업, 서비스업 및 기타 업종에서 업무를 영위하는 것을 말한다.

“허가증”이라 함은 사업허가증을 말한다.

“허가증 수령인”이라 함은 허가증을 수령한 외국인을 말한다.

“증명서”라 함은 사업증명서를

the amount at least equivalent to one half of the total capital thereof;

For the purpose of this definition, shares of a limited company represented by share certificates issued to bearers are deemed as shares held by foreigners, unless otherwise provided by the Ministerial Regulation.

“capital” means a registered capital of a limited company or a paid-up capital of a public limited company or money invested in a partnership or a juristic person by partners or members thereof;

“minimum capital” means, in the case where the foreigner is a juristic person registered in Thailand, a capital of a foreigner; and means, in the case where a foreigner is a juristic person not registered in Thailand or is a natural person, foreign currencies brought and used by foreigners at the commencement of the operation of businesses in Thailand;

“business” means the operation of an undertaking in the field of agriculture, industry, handicraft, commerce, services or any other undertaking for the purpose of trade;

“licence” means a business operation licence;

“licence grantee” means a foreigner to whom a licence has been granted;

“certificate” means a business operation

| | |
|---|---|
| 말한다. | certificate; |
| “증명서 수령인”이라 함은 증명서를 수령한 외국인을 말한다. | “certificate grantee” means a foreigner to whom a certificate has been granted; |
| “위원회”라 함은 외국인사업위원회를 말한다. | “Commission” means the Foreign Business Commission; |
| “담당관”이라 함은 이 법의집행을 위하여 장관이 임명한 자를 말한다. | “competent official” means a person appointed by the Minister to perform activities under this Act; |
| “등록관”이라 함은 장관이 외국인의 사업 등록관으로 임명한 자를 말한다. | “Registrar” means the person appointed by the Minister as the Foreign Business Registrar; |
| “국장”이라 함은 사업개발국(Department of Business Development)의 국장을 말한다. | “Director-General” means Director-General of the Department of Business Development; |
| “장관”이라 함은 이 법을 주관하는 장관을 말한다. | “Minister” means the Minister having charge and control of the execution of this Act. |

(나) 사업개발국(Department of Business Development)의 승인

| 외국인 사업법 | FOREIGN BUSINESS ACT |
|--|---|
| 제7조 다음 각 항의 외국인은 국장의 승인을 얻었을 때 사업의 영위가 가능하며, 내각의 승인을 얻어 장관이 관보에 공고한 업종 및 지역에서만 사업의 영위가 가능하다. 이 공고에는 장관이 타당하다고 생각하는 요건을 규정할 수 있다. | Section 7. The following foreigners may operate businesses upon obtaining a licence from the Director-General and may operate only such businesses, and in such localities, as prescribed in the Notification issued by the Minister with the approval of the Council of Ministers and published in the Government Gazette, provided that in such Notification the Minister may prescribe any conditions as the Minister deems appropriate: |

| | |
|---|--|
| <p>(1)태국 내에서 출생했으나 국적법 또는 기타 법률에 따라 태국 국적을 취득하지 않은 외국인</p> <p>(2)국적법 또는 기타 법률에 의한 국적 박탈의 결과로 인한 외국인</p> | <p>(1) a foreigner born in the Kingdom without having Thai nationality under the law on nationality or other laws;</p> <p>(2) a foreigner becoming a foreigner in consequence of the revocation of nationality under the law on nationality or other laws.</p> |
| <p>허가증의 신청과 교부 및 허가 기간은 부령에서 정하는 규칙과 방법에 따르도록 한다.</p> | <p>The application for a licence, issuance of a licence and a term of a licence shall be in accordance with rules and procedures as prescribed in the Ministerial Regulation.</p> |
| <p>국장이 첫 번째 단락에 해당하는 외국인의 사업을 불허하는 경우 그 외국인은 장관에게 이의를 제기하고, 제20조 첫 번째 단락 및 세 번째 단락의 내용을 준용하도록 할 권리가 있다.</p> | <p>In the case where the Director-General refuses to grant permission to the foreigner under paragraph one for the operation of businesses, such foreigner has the right to lodge an appeal with the Minister and the provisions of section 20 paragraph one and paragraph three shall apply mutatis mutandis.</p> |

(다) 외국인 영업제외 업종

| 외국인 사업법 | FOREIGN BUSINESS ACT |
|---|--|
| <p>제8조 제6조, 제7조 제10조 및 제12조에 의거하여</p> <p>(1)목록 1에서 정한 바에 따라, 특별한 사유로 외국인에게 허용하지 않는 사업을 외국인이 영위하는 것을 금한다.</p> | <p>Section 8. Subject to section 6, section 7, section 10 and section 12:</p> <p>(1) no foreigner may operate such businesses <i>stricto sensu</i> not permissible to foreigners by special reason, as prescribed in List One;</p> |
| <p>(2)목록 2에서 정한 바에 따라, 국가의 안전 또는 안정과 관련되거나 문화, 예술, 전통, 관습 및 민속 공예에 영향을 미치는 사업 또는 천연자원이나 환경에 영향을 주는 사업을 외국인이</p> | <p>(2) no foreigner may operate such businesses related to national safety or security, businesses having impacts on arts, culture, traditions, customs and folklore handicrafts or businesses having impacts on natural resources or the environment, as prescribed in List Two, unless</p> |

| | |
|---|---|
| <p>영위하는 것을 금한다. 단, 내각의 승인을 얻어 장관이 허가한 경우는 예외로 한다.</p> <p>(3)목록 3에서 정한 바에 따라, 사업을 영위하는 데 있어서, 태국인이 아직 외국인과 경쟁할 준비가 되지 않은 사업을 외국인 영위하는 것을 금한다. 다만, 위원회의 찬성을 얻어 국장이 허가한 경우는 예외로 한다.</p> | <p>upon obtaining permission from the Minister with the approval of the Council of Ministers;</p> <p>(3) no foreigner may operate such businesses in respect of which Thai nationals are not yet ready to compete with foreigners, as prescribed in List Three, unless upon obtaining permission from the Director-General with the approval of the Commission</p> |
| <p>목록 1</p> <p>특별한 사유로 외국인이 운영하는 것을 허가하지 않는 사업</p> <p>(1)신문 사업, 라디오 또는 텔레비전 방송 사업</p> <p>(2)논농사, 밭농사 또는 과수원</p> <p>(3)축산업</p> <p>(4)임업 및 천연림으로부터의 목재 가공</p> <p>(5)어업, 특히 태국 영해 및 태국 경제 특별 구역 내에서의 수생 생물 포획</p> <p>(6)태국 약용식물 추출</p> <p>(7)고대 유물 또는 태국 역사상 가치가 있는 것의 매매 및 경매</p> <p>(8)불상의 제작 및 주조 또는 바리때 제작</p> <p>(9)토지 매매</p> | <p>LIST ONE</p> <p>BUSINESSES STRICTO SENSU NOT PERMISSIBLE TO FOREIGNERS BY SPECIAL REASON</p> <p>(1) The Press, radio broadcasting station or radio and television station business</p> <p>(2) Rice farming, plantation or crop growing</p> <p>(3) Livestock farming</p> <p>(4) Forestry and timber processing from a natural forest</p> <p>(5) Fishery, only in respect of the catchment of aquatic animals in Thai waters and specific economic zones of Thailand</p> <p>(6) Extraction of Thai medicinal herbs</p> <p>(7) Trading and auction sale of antique objects of Thailand or objects of historical value of the country</p> <p>(8) Making or casting Buddha Images and monk alms-bowls</p> <p>(9) Land trading</p> |
| <p>목록 2</p> <p>국가 안보에 관련되거나 문화·예술, 전통·관습, 민속공예 또는 천연자원과 환경에 영향을 미치는 사업</p> | <p>LIST TWO</p> <p>BUSINESSES RELATED TO NATIONAL SAFETY OR SECURITY OR HAVING IMPACTS ON ARTS, CULTURE, TRADITIONS, CUSTOMS AND FOLKLORE HANDICRAFTS OR NATURAL RESOURCES AND</p> |

| THE ENVIRONMENT | |
|--|---|
| <p>제1장 국가의 안보와 관련한 사업</p> <p>(1)생산, 판매 및 수리</p> <p style="padding-left: 20px;">(a)총기, 총탄, 화약, 폭발물</p> <p style="padding-left: 20px;">(b)총기, 총탄, 폭발물 부품</p> <p style="padding-left: 20px;">(c)군비, 군용 선박, 항공기 또는 차량</p> <p style="padding-left: 20px;">(d)모든 종류의 전쟁 물자 재료 또는 부품</p> <p>(2)국내 항공업을 포함하는 육상, 해상 또는 항공 운송</p> | <p>Chapter 1: Businesses related to National Safety or Security</p> <p>(1) Production, distribution and maintenance of:</p> <p style="padding-left: 20px;">(a) firearms, ammunition, gun powders and explosives;</p> <p style="padding-left: 20px;">(b) components of firearms, ammunition and explosives;</p> <p style="padding-left: 20px;">(c) armaments, ships, aircraft or vehicles for military use;</p> <p style="padding-left: 20px;">(d) equipment or components of all types of war materials</p> <p>(2) Domestic transportation by land, water or air, including domestic aviation</p> |
| <p>제2장 문화·예술, 전통·관습, 민속공예에 영향을 미치는 사업</p> <p>(1)골동품 또는 예술작품인 미술품, 공예품 매매</p> <p>(2)목각 공예품 생산</p> <p>(3)양잠, 타이실크사 생산, 타이실크직물 직조 또는 타이실크직물 무늬 인쇄</p> <p>(4)태국 악기 생산</p> <p>(5)금제품, 은제품, 흑금제품, 금도금제품 또는 칠기 생산</p> <p>(6)태국 예술인 도자기류 생산</p> | <p>Chapter 2: Businesses Having Impacts on Arts, Culture, Traditions, Customs and Folklore Handicrafts</p> <p>(1) Trading of antiques or artistic objects that are artistic works or handicrafts of Thailand</p> <p>(2) Production of wood carvings</p> <p>(3) Silkworm raising, production of Thai silk yarn, weaving of Thai silk or printing of Thai silk patterns</p> <p>(4) Production of Thai musical instruments</p> <p>(5) Production of goldware, silverware, nielloware, bronzeware or lacquerware</p> <p>(6) Production of crockery or porcelains representing Thai arts and culture</p> |
| <p>제3장 천연자원 또는 환경에 영향을 미치는 사업</p> <p>(1)사탕 수수당 생산</p> <p>(2)식염생산을 포함한 염전</p> <p>(3)암염 생산</p> <p>(4)폭파 및 채굴을 모두 포함하는 광산업</p> | <p>Chapter 3: Businesses Having Impacts on Natural Resources or the Environment</p> <p>(1) Production of sugar from sugar cane</p> <p>(2) Salt farming, including non-sea salt farming</p> <p>(3) Production of rock salt</p> <p>(4) Mining, including rock blasting or rock crushing</p> |

| | |
|--|--|
| (5)가재 도구 및 용구 제작을 위한 목재 가공 | (5) Timber processing for production of furniture and utensils |
| <p>목록 3 태국인이 외국인과의 사업 운영에서 아직 경쟁력을 갖추지 못한 사업</p> <p>(1)정미(精米)사업 및 쌀과 발작물의 제분(製粉)사업 (2)어업 특히 양식업</p> <p>(3)인공림으로 부터의 산림업 (4)합판, 베니어판, 칩보드(chip board) 또는 하드보드(hard board) 생산 (5)석회분 생산 (6)회계 분야 서비스 (7)법률 분야 서비스 (8)건축 분야 서비스 (9)공학 분야 서비스 (10)건설 예외 (a)외국인의 최소 자본이 5억 바트 이상으로, 건설하는데 있어서 특별히 공구, 기기, 기술 또는 전문성을 사용해야 하는 공공사업 또는 교통 분야에서 국민에게 기초적인 서비스를 제공하는 건설 (b)부령에 정한 기타 종류의 건설</p> <p>(11)중개인 또는 대리인업 예외 (a)농산물이나 금융 또는 자산 분야의 증권 선물거래와 관련한 자산 또는 서비스 매매 중개인이나 대리인 (ㄴ)같은 계열 기업의 생산 또</p> | <p>LIST THREE BUSINESSES IN RESPECT OF WHICH THAI NATIONALS ARE NOT READY TO COMPETE WITH FOREIGNERS</p> <p>(1) Rice milling and production of flour from rice and economic plants (2) Fishery only in respect of the hatching and raising of aquatic animals (3) Forestry from a grown forest (4) Production of plywood, veneer wood, chipboards or hardboards (5) Production of lime (6) Provision of accounting services (7) Provision of legal services (8) Provision of architectural services (9) Provision of engineering services (10) Construction, with the exception of: (a) Construction of structures for delivery of infrastructure public services in the sphere of public utilities or transportation requiring the use of special apparatuses, machines, technology or expertise, with the minimum capital of five hundred million Baht or upwards from foreigners; (b) Construction of other types as prescribed in the Ministerial Regulation</p> <p>(11) Brokerage or agency businesses, with the exception of: (a) being a broker or an agent in the sale or purchase of securities or in services related to futures trading of agricultural commodities or financing instruments or securities; (b) being a broker or an agent in the sale,</p> |

| | |
|--|--|
| <p>는 서비스 제공에 필수적인 상품 매매, 마련 또는 서비스 중개인이나 대리인</p> | <p>purchase or procurement of goods or services necessary for the production or the provision of services amongst affiliated enterprises;</p> |
| <p>(c)국내 생산품 또는 외국인의 최소 자본이 1억 바트 이상인 국제 사업의 형태를 가진 외국 수입품을 판매하기 위한 매매, 구입, 유통 또는 서비스 중개인이나 대리인</p> | <p>(c) being a broker or an agent in the sale or purchase, procurement, distribution or acquisition of domestic and foreign markets for the distribution of domestically manufactured or imported goods, which is in character the operation of international trade, with the minimum capital of one hundred million Baht or upwards from foreigners</p> |
| <p>(d)부령에 정한 기타 중개인 또는 대리인</p> | <p>(d) being a broker or an agent of other types as prescribed in the Ministerial Regulation</p> |
| <p>(12)경매 예외</p> | <p>(12) Sale by auction, with the exception of:</p> |
| <p>(a)골동품, 고대 유물 또는 예술 작품인 미술품, 수공예품 또는 태국 고대 유물 또는 태국 역사상 가치가 있는 것의 경매를 제외한 국제 경매 형태를 지닌 경매</p> | <p>(a) a sale by auction which, in character, involves international bidding of items other than antiques, objects of antiquity or artistic objects that are artistic works or handicrafts or objects of antiquity of Thailand or of historical value of the country;</p> |
| <p>(b)부령에 정한 기타 경매</p> | <p>(b) sales by auction of other types as prescribed in the Ministerial Regulation</p> |
| <p>(13)태국농산물선물거래소(The Agricultural Futures Exchange of Thailand)에서 농산물을 선물 거래하는 것을 제외하고 아직 법률로 금지하지 않은 농업 제품 또는 생산품의 내부 매매</p> | <p>(13)Internal trade related to traditional agricultural products or produce not yet prohibited by law</p> |
| <p>(14)총 최소 자본이 1억 바트 미만이거나 가게 당 최소 자본이 2천만 바트 미만인 종류의 모든 소매업</p> | <p>(14)Retail sale of goods of all types with the total minimum capital in the amount lower than one hundred million Baht or with the minimum capital of each store in the amount lower than twenty million Baht</p> |
| <p>(15)가게 당 최소 자본이 1억 바트 미만인 모든 종류의 수출업</p> | <p>(15)Wholesale of all types with the minimum capital of each store in the amount lower than one hundred million Baht</p> |

| | |
|--------------------------|--|
| (16)광고업 | (16) Advertising business |
| (17)숙박업소 관리 서비스를 제외한 숙박업 | (17)Hotel business, with the exception of the hotel management service |
| (18)관광업 | (18) Guided touring |
| (19)식품 및 음료 판매 | (19) Sale of food and beverages |
| (20)식물 종자 증식 및 개량 | (20)Cultivation, propagation or development of plant varieties |
| (21)부령에 정한 사업을 제외한 기타 사업 | (21)Other service businesses, with the exception of service businesses as prescribed in the Ministerial Regulation |

(라) 투자촉진법 등의 예외

| 외국인 사업법 | FOREIGN BUSINESS ACT |
|--|---|
| 제12조 「투자촉진법」에 의해 지원을 받았거나 「태국산업단지법」 또는 기타 법률에 의해 수출을 위한 산업 또는 상업을 영위하도록 서면으로 허가를 받은 외국인의 사업이 이 법에 첨부된 목록 2 또는 목록 3에 따른 사업일 경우, 보증서 신청을 위해 해당 외국인이 국장에게 통지하도록 한다. 국장 또는 위임을 받은 담당관이 투자지원서 또는 허가서의 적법성을 조사하였을 때에는 국장은 투자지원서 또는 허가서의 수령을 통지 받은 날 부터 경우에 따라 30일을 초과하지 않는 기간 내에 신속히 보증서를 교부하도록 한다. 이러한 경우, 사업이 투자지원을 받거나 수출을 위한 산업 또는 상업을 영위하도록 허가 받은 기간 동안에는 해당 외국인에게 제21조, 제22조, 제39조, 제40조 및 제 | Section 12. In the case where the business of the foreigner who is promoted under the law on investment promotion or granted written permission for the operation of the industry or the operation of trade for export under the law on the Industrial Estate of Thailand or under other laws is the business specified in List Two or List Three annexed hereto, such foreigner shall notify the Director-General in order to obtain a certificate. When the Director-General or the entrusted competent official has examined validity of the investment promotion certificate or written permit, the Director-General shall issue a certificate without delay but no later than thirty days as from the date of receipt of the notification of the acquisition of the investment promotion certificate or written permit, as the case may be. In this case, such foreigner shall be exempt from the application of this Act, with the exception of section 21, section 22, section 39, section 40 and section 42, throughout the period in which the |

| | |
|--------------------------------------|--|
| <p>42조를 제외한 이 법을 적용하는 것을 예외로 한다.</p> | <p>business in question is under investment promotion or under permission for the operation of the industry or the operation of trade for export, as the case may be.</p> <p>The issuance of the certificate under paragraph one shall be in accordance with the rules and procedures as prescribed by the Director-General.</p> |
|--------------------------------------|--|

(마) 외국인 최저자본금 규정

| 외국인 사업법 | FOREIGN BUSINESS ACT |
|--|---|
| <p>제14조 외국인이 태국 국내에서 사업을 개시하기 위해 사용하는 최저자본금은 부령의 규정보다 적지 않아야 하며, 이백만 바트보다 적지 않아야 한다.</p> | <p>Section 14. The minimum capital to be used by a foreigner for the commencement of the operation of a business in Thailand shall not be less than that prescribed in the Ministerial Regulation, provided that it shall not be less than two million Baht.</p> |
| <p>첫 번째 단락에서의 외국인의 사업이 이 법에 첨부한 목록에 의거해 허가를 받아야 하는 사업일 경우, 부령에 규정한 각 사업의 최저자본금은 삼백만 바트보다 적지 않아야 한다.</p> | <p>In the case where the business of the foreigner under paragraph one is the business requiring permission as specified in the Lists annexed hereto, the minimum capital as prescribed in the Ministerial Regulation for each business shall not be less than three million Baht.</p> |
| <p>이 법의 규정에 따라서 제정하는 부령은 최저자본금을 태국 국내로 반입하거나 송금해야 하는 기한을 정할 수도 있다.</p> | <p>The Ministerial Regulation issued under the provisions of this section may also prescribe the time within which the minimum capital must be brought or remitted into Thailand.</p> |
| <p>외국인이 이전에 태국 국내에서 진행한 기존의 다른 사업을 통해 얻은 수입에서 발생했거나 다른 사업이나 법인에 지분 참여 또는 투자를 통해 발생한 자금이나 자산인 경우 이 조의 내용을 적용하지 않는다.</p> | <p>The provisions of this section shall not apply to the case where the foreigner uses money or property derived as revenues from the original business already in operation in Thailand for commencement of another business or for subscribing to shares or investing in any other undertaking or in any other juristic person.</p> |

< TIP >

- 해외진출 희망기업은 법제처의 세계법제정보센터 <http://world.moleg.go.kr>에서 89개국의 법률정보서비스를 제공하고 있어 참고하길 권함

(4) 외환관리

(가) 외환유입

- 태국 내에 반입되는 외환의 금액에 대하여는 한도가 없으나, 태국 내에 거주하는 개인이나 법인은 외화를 승인된 은행과 승인된 사람에게 매각하거나 수령 후 360일 이내에 외화현금계정에 돈을 예치해야 함
- 태국으로부터 수출하는 상품을 판매로부터 선수령한 외화는 360일 내에 수취하고 권한이 있는 대리인에게 판매하거나 수령 후 360일 내에 외화현금계정에 예치되어야 함
- 태국 내에서 태국인과 법인은 특정 조건하에 외화현금계정을 갖도록 허용됨. 외화현금계정의 총 일일 지불잔고는 일반적으로 법인에게는 미1억불, 개인에게는 미 백만불을 초과하지 않아야 함. 계정은 외국인이나 승인된 은행에게 외화를 결제하는 경우에만 사용되어야 함. 외화의무와 결제에 일치시켜야 하는 예탁금은 예치일 이후 6월내에 사용되어야 함

(나) 외화유출

- 상품과 용역 이자 및 이익과 배당을 포함한 사업비용을 해외로 송금되어지는 외화 현금액은 제한되지 않음. 그러나 관련된 증거서류가 제출되어야 함
- 태국 거주자에 의한 외국직접투자자와 해외관련회사에 대한 대출규정은 미화 1억 달러를 초과하지 않는 금액은 태국의 승인된 개인과 은행, 상업은행에 의해 승인될 수 있음. 그리고 미화 1억 달러를 초과하는 금액은 태국은행에 승인을 받아야함
- 미화 5백만 달러를 초과하는 금액의 부동산 구입액을 송금하거나 외국에 미화 5천만 달러를 초과하는 누적된 자본금의 유가증권 구입을 위해 송금하는 경우에는 전의 승인을 요함
- 자금이 국외이민자의 개인자산으로부터 발생된 것이라면 해외에 항구적 주소를 둔 태국이민자에 송금액은 매년 인별 미화 1백만 달러의 한도까지 승인됨. 친척간의 해외로 송금되는 자금액은 인별 미화 1백만 달러한도까지 허락됨.

- 외화나 내국통화로 해외로 특정 송금 시에는 세법에서 요구되어지는 대로 적정한 원천징수가 이루어져야 함

< TIP >

- 해외진출을 하기 위해서는 해외 파트너선정, 해외법인설립, 해외지사설치, 연락사무소설치, 외환, 현지자금조달 등 현지에서 뿐만 아니라 주무부처에 신고나 해외투자금융이나 해외투자보험 등 국내에서도 필요한 절차가 있음. 중소기업수출지원센터에서는 이러한 해외절차와 국내절차에 관한 토탈정보제공 및 상담 지원을 하고 있음(중소기업 수출지원센터 www.exportcenter.go.kr)

나. 부동산 취득 관련 법률

(1) 태국 부동산 관련 주요 법률

- 관련 법률
 - ① 토지법 (Land Code)
 - ② 민상법 (Civil & Commercial Act)
 - ③ 산업 및 상업용 부동산의 임차에 관한 법률(Hire of Immovable property for Commerce and Industry Act)
 - ④ 투자촉진법 (Investment Promotion Act)
 - ⑤ 산업공단법 (Industrial Estate Authority of Thailand Act)
 - ⑥ 그리고 콘도미니엄법(Condominiums Act)
- 토지법과 민상법은 토지와 건물의 소유와 임대에 대해 일부 외국인에 대한 특례조항을 포함하여 일반적인 사항을 규정하고 있으며, 산업 및 상업용 부동산의 임차에 관한 법률은 부동산 중에서 산업과 상업용 부동산만을 특별하게 규정하고 있음
- 투자촉진법과 산업공단법은 외국인의 토지소유에 대한 특례조항을 담고 있음

(2) 외국인의 토지소유

- 태국 내에서 외국인(또는 외국법인)이 토지를 소유하는 것은 원칙적으로 금지되어 있으며, 토지법(Land Code) 제8장 및 제9장은 외국인과 외국법인의 토지소유 제한에 대한 사항을 규정하고 있음. 그러나 다음은 예외적인 경우로서 외국인은 태국의 토지를 합법적으로 소유할 수 있음

- 토지를 구매하는 경우 내무부 토지국(Department of Land)에 등록하여야 하며 등록시에는 평가 또는 거래가격을 기준으로 2% 등록세(Registration tax), 1% 원천징수세(Withholding tax), 그리고 3.3%의 사업세(Business Tax)를 납부하여야 함

(가) 태국과 우호조약을 체결한 국가의 외국인

- 토지법 제86조에 따르면 태국과 우호조약(treaty)을 체결한 국가에 대해서는 토지소유 제한에 대한 예외를 인정하고 있음. 태국과 우호조약을 체결한 국가는 미국, 일본, 영국, 스위스, 독일, 덴마크, 이탈리아, 벨기에 스웨덴, 인도, 프랑스, 네덜란드, 노르웨이, 포르투갈, 파키스탄, 미얀마 등 16개 국가가 있으며 태국은 1970년 이후 다른 국가와 우호조약을 체결하지 않고 있음
- 이들 국가에 대해서는 상호주의에 따라 상대국가 국민에 대해 태국의 토지소유를 허용하는 조항이 포함되어 있는 경우 상대국가의 국민은 태국에서 토지를 소유할 수 있음

※ 토지법 제86조

외국인은 부동산소유의 권리를 부여하는 우호조약상의 규정과 토지법에서 규정하는 바에 따라 토지를 소유할 수 있음

(나) 태국 내 투자에 따른 주거용도의 토지 소유

- 토지법 제96조에 따르면 4천만 바트(약 12억 원) 이상을 태국에 투자하는 외국인은 태국정부의 허가를 얻어 주거용도에 한하여 1라이(1,600m²)이하의 토지를 소유할 수 있음

※ 토지법 제96조

부령(Ministerial Regulation)이 정하는 바에 따라 4천만 바트 이상을 투자하는 외국인에 대해서는 제86조의 조항이 적용되지 않으며, 이러한 외국인은 관계장관의 허가를 얻어 1라이를 넘지 않은 토지를 주거용에 한정하여 취득함. 이 경우 최소한 다음과 같은 부령에서 정하는 규정, 절차 및 조건을 충족하여야 함

- 외국인이 투자하고자 하는 사업영역이 태국의 경제사회에 이익이 되거나, 투자촉진법에 따라 투자청(BOI) 정하는 진흥투자에 적합할 것
- 투자기간이 최소한 3년 이상일 것
- 토지소유는 방콕과 파타야에 한정되며, 토지의 용도는 도시국토계획법(Town and Country Planning Act)에 따른 주거용에 한정될 것

(다) 투자청(BOI) 승인을 얻은 진흥사업의 수행에 필요한 토지

- 투자촉진법(Investment Promotion Act) 제27조에 따르면 투자청(BOI)의 승인을 얻은 외국인 진흥기업은 투자청(BOI)이 지정한 토지 소유를 허가 받을 수 있음. 이 경우 소유 가능한 토지의 면적은 토지법 등 기타 법률에 정한 상한선을 넘어설 수도 있음
- 동 진흥기업이 진흥사업을 타인에게 양도하거나 해산하는 경우 소유 허가받은 토지를 양도 또는 해산 시점으로부터 1년 이내에 매각하여야 하며, 이 기간 내에 토지 매각이 이루어지지 않은 경우 토지법 제 94조에 따라 처리되어짐

※ 투자촉진법 제 27조

진흥기업(투자촉진법에 따라 진흥기업확인서가 주어진 자)은 기타 법률에 의한 소유한도를 초과하는 경우에도 진흥활동을 수행하는데 필요한 토지 소유를 허가 받음

(라) 산업공단법에 따른 토지 소유

- 산업공단법(Industrial Estate Authority of Thailand Act) 제 44조에 따르면 투자청의 승인을 얻는 경우 산업공단 내에서 외국인이 토지를 소유할 수 있음
- 외국인이 사업을 종료하거나 타인에게 양도할 경우 그 외국인이나 양수인은 사업종료 또는 양도일로부터 3년 이내에 허가받은 토지를 처분하여야 하며, 그러지 않을 경우 토지국(Department of Land) 국장(Director General)은 토지법에 따라 그 토지를 강제 처분할 수 있음

※ 산업공단법 제44조

산업을 영위하는 자는 산업단지 내에서 그 산업 활동에 필요한 토지를 기타 법률의 정한 소유한도에도 불구하고 투자청이 필요하다고 인정하는 면적 내에서 그 소유를 허가받을 수 있음

(마) 기 타

기타 방법으로 외국인이 태국의 토지를 취득할 수 있는 방법은 태국인과 합작법인을 통해서 토지를 취득할 수 있으나, 이 경우 외국인의 지분은 50%를 넘지 못함. 또한 석유법(Petrol Act)에 따라 석유 허가권 보유자는 활동에 필요한 범위 내에서 필요한 토지를 소유할 수 있음

< TIP >

- 외국인이 태국의 토지를 취득할 수 있는 방법은 태국인과 합작법인을 통해서 토지를 취득할 수 있으나, 이 경우 외국인의 지분은 50%를 넘지 못함

(3) 외국인이 불법적으로 취득한 토지에 대한 처분

외국인이 불법적으로 토지를 취득하거나 태국인이 외국인(외국법인 포함)을 위하여 자신의 이름으로 토지를 취득하는 경우 정부는 180일 이상 1년 이내의 기간을 정하여 해당 토지를 매각할 것을 명령할 수 있으며, 동 기간 내에 해당 토지가 매각되지 않으면 정부는 공매절차에 따라 해당 토지를 처분할 수 있음(토지법 제 94조 및 제96조)

(4) 토지의 임대기간

- 민상법(Civil and Commercial Act)은 토지의 임대기간에 대한 일반적인 사항을 규정하고 있는 반면 산업 및 상업용 부동산의 임차에 관한 법률(Hire of Immovable property for Commerce and Industry Act)은 산업 및 상업 토지의 임대에 대해 규정하고 있음
- 민상법 제540조에 따르면 부동산(건물 및 토지)의 임대기간은 최대 30년이고 30년 이내에서 임대기간을 연장할 수 있음. 또한 3년 이상의 부동산임대차 계약은 내무부 토지국에 등록을 하여야 하며 등록되지 않은 경우 임대차계약은 3년으로 간주됨
- 토지 임대기간이 30년으로(소유주 동의하에 30년씩 2번 연장 가능) 제한되어 있어 임대기간 만료 후 토지를 원상회복(건물철거 등)하여야 하는 이유 등으로 인해 외국인 부동산개발업자는 명목상주주(Nominee)를 이용하여 토지를 구매하는 경우가 있음

※ 민상법 제540조

부동산의 임대기간은 30년을 초과할 수 없다. 30년을 초과한 계약이 있더라도 이는 30년으로 본다. 임대기간은 갱신될 수 있으나 30년을 넘지 못한다.

※ 민상법 제564조

부동산 임대차 계약은 별도의 고지가 없어도 계약기간 만료와 함께 종료된다.

- 한편, 산업 및 상업 부동산의 임차에 관한 법률 제3조에 따르면 상업적, 산업적 용도의 부동산에 대해서는 임대기간이 최장 50년으로 늘어나게 되며 임대기간

의 갱신은 50년 이내에서 할 수 있음. 그러나 이러한 경우 여러 가지 제한 사항이 따르게 되는 바, ① 상업용의 경우 2천만 바트 이상 투자 ② 산업용의 경우 투자촉진법에 따른 진흥사업 분야 ③ 상업, 산업용 모두 태국의 경제사회에 이익이 되어야 함을 충족하여야 함

※ 산업 및 상업용 부동산 임차에 관한 법률 제3조

이 법에서 임대라 함은 상업용 또는 산업용 목적으로 30년에서 50년으로 임대기간이 정해진 부동산 임대를 의미함

(5) 외국인의 건물 소유

태국에서 외국인이 주택 및 건물을 소유하는 데는 크게 제한 사항이 없으나, 토지 소유에는 많은 제한이 있기 때문에 토지와 건물을 동시에 소유하는 것은 현실적으로 매우 어렵게 되어 있음. 다만, 콘도미니엄에 대해서는 일정한 조건 하에 토지와 건물 모두를 소유할 수 있음

(6) 임대차 관련 정보

(가) 토지의 임대

- 태국의 민상법(Civil and Commercial Act)이 토지의 임대기간에 대한 일반적인 사항을 규정함. 한편, 산업 및 상업용 토지의 임대는 산업 및 상업용 부동산의 임차에 관한 법률(Hire of Immovable property for Commerce and Industry Act)에서 규정함
- 민상법 제540조에 따르면 부동산(건물 및 토지)의 임대 기간은 최대 30년이고, 30년 내에서 임대기간을 연장할 수 있음
- 또한 3년 이상의 부동산임대차 계약은 내무부 토지국에 등록을 해야 하며, 등록되지 않은 임대차계약은 3년으로 간주됨
- 산업 및 상업용 부동산의 임차에 관한 법률 제3조에 따르면 상업·산업 용도의 부동산에 대해서는 임대기간이 최장 50년으로 늘어남. 임대기간의 갱신도 50년 이내에서 할 수 있음
- 그러나 상업용의 부동산은 2천만 바트(6.5억 원)이상의 투자, 산업용은 투자촉진법에 따른 진흥사업 분야에 관한 투자여야 함. 또한 태국의 경제사회에 이익이 되어야 한다는 요건을 충족하여야 함

(나) 임대료 관련 관행

- 태국에서 외국인이 토지를 소유하는 것은 어렵지만, 상점을 임대하는 것은 크게 어렵지 않음
- 특히 방콕의 경우 외국인이 많이 거주하고 있어, 외국인을 상대로 하는 부동산 중개인이 많은 편임
- 일반적인 임대 절차는 아래와 같음
 - ① 건물 임대를 위해서는 우선 건물 관리자에게 연락해 임대료를 알아봐야 함
 - ② 예산에 맞는 건물은 직접 방문하여 주위환경, 편의시설 상태, 교통 등을 살펴본 후, 적합하면 임대료 협상에 들어감
 - ③ 일반적으로 임대료는 협상에 따라 크게 낮춰질 수 있음. 따라서 건물 관리인 또는 주인과의 직접 협상하는 것이 바람직함. 또한 건물의 원 소유주와 직접 계약을 체결하면 문제발생 시 쉽게 해결할 수 있음
 - ④ 최종 협상 후, 계약서 작성

(다) 임대 절차 관련 주의 사항

- 임대료는 순수 임대료 외에 공동관리비, 가구 및 비품 임대료를 포함함. 임대는 보통 1년 계약에 2개월 치 보증금 선납이 적용됨
- 임대기간 만료 후 보증금을 환급받을 수 있으나 건물 손상부문에 대한 변상금을 공제하고 보증금을 지급하는 것이 일반적임
- 간혹 소유주가 보증금 지급을 회피하기 위하여 시설물의 하자를 문제 삼는 경우가 있으니 입주 전 시설물의 상태를 사진으로 찍어두는 것이 좋음
- 보증금 환급은 소유주가 보통 전화료, 전기료, 수도료 등 후불로 지급되는 공과금이 납부되었는지를 먼저 확인하기 때문에 보통 1~2개월이 소요됨
- 임대기간 만료 전에 이전할 경우, 일반적으로 보증금을 환급받지 못함. 따라서 계약서에 본국 귀환, 사업장 이동 등으로 인한 계약해지 시 보증금을 환불받을 수 있는 조항을 삽입하는 것이 좋음(자료 참조. 2016 글로벌 한식·외식 산업조사 결과보고서. 한식재단)

< TIP >

- 태국에서 임대방법은 2가지로 볼 수 있음
 - 차오(Rent) : 계약기간이 1~3년의 단기 계약으로, deposit 2~3개월 및 임대료 1개월 선불이 일반적임, 콘도, 사무실 계약 시 많이 사용됨
 - 썩(Lease) : 약 5~30년 장기 임대계약으로, 전세 개념이 아니라 계약기간 내의 월세를 미리 내는 개념임, 태국인들의 주택 임차나 중대형 상가의 임대에 많이 적용됨. 금액이 고액일 경우 나누어 썩 대금을 지불하기도 함차오 썩을 혼합하여 운영하기도 함
- 태국에서는 권리금의 개념이 없음. 계약은 반드시 임대인과 임차인간에 체결하여야 하며, 임차인간의 권리주장은 효력이 없음

< TIP >

- 기업설립 및 부동산 취득 관련 법률의 경우 '합자(합작)투자', '직접진출'의 경우, 중요한 사항임.
- '마스터 프랜차이즈'의 경우, 파트너가 현지에서 법인을 설립할 수 있는 자료제공 등의 협조가 필요함

다. 상표 및 특허 관련 법률

(1) 상표권

(가) 국제 상표출원 유형

- 원칙적으로 해당 국가에서 상표를 보호받으려면 각국의 법과 절차에 따라 상표를 등록받아야 하며, 우선 상표를 등록받고자 하는 대상국이 어디냐에 따라서 상표를 출원할 수 있는 방법이 다름
- 해외로 상표를 출원할 수 있는 방법을 크게 구분하면 다음과 같음
 - ① 상표를 보호받기 원하는 개별국가에 직접 출원하는 방법
 - 통상 파리협약에 의한 우선권을 주장하여 출원하므로, 이를 "파리루트에 의한 상표출원"이라고도 하며, 해당 국가의 법과 절차를 따라야 함
 - ② 독자적인 상표청이 없고, 다수국간의 조약에 의하여 공동으로 하나의 상표청 또는 지식재산권기구를 가지고 있는 경우
 - 베네룩스 상표청과 아프리카지식재산권기구(OAPI)에 대한 출원이 이에 해당
 - ③ 개별국가가 독자적인 상표청 및 상표제도를 가지고 있으면서 동시에 일정 지역에 걸친 별도의 기구 및 상표제도를 가지고 있는 경우

- 유럽상표청 및 아프리카지역산업재산권기구(ARIPO)에 대한 출원이 이에 해당

- ④ 마드리드 협정과 마드리드 의정서를 포함하는 마드리드 시스템을 이용하는 방법
 - 상표를 보호받기 원하는 국가에 따라서 이용할 수 있는 해외상표출원시스템이 다르기 때문에 대상국에 따른 가능한 상표관련 시스템을 이해하고 진행하여야 함

(나) 국제 상표출원 방법

- 해외진출을 고려하는 프랜차이즈 기업의 경우, 우선적으로 해당 국가에서 자사의 브랜드가치를 보호하기 위한 조치를 진행하여야 함
- 국제상표 등록의 경우 통상 개별국에 직접 출원하는 방식과 마드리드 국제출원하는 방식을 이용함
- 마드리드 시스템 국제출원방식의 경우 한 번의 출원으로 복수의 국가에 출원한 효과를 얻을 수 있어 편리하다는 장점이 있지만 한계 등도 있어 주의해야 함
- 마드리드 시스템 국제출원 시 장점
 - ① 하나의 출원 시스템으로 국제등록이 가능하여 다수의 국가에서 상표권을 보호받을 수 있으므로 비용 및 시간 측면에서 경제적임
 - ② 현지 대리인을 선임하지 않아도 되고 추후에 명의 변경, 갱신 등에 대한 변동 사항 관리가 일괄적으로 진행되기 때문에 절차 측면에서도 효율적임
 - ③ 추가 지정 마드리드 의정서에 새로 가입한 국가 또는 기존에 가입한 국가 중에서 상표 등록을 하고 싶은 국가가 있다면 등록 후에도 간편하게 지정국을 추가할 수 있으므로 해외 진출 사업을 확장할 때에도 유용함
- 마드리드시스템 국제출원 시 단점(한계)
 - ① 마드리드 의정서 또는 협정에 가입한 국가에 한해 이 제도를 이용할 수 있으므로 가입국이 아닌 국가의 상표 등록을 원하는 경우에는 개별국 출원을 진행해야 함
 - ② 개별국 출원을 하지 않은 경우 해당 국가의 소송에서 불리할 가능성 있음
 - ③ 마드리드 국제 출원은 국내 출원 상표를 기초로 하기 때문에 국내 출원이 최종 거절된 경우에는 국제 등록도 무효가 될 수 있음

※ 마드리드 조약 주요 아시아 가입국

중국, 부탄, 이스라엘, 인도, 이란, 일본, 북한, 대한민국, 카자흐스탄, 캄보디아, 라오스, 몽골, 오만, 필리핀, 싱가포르, 시리아, 타지키스탄, 우즈베키스탄, 베트남

(다) 개별국 직접출원

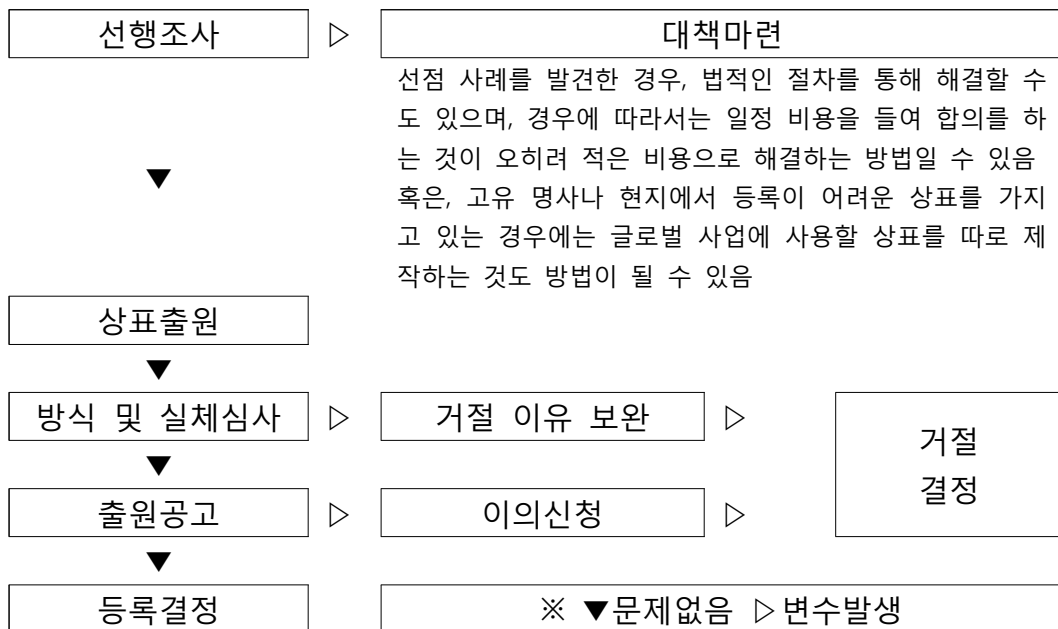
○ 특허법인 선정

통상 보통 국내 특허법인을 통해 해당국 특허법인과 연계하여 업무를 진행함
이 경우 특허법인의 역량에 따라 진행상황과 등록여부가 결정될 수도 있어, 개
별국 직접출원을 하는 경우에는 현지 업체를 선정하는 것이 빠른 진행과 등록
에 유리할 수도 있음

○ 상표 취득

상표등록의 경우 시간과 비용이 많이 소요되어 상표 등록을 하기 전에는 반드시
선행 조사를 통해 선점 사례나 유사 상표가 등록되어 있지는 않은지 파악
하고, 이를 통해 적절한 대응책을 마련하여야 함

표 3-4 상표 취득 절차



[참조. 해외진출외식기업실무매뉴얼 MAPPS. aT한국농수산물유통공사]

< TIP >

- 상표출원 CHECK LIST와 절차는 「a한국농수산물유통공사의 해외진출외식기업실무매뉴얼 MAPPS(Manual of A Global F&B Business Project Plan & Strategy)」에 자세히 설명하고 있어 꼭 참조하길 권함
- 마드리드시스템의 구체적인 내용은 특허청(<http://www.kipo.go.kr>)의 지식재산 제도 항목을 참조바람

(라) 마드리드 시스템 국제출원

1) 마드리드 시스템의 의의

- 마드리드 시스템은 두 조약, 마드리드 협정과 마드리드 의정서에 의해 운영되고 있으며, 이 시스템의 행정적 업무는 WIPO(세계지식재산기구)의 국제사무국에서 담당하고 있음
- 마드리드 협정의 공식명칭은 표장의 국제등록에 관한 마드리드 협정(Madrid Agreement Concerning the International Registration of Marks)"으로, 산업재산권 보호를 위한 파리협약"이 성립된 지 8년 후 파리협약 제19조에 근거한 특별협정으로 1891년 마드리드에서 채택되었음
- 마드리드 의정서의 공식명칭은 "표장의 국제등록에 관한 마드리드 협정에 대한 의정서(Protocol relating to the Madrid Agreement Concerning the International Registration of Marks)"로서, 1989년 6월 27일에 채택되고 1995년 12월 1일에 발효되었으며, 동 의정서를 시행하기 위한 하위규정인 공통규칙이 제정됨에 따라 1996년 4월 1일부터 시행되었음. 마드리드 의정서는 마드리드 협정이 가지고 있는 문제점을 극복하여 탄력적 국제상표등록 제도를 창설할 목적으로 마련되었으며, 마드리드 협정과 의정서의 회원국을 마드리드 동맹이라고 함

2) 마드리드시스템의 특징

마드리드 시스템은 「다국가 1출원 시스템」이자, 「User-friendly System」의 특징

① 절차의 간소화 및 비용절감

국내에서 등록받거나 출원한 상표가 있으면, 이를 기초로 하나의 언어로 작성된 하나의 국제출원을 하나의 본국관청에 제출하고 한 번의 수수료를 납부함으로써 하나의 번호로 된 국제등록을 획득하고 다수의 국가에서 보호를 받을 수 있음

이는 개별국가의 관청에 각각 출원을 제출하고 각각의 수수료를 납부하는 등의 절차를 대체하여 한 번의 출원으로 복수의 국가에 출원한 효과를 얻

게 함으로써 출원인의 편익을 제고하고, 국제출원단계에서 각 개별국에 대한 대리인을 선임할 필요가 없어 대리인 선임비용을 절감할 수 있음

② 권리취득 여부의 명확성

지정국관청에서 거절이유를 발견한 경우에는 원칙적으로 국제사무국으로부터 지정통지를 받은 날부터 1년(1년 6월까지 연장 가능, 이의신청의 경우 예외) 이내에 국제사무국에 거절통지를 하여야 함

만약 그 기간 내에 거절통지가 없으면, 그 상표는 그 지정국에서 등록된 것과 동일한 보호를 받기에 출원인은 일정 기간 내에는 각 지정국에서의 상표권 취득 여부를 알 수 있음

③ 지정국의 추가 가능

마드리드 의정서에 새로 가입한 국가 또는 기존의 마드리드 의정서에 가입한 국가에서 추가적으로 상표를 보호받고자 하는 경우에는, 국제등록 후에 그 국가를 지정하는 것이 가능하므로, 상표를 보호받고자 하는 국가를 간편하게 확장할 수 있음

④ 상표권 관리의 일원화

명의변경, 주소변경, 갱신, 상표권의 양도 등의 변동사항을 국제사무국에서 일원적으로 관리하기 때문에 국제사무국에 한번 신청하면 국제등록부에 기록되고, 국제사무국에서 각 지정국관청에 통보해 주어 각 지정국관청에 개별적으로 변경신청을 하지 않아도 됨

3) 마드리드시스템의 주의점

- 마드리드 국제출원은 국내의 출원 또는 등록된 권리를 기초로 하여 국제출원을 할 수 있는데, 국제등록 후 5년간은 기초로 한 국내의 권리 변동에 종속됨(국제등록의 종속성 또는 집중공격)
- 기초출원의 지정상품 삭제, 거절결정 또는 등록된 권리가 존속기간 미 갱신, 무효 등으로 소멸되면 마드리드 국제등록도 소멸된 범위만큼 취소되며, 지정국에서 상표권을 획득하였다 하더라도 이 원칙이 적용됨
- 따라서, 마드리드 국제출원을 이용하시기 전에 국내 기초 출원 또는 등록된 권리의 변경 가능성 등을 체크하여야 함

(마) 상표등록 시 유의사항

- 불사용 등록 말소 기간
일정 기간 상표를 사용하지 않는 경우 취소의 사유가 될 수 있어, 상표권과 관련해서는 '불사용 등록 말소 기간'을 확인해야 함

- 존속 기간 및 갱신
상표권은 영구적인 것이 아니라, 일정 존속 기간을 가짐. 주의 깊게 갱신 기간과 방법을 염두에 두어야 함

(2) 특허 및 실용신안

(가) 국제 특허와 실용신안 출원 유형

- 특허독립(속지주의)의 원칙상 각국의 특허는 서로 독립적으로 반드시 특허권 등을 획득하고자 하는 나라에 출원을 하여 그 나라의 특허권 등을 취득하여야만 해당국에서 독점 배타적 권리를 확보할 수 있음. 국내에서 특허권 등의 권리를 취득하였더라도 다른 나라에서 권리를 취득하지 못하면 그 나라에서는 독점 배타적인 권리를 행사할 수가 없음
- 이러한 1국 1특허의 원칙 때문에 해외에서의 특허권 획득을 위해서는 별도의 해외출원이 필요함
- 상표에 대한 마드리드 국제 출원과 마찬가지로 특허와 실용신안 출원도 개별국 출원과 PCT 국제 출원 방식으로 나눌 수 있음
- PCT 방식은 특허청에 국제 출원서를 제출함으로써 한 번의 절차를 통해 심사할 수 있는 절차상의 장점도 있지만, PCT 체약국이 아닌 비가입국의 경우에는 PCT 국제 출원 절차를 활용할 수 없으며, 예비심사를 받았다고 하더라도 국내 단계에 진입하게 되면 다시 한 번 심사 절차가 진행해야하는 이중심사를 받아 비용이 가중된다는 단점이 있을 수 있다는 점을 고려해야 함

※ PCT 주요 아시아 체약국

중국, 인도네시아, 이스라엘, 인도, 이란, 일본, 캄보디아, 북한, 대한민국, 쿠웨이트, 카자흐스탄, 라오스, 스리랑카, 몽골, 말레이시아, 필리핀, 싱가포르, 태국, 베트남

(나) 개별국 직접출원

1) 특허법인 선정

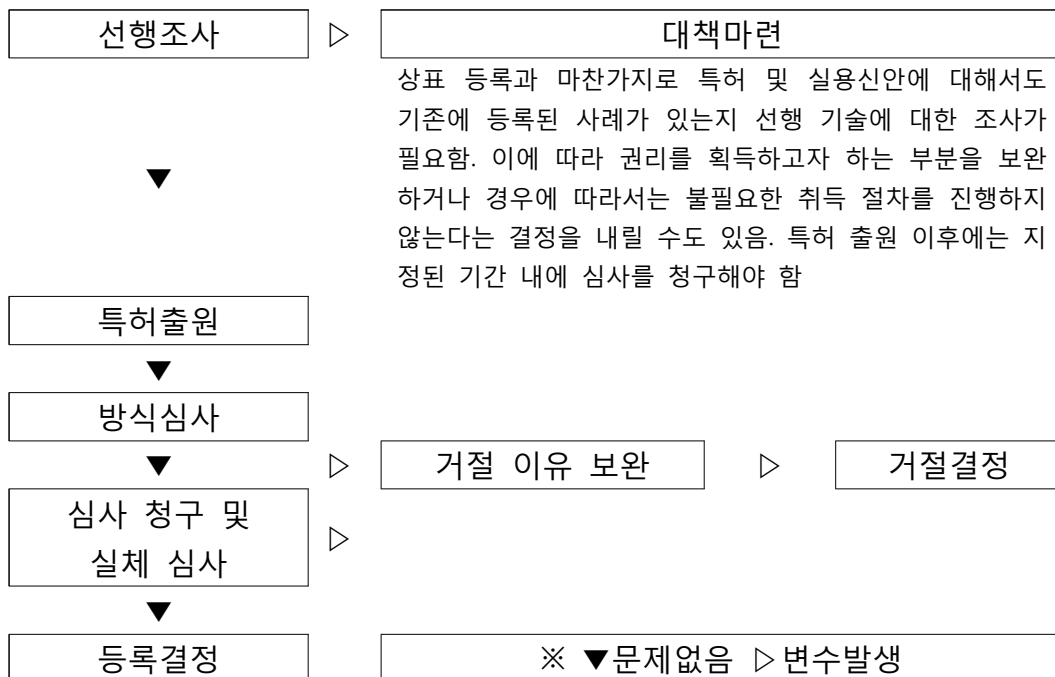
- 통상 보통 국내 특허법인을 통해 해당국 특허법인과 연계하여 업무를 진행함
- 특허나 실용신안의 경우에는 상표나 도메인에 비해 보편적이지는 않지만 브랜드의 경쟁력을 보호하는 측면에서 핵심 사안이고, 비용적인 부담이 큰 사안이므로, 특허나 실용신안 등록과 관련해서는 해당 업무를 진행하는 특허법인의 신중한 선택이 필요함

- 이 경우 특허법인의 역량에 따라 진행상황과 등록여부가 결정될 수도 있어, 개별국 직접출원을 하는 경우에는 현지 업체를 선정하는 것이 빠른 진행과 등록에 유리할 수도 있음

2) 국제 특허와 실용신안 취득

- 특허 및 실용신안도 상표 등록과 마찬가지로 국가별로 세부적인 사항은 차이가 있지만, 전반적인 절차는 비슷함. 상표 등록과 마찬가지로 선행 조사를 통해 등록 가능성에 대해서 파악하여 절차 진행 여부를 결정하는 절차를 반드시 거쳐야 위험성을 줄일 수 있음

표 3-5 특허 취득 절차



[참조. 해외진출외식기업실무매뉴얼 MAPPS. aT한국농수산물유통공사]

< TIP >

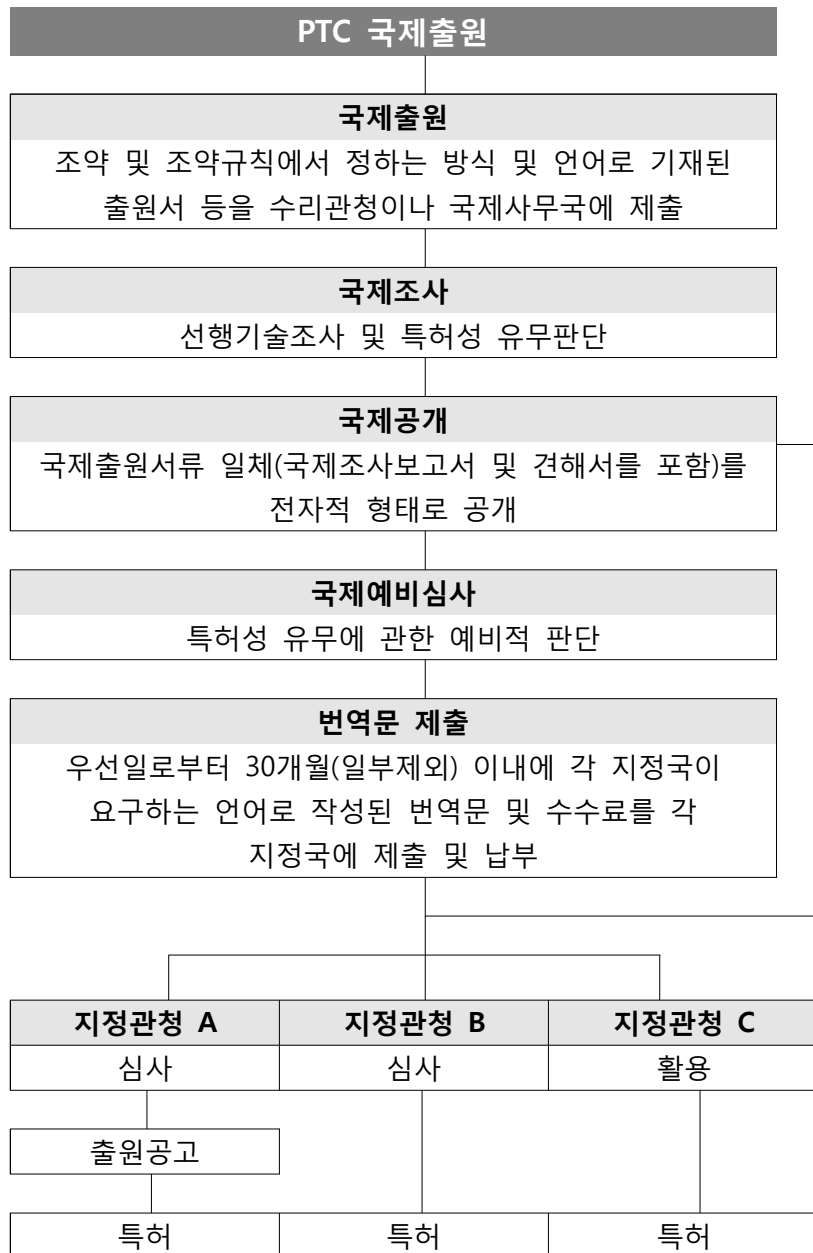
- 국제특허와 실용신안의 CHECK LIST와 절차는 「aT한국농수산물유통공사의 해외진출외식기업실무매뉴얼 MAPPS(Manual of A Global F&B Business Project Plan & Strategy)」에 자세히 설명하고 있어 꼭 참조하길 권함
- PCT 방식의 구체적인 내용은 특허청(<http://www.kipo.go.kr>)의 지식재산제도 항목을 참조바람

(다) PCT 국제출원

1) PCT 시스템의 의의

- 국적국 또는 거주국의 특허청(수리관청)에 하나의 PCT출원서를 제출하고, 그로부터 정해진 기간 이내에 특허획득을 원하는 국가(지정(선택)국가)로의 국내단계에 진입할 수 있는 제도로 PCT국제출원의 출원일이 지정국가에서 출원일로 인정받을 수 있음.

표 3-6 PCT 국제출원 절차



[참조. 특허청. 해외특허(PCT)]

- 다만, 선(先) 출원에 대한 우선권을 주장하여 출원하는 경우 선출원의 출원 일로부터 12개월 이내에 PCT국제출원을 하여야 우선권주장을 인정받을 수 있음

2) PCT 국제출원 시 장점

- ① 출원일 인정요건이 간편
한번의 PCT국제출원으로 다수의 가입국에 직접 출원한 효과를 얻을 수 있기 때문에 개별 나라마다 일일이 출원해야 하는 번거로움을 덜어줌
- ② 특허획득 가능
특허를 받고자 하는 나라의 특허청(지정(선택)관청)의 심사에 앞서 국제조사기관의 선행기술조사(필수절차) 및 특허성에 대한 견해와 국제예비심사기관의 특허성 유무에 대한 예비심사(선택절차)를 거침으로써 특허획득 가능성을 미리 알 수 있을 뿐만 아니라 평가·보완의 기회도 가질 수 있어 특허획득에 유리함
- ③ 출원서 작성이 용이
한국 특허청을 통한 출원언어는 한국어, 영어, 일어이므로 다수 국가를 지정하여 PCT국제출원을 하는 경우 초기에 개별국가 언어로 된 번역문을 일일이 준비하지 않아도 되므로 편리함
- ④ 무모한 해외출원을 방지
발명 또는 고안을 PCT국제출원을 통하여 각 지정국 특허청에 직접 출원한 것과 같은 효력을 확보한 다음, 그 지정국의 국내단계 진입기한(우선일로부터 30개월 이내. 다만 룩셈부르크, 탄자니아, 우간다는 우선일로부터 19개월 이내에 국제예비심사를 청구한 경우에만 30개월 이내)까지 국제조사 및 예비심사보고서를 토대로 특허획득 가능성을 면밀히 검토함과 동시에 각 지정국의 시장성을 조사한 다음에 국내절차 이행여부를 결정함으로써 불필요한 비용지출 및 무모한 해외출원을 방지할 수 있음
- ⑤ 국내 단계 진입시 수수료감면 향유
세계 주요특허청에서는 PCT를 통한 외국인의 국내단계진입시 자국특허수수료를 일정조건에 따라 감면해 주는 제도를 두고 있음

3) PCT 국제출원 시 단점

- ① PCT국제출원 비용 별도부담
PCT국제출원 비용이 별도로 소요되고, 지정국의 국내단계에 진입하는 경우에는 개별국 출원시와 동일한 비용이 추가로 필요하므로 비용부담이 가중됨
- ② 심사절차의 이중적 진행

국제예비심사를 받았음에도 불구하고 국내단계 진입시 각국마다 새로운 심사를 받게 되므로, 심사절차가 이중적으로 진행될 가능성이 있다. 이와 달리 개별국가출원을 하였을 경우에는 각국마다 심사관이 제시하는 선행기술을 고려하여 권리범위를 보정함으로써 국가에 따라서는 의외로 큰 권리를 얻을 가능성이 있음

4) PCT 국제출원시 유의점

① 이중의 단계

PCT국제출원은 한 번의 출원으로 세계적으로 특허를 받는 것이 아니라 일단 국제출원일을 인정받은 후, 검증단계(국제조사 및/또는 국제예비심사)를 거친 후 각 지정국에 번역문을 제출하여야 비로소 각 국에서 특허 허여 여부에 관한 심사가 진행되기에, PCT국제출원 한번으로 외국의 특허권을 획득할 수 있는 것으로 이해하여서는 안 됨

② 엄격한 절차

PCT는 각 단계별로 기간(수수료납부기간, 국내단계 진입기간 등)이 엄격히 정해져 있으므로 준수기간을 넘겨 불이익을 당하지 않도록 출원인의 주의를 요함

③ 특허·실용신안에 한정

발명만이 PCT를 통하여 특허·실용신안권 등으로 보호가능하며, 디자인 및 상표는 각각 별도의 협약에 의해 보호됨

(라) 등록 시 유의사항

○ 존속 기간 및 갱신

특허 및 실용신안도 상표권과 마찬가지로 영구적인 것이 아니라, 일정 존속 기간을 가짐. 주의 깊게 갱신 기간과 방법을 염두에 두어야 함

○ 특허 및 실용신안은 상표나 도메인에 비해서 매우 큰 비용이 투자되는 부분이

고, 기술에 대해 독점권을 가진다는 것은 수익적인 측면에서 매우 큰 영향을 미칠 수 있으므로, 분쟁이 발생할 경우 그 손해가 훨씬 커질 수 있음

(3) 도메인

○ 도메인 등록은 주로 도메인 등록 업체를 통해 간편하게 등록할 수 있음

○ 도메인 등록업체를 통해 국가별 도메인 등록도 가능하니, 비교적 인지도 있는 도메인 등록업체를 통해 사전에 필요한 국가별 도메인을 등록하여야 함

- 특히 도메인의 경우 존속기간이 짧아 갱신에 주의하여야 하며, 미갱신시 타업체에게 등록하여 사업에 영향을 받을 수도 있음

(4) 태국 지식재산권

(가) 지식재산권의 종류

- 태국은 WTO, TRIPS 협정과 베른 협약에는 가입을 하였고, 2009.09.24 PCT 특허협력 조약에 가입하였음
- 상표에 대해서는 국제 협정 가입을 하지 않고 있으나, 상표법(No. 2) B.E.2542는 태국이 상표 보호에 관한 동맹이나 국제 협정의 회원으로 되는 경우, 상표 등록을 위한 출원이 상기 동맹이나 국제 협정의 요구조건에 합치한다면, 그 출원은 본 법에 따른 출원으로 간주한다고 규정하고 있음.
- 이러한 규정은 표장의 국제 등록에 관한 마드리드 협정 및 마드리드 의정서(Madrid Protocol)의 가입을 위한 준비로서 이해되는데, 이는 이 규정이 국제 출원을 통하여 출원인의 국가에서, 또는 마드리드 의정서에 따라 국내 또는 지역 등록이나 출원의, 국내 등록을 이미 받은 표장에 대하여 국제 등록이 획득될 수 있는 마드리드 협정의 원칙과 대응하기 때문임

1) 특허

- 특허란 등록된 발명 또는 디자인을 제조, 사용 또는 판매하는 독점권을 해당 소유자에게 독점권을 부여하는 법적인 권한을 의미한다. 특허의 대상으로는 발명(invention), 소특허(petty patent), 디자인(product design)이 있음
- 발명은 새로운 물품 또는 방법의 창작, 또는 물품이나 방법을 개량시키는 임의의 행위를 말하는데, 1999년에 개정된 태국 특허법에 따라, 새로운 물품과 산업상 이용가능성의 요건만을 충족하는 소특허가 생겨났음. 디자인은 물품에 특별한 외관을 주어 산업적인 또는 수공업적 물품으로서 사용되는, 물품의 임의의 구성 또는 선 또는 색채의 조합으로 이루어짐

2) 상표

- 상표(Trademark)는 타인의 상표를 사용하는 상품으로부터 소유권자의 상표를 부착한 상품을 식별하기 위하여 상품 상에 또는 상품과 관련하여 사용되는 표장을 말함

- 서비스표(Servicemark)는 타인의 서비스표를 사용하는 서비스로부터 소유권자의 서비스표를 사용하는 서비스를 구별하기 위하여 서비스와 함께 사용되는 표장을 말함
- 증명 표장(Certification mark)은 상품의 출처, 구성, 생산 방법, 품질 또는 그 상품의 다른 특징을 증명하거나, 또는 서비스의 본질, 품질, 유형 또는 그 서비스의 다른 특징을 증명하기 위하여 사용되는 표장을 말함
- 집합 표장이란 동일 그룹의 회사나 기업에 의하여 또는 단체, 회사, 조합, 연맹, 사단 또는 그 외 정부나 사적인 조직의 회원들에 의하여 사용되는 상표 또는 서비스표를 말함
- 현재의 상표법 B.E. 2543 는 2000년 4월 1일에 공표되고, 그해 6월 30 일에 발효되었음

3) 영업 비밀

- 일반적인 상업 거래에서 알려지지 않은 상업상 가치가 있는 비즈니스 정보에 대해서는 관련 정보가 부적절한 방법이나 행위로 인하여 타인에게 누설되는 것을 막기 위하여, 영업 비밀(trade secret)로 간주함
- 영업 비밀 보호법은 2002년 4월 12일 공표되고, 그해 7월 22일에 발효되었음

4) 상호

- 상호(trade name)는 기업, 동업관계 또는 비즈니스를 나타내며 타인의 것과 구별되는 상징으로 이용됨. 태국에서는, 민사 및 상업법이 이미 이러한 상호 명의 문제를 보완하고 있음

5) 지리적 표시

- 지리적 표시(geographical indication)란 상품의 품질 및 명성이 생산지의 기후, 풍토 등과 밀접한 관련이 있을 경우 상품의 생산지를 알리는 이름을 일컫음. 지리적 표시 보호법은 2003년 10월 31일에 공표되고, 2004년 4월 28일에 발효되었음

6) 저작권

- 저작권(copyright)이란 문학, 과학, 예술, 방송 및 기타 정신적인 분야에서 작가에 의해 창작된 작품에 대한 독점권을 의미함. 컴퓨터 프로그램 및 데이터베이스, 인접권(neighboring rights) 등이 속함. 저작권 등록을 위해서는 등록신청서, 저작물 1부, 공증된 위임장, 신분증 및 기타 신분증명 서류, 법인의 경우 국적증명서를 제출하면 됨

(나) 특허 출원

- 태국 특허 출원 시 필요 사항 :특허 기술 명세서를 포함하여 모든 출원은 태국어로 작성이 되어야 함
 - ① 출원서 : 특허출원서 양식은 특허법에 따라 발행된 통상부령에 의해 규정
 - ② 특허 기술 명세서
 - ③ 양도증(Assignment) : 출원인이 발명자 또는 고안자와 다를 경우
 - ④ 출원인 진술서(Statement) : 출원인과 발명자가 동일한 경우
 - ⑤ 위임장(Power of Attorney) : 위임장은 서명이 기재된 국가에서 공증을 받아야 하며, 외국어로 작성된 경우 태국어 번역문이 함께 제출되어야 함. 태국의 자국민이 대리인을 위임할 경우, 지식재산청장으로부터 인가 받은 대리인을 임명하면 됨.
 - ⑥ 우선권 증명서류(certified priority document) : 태국 이외의 국가에서 최초 출원이 이루어지고, 이 최초 출원일로부터 12개월 내에 태국에서 출원을 한 경우 우선권 주장을 증명하기 위한 우선권 증명서류가 제출되어야 함

- 태국 특허 존속기간 : 특허권 보호기간은 20년

(다) 상표 출원

- 태국 상표의 종류
 - ① 상표 (Trademark)
 - ② 서비스표 (Service mark)
 - ③ 증명 표장 (Certification mark)
 - ④ 집합 표장 (Collective mark)

- 태국 상표 등록출원의 요건:
 - ① 상표 출원서는 태국어로 작성이 되어야 함
 - ② 위임장 및 표장이 태국어가 아닌 경우 반드시 태국어 번역문을 제출하여야 함
 - ③ 태국의 상표 출원은 1상표 1류 1출원주의를 원칙으로 함. 여러 개의 상품류를 대상으로 한 다류 출원은 불가능 함
 - ④ 개류에 속한 지정 상품 모두를 신청하고자 할 경우, 개개의 상품명을 구체적으로 기재하여야 함
 - ⑤ 태국의 상표 출원 요금은 지정 상품 개수에 따라 다르므로, 상품류 전체를 포괄적으로 가리키는 지정상품명은 기재해서는 안됨

- 태국 상표 등록출원시 필요한 서류:

- ① 출원서
 - ② 상표 견본
 - ③ 위임장 : 외국의 출원인이 태국의 대리인을 위임하여 출원을 진행할 경우, 출원인의 위임사항이 기재된 위임장이 제출되어야 함. 위임장은 서명이 기재된 국가에서 공증을 받아야 하며, 외국어로 작성된 경우 태국어 번역문이 함께 제출되어야 함. 태국의 자국민이 대리인을 위임할 경우, 지식재산청장으로부터 인가받은 대리인을 임명하면 됨
 - ④ 신분증 사본
 - ⑤ 국적증명서(certification of juristic status) : 외국 기업 또는 외국인이 출원인인 경우, 해당 국가에서 자국의 정당한 기업 또는 국민임을 증명하는 증명서를 제출하여야 함
 - ⑥ 상품 분류(classification) 및 지정상품명 : 상표 등록을 하고자 하는 1개 분류와 구체적인 상품명 리스트를 제출하여야 함
 - ⑦ 우선권 증명서류(certified priority document) : 태국 이외의 국가에서 최초 출원이 이루어지고, 이 최초 출원일로부터 6개월 내에 태국에서 출원을 한 경우 우선권 주장을 증명하기 위한 우선권 증명서류가 제출되어야 함
- 태국 상표권 존속기간 : 상표권 보호기간은 10년

(라) 디자인 출원

- 태국 디자인 등록출원의 요건
- ① 출원언어 : 태국어
 - ② 디자인 출원 원칙 : 1개 물품에 대한 1개 디자인
 - 여러 개의 디자인을 대상으로 한 1개 출원은 불가능. 물품의 전체가 아닌 일부의 디자인을 대상으로 한 출원과 등록이 가능
- 태국 디자인 등록출원시 필요한 서류
- ① 출원서
 - ② 특허 기술 명세서
 - ③ 양도증 : 출원인이 창작자와 다를 경우
 - ④ 위임장 : 외국의 출원인이 태국의 대리인을 위임하여 출원을 진행할 경우, 출원인의 위임사항이 기재된 위임장이 제출되어야 함. 위임장은 서명이 기재된 국가에서 공증을 받아야 하며, 외국어로 작성된 경우 태국어 번역문이 함께 제출되어야 함. 태국의 자국민이 대리인을 위임할 경우, 지식재산청장으로부터 인가받은 대리인을 임명하면 됨
 - ⑤ 우선권 증명서류 : 국내에서 최초 출원이 이루어지고, 이 최초 출원일로부터 6개월 내에 태국에서 출원을 한 경우 우선권 주장을 증명하기 위한 우선권 증명서류가 제출되어야 함

- 태국 디자인 권리 보호 기간 : 디자인 특허의 보호 기간은 태국 출원일로부터 10년(디자인 특허권의 보호 기간은, 일단 만료되면 갱신이 불가능)

(마) PCT 국제 출원

- PCT 국제 출원을 통한 태국 국내 단계 진입
 - 국내 단계 진입 기간 : 우선 일로부터 30 개월 이내
- 제출해야하는 서류 : 아래 서류를 태국어로 된 번역문으로 제출해야함.
 - ① 명세서, 청구항, 요약 및 도면의 표현
 - ② 19조 보정이 된 경우, 국제 출원 시 청구 범위 및 보정 후 번역문
 - ③ 국제 예비 심사를 청구 한 경우, 국제 예비 심사 보고서
- 태국 특허권의 존속 기간 : 특허권의 존속 기간은 출원일로부터 20년

< TIP >

- 특허는 PCT에 가입되어 있지만, 상표는 아직 마드리드 협정에 가입되어 있지 않음
- 타인(가맹점사업자)에게 상표 사용을 허가하기 위해서 상표권 등록이 되어 있어야 함
- 지식재산권 관련 지원기관
 - 특허청 지식재산센터 : 비영어권 브랜드 개발 지원, 해외출원비용지원(지역 지식재산센터 대표번호 1661-1900)
 - 한국지식재산보호원 : 지식재산권 소송보험 지원 및 IP 분쟁 초동 법률자문 지원(한국지식재산보호원 해외지원팀 02-2183-5891~5), 기업간 협의체 구축 및 공동대응 지원(한국지식재산보호원 분쟁예방팀 02-2183-5871~8)
 - KOTRA : 해외 지식재산센터(IPDESK)운영 및 지식재산권 상담(KOTRA 해외투자 지원단 02-3460-7352, 7359)

3 계약체결

가. 계약체결 시 고려사항

(1) 마스터 프랜차이즈 진행의 필요성

(가) 직접진출 시 발생하는 Risk

직접진출 시 진출국의 프랜차이즈 관련 법률, 지식재산권 보호 등 법률·제도나 정치·경제적·문화적 상황을 자세히 알기 어렵고, 언어의 한계, 상거래상의 한계 등으로 인하여 실패의 가능성이 높음

(나) 진출국의 법률 · 제도적 제한

- 외국기업의 프랜차이즈 진출 시 기업설립 제한이나 업종 제한, 가맹점 수 제한 등 자국의 중소기업을 보호하기 위한 법률 · 제도적 제한을 두고 있음
- 마스터 프랜차이즈 진출방식의 경우, 해당 진출국 역시 자국의 경제성장에 유익할 수 있어 법률 · 제도적 제한을 피할 수 있음

(다) 진출기업의 자금 및 인적 · 물적 자원의 한계

- 직접진출 시 현지개업단계나 해외사업관리단계 뿐만 아니라 해외진출준비단계, 해외진출확정단계에서도 많은 자금이 필요하며, 영어나 해당국 언어에 능통한 직원, 법률 전문가 등 인적자원 역시 필요함
- 국내 프랜차이즈의 기업규모로 볼 때, 이렇게 많은 투자비용과 자원을 들인 해외진출 사업이 실패할 경우 기업에 많은 피해를 줄 수 있어, 마스터 프랜차이즈 진출유형이 바람직함

(2) 프랜차이즈 관련 법률 및 제도의 반영

(가) 해당국 법률 · 제도의 반영의 필요성

- 마스터 프랜차이즈 형태로 진출하는 경우에는 프랜차이즈 기업 자신이 직접적으로 해당 법령의 규제를 받는 경우는 드물 수 있으나, 현지의 마스터 프랜차이지가 관련 법령을 위반하는 경우에는 해당 브랜드에 대한 현지국민 및 관련기관 등의 인식이 나빠져 향후 해당국에서 프랜차이즈 사업자체가 어려워 질 수 있음

- 마스터 프랜차이즈 계약서를 작성함에 있어서 현지의 중요한 법령을 반영하고, 이를 준수하지 않을 시에는 계약을 해지하고 브랜드 회수조치를 취함으로써 브랜드 이미지의 훼손을 방지할 필요가 있음

(나) 반영해야 하는 관련 법률

- 상표법 Trademark Act 1991, Trademark Act(No.2) 2000
- 특허법 Patent Act 1979, Patent Act(No.2)
- 저작권법 Copyright Act 1994
- 공정거래법 Trade Secret Act 2002
- 경쟁법 Trade Competition Act 1999
- 세법 Revenue Code 1938
- 계약법 Unfair Contract Terms Act 1997

※ 프랜차이즈를 특별히 규율하는 법률이 없기에 가맹본부와 가맹점 간 쌍방이 대등한 조건으로 체결하는 계약에 대해서는 특별한 규제가 없으며, 다른 사업과 마찬가지로 태국에서의 프랜차이즈 사업도 거래 당사자 간 권리와 의무가 계약에 의해서 효력을 발생하며, 계약의 내용이 해당 프랜차이즈 사업방식과 밀접하게 관계되어 있음

(3) 마스터 프랜차이즈 계약의 기본내용

(가) 기본내용

1) 계약의 명칭 등

브랜드명(로고포함), 마스터 프랜차이즈 계약이라는 계약명칭, 당사자의 표시 및 계약체결의 사실·일자 등을 명시하여 계약을 특정함

2) 개념 정의

해당 계약서에서 사용되는 용어의 개념을 명확히 하여 계약내용의 이해를 돕고 의도한 내용으로 계약이 체결될 수 있도록 함

3) 선행조건

계약의 효력발생 요건을 기재하며, 마스터 프랜차이즈 계약을 체결하여 효력이 발생하게 되면 프랜차이즈의 상표권·시스템을 포함한 기타 지적재산권이 마스터 프랜차이즈에게 흘러가게 되는 바, 진실한 혹은 성실한 마스터 프랜차이즈에게만 시스템 등을 전수함으로써 시스템 혹은 브랜드가 복제당하는 것을 막을 필요가 있음

따라서 가급적 초기비용의 완불 혹은 법령상 필요한 조건의 구비를 선행조건으로 삼는 것이 필요하고, 나아가 마스터 프랜차이지가 일정기간 동안 비용을 지불하지 않는 경우에는 계약을 해지할 수 있도록 함

4) 독점적 영업지역의 부여

해당국의 영토의 크기·규모·인구에 따라 적절하게 활동지역을 분배하여 마스터 프랜차이즈 계약을 체결.

5) 프랜차이저의 초기의무

프랜차이저는 마스터 프랜차이지가 프랜차이즈 본부로서의 역할을 제대로 수행할 수 있도록 영업 및 마케팅 노하우, 숙련된 인력을 통한 직원교육, 인테리어 디자인 등을 제공할 의무가 있음

이 부분은 프랜차이저의 상황에 따라 구체화하여 기재할 수도 있고 간략하게 기재할 수도 있음

6) 프랜차이저의 지속적 의무

브랜드 사용의 허가, 마케팅 및 운영 매뉴얼의 제공, 물품공급 및 기타 영업지원 등의 의무가 있는 바 이를 규정함

7) 마스터 프랜차이지의 기본 의무

① 로열티 등의 지급의무

마스터 프랜차이지의 가장 기본적인 의무임. 로열티의 종류와 지급시기, 지급계좌 등에 대해서 자세히 기술함. 최초의 가입비, 직영점 및 가맹점 개설에 따른 로열티·감리비, 단위 화폐 및 환율 등에 대하여 규정함. 다만 로열티 규모를 정함에 있어서는 총매출에 대한 비율로 규정할 수도 있으나 총매출 산정이 어려운 경우에는 일정금액으로 정하는 것이 더 효과적일 수도 있음

② 직원 교육 의무

프랜차이저의 운영매뉴얼 등에 따라서 시스템 운영을 할 수 있도록 본사, 직영점 및 가맹점의 직원들을 지속적으로 교육하는 것이 필요한 바, 이를 규정함

③ 투명한 회계 및 관련 정보의 제공

매출액 등은 로열티 산정이 기준이 되는 바, 정확하고 투명한 회계 및 회계자료에 대한 프랜차이저의 자유로운 접근이 필요함. 따라서 회계관련 자료의 구비 및 제공의무를 규정해 두는 것이 필요함

④ 가맹점 및 직영점의 운영

직영점 및 가맹점의 위치에 대한 승인 여부, 매장 운영과 관련된 매뉴얼 준수, 종업원들의 복장, 비밀유지 조치 의무 등을 규정함. 나아가 매장위치를 선정함에 있어서는 마스터 프랜차이지로 하여금 해당 위치에 대한 정보 및 선정근거 등을 제공하도록 하여 이를 근거로 판단할 수 있도록 하는 것이 좋음

⑤ 최소 가맹점 오픈 의무

경우에 따라서는 마스터 프랜차이지가 직접 프랜차이즈 사업을 운영할만한 능력이나 의지가 없으면서 사업권을 획득하였다가 양도할 의도로 마스터 프랜차이즈 계약을 체결하는 경우가 있을 수 있음. 또한 설령 그러한 경우가 아니라하더라도 해당국으로의 진출 이후 실제 사업진행이 지지부진하다면 결과적으로 브랜드의 이미지가 훼손될 우려가 있음

그러므로 일정기간 안에 일정 수 이상의 직영점 혹은 가맹점을 오픈할 의무를 부담시킴으로써 프랜차이즈 사업이 실질적으로 진행될 수 있도록 동기를 부여함과 동시에 실제 운영능력과 의지를 가진 사람과 마스터 프랜차이즈 계약을 체결할 수 있음. 다만 실제 목표 개수는 브랜드의 특성에 따라 달리 할 수 있음

나아가 해당국에서 마스터 프랜차이지가 프랜차이즈를 경영하기 위해서는 일정기간 동안 직영점을 운영해야 하는 경우도 있으므로 이러한 부분도 확 인하여 규정하여야 함

⑥ 광고 및 마케팅 의무

마스터 프랜차이지는 프랜차이즈 사업의 활성화 및 브랜드 이미지 제고를 위해 마케팅을 수행할 의무가 있으며, 마케팅 수행시 프랜차이지의 승인을 받은 시안을 사용할 의무가 있음. 나아가 광고 등은 프랜차이지의 명성을 높이는 방향으로 시행되어야 하며 광고등과 관련된 저작물의 저작권은 모두 프랜차이지에게 있음을 기재함

8) 법률 및 매뉴얼 등의 준수

해당국의 모든 법령을 마스터 프랜차이즈 계약서에 반영하는 것은 불가능하기도 하고 불필요하기도 한 바, 마스터 프랜차이지에게 법령의 준수의무를 부과하고 특히 프랜차이즈와 관련된 법령의 경우에는 이를 마스터 프랜차이지가 조사하여 프랜차이지에게 보고하도록 하거나 조사된 내용은 계약서에 기재하는 것이 좋음

9) 비경쟁의무

해외진출의 경우 거리상·비용상의 문제로 실질적인 관리감독이 어려워 마스터 프랜차이지가 프랜차이지의 노하우 및 영업비밀을 이용하여 새로운 브랜드나 경쟁업종을 영위하는 경우가 종종 있음. 따라서 이러한 것을 방지하기 위하여 계약기간 동안 동일업종을 영위하는 것을 막고, 계약기간이 종료한 후에도 일정기간 동안에는 동일업종을 영위하는 것을 금지할 필요가 있으며, 나아가 비경쟁의무는 계약당사자는 물론이고 그 대표자 및 대표자의 친인척 등에게도 동일하게 부과하는 것이 필요함

10) 기밀유지

프랜차이지의 매뉴얼, 노하우 기타 비밀자료 등은 중요한 자산으로서 이를 외부로 유출하는 것은 재산권 침해가 됨. 따라서 이를 방지하기 위하여 비밀유지 의무 및 비밀사용 범위를 규정하고 위반시에는 계약해지 및 손해배상청구 사유로 규정하여야 함

11) 사업권의 양도 및 우선매수청구권

프랜차이저는 물론이고 마스터 프랜차이지 또한 사업권을 양도해야 할 경우가 발생함. 그런데 마스터 프랜차이지가 프랜차이저의 허가 혹은 승인없이 자유롭게 사업권을 양도해 버린다면 프랜차이저의 애초 의도와는 달리 마스터 프랜차이지의 능력과 의지를 검증할 기회마저 상실하게 되어 브랜드가치를 보호하지 못할 수도 있음. 이에 마스터 프랜차이지의 사업권은 원칙적으로 양도하지 못하는 것으로 하고, 예외적으로 프랜차이저가 허가하거나 합의된 경우에만 양도할 수 있도록 하는 것이 필요함

나아가 마스터 프랜차이지가 위와 같이 계약기간 중에 사업권을 양도하거나 계약이 종료된 후에 직영점 등을 양도하는 경우에는 프랜차이저 혹은 프랜차이저가 지정하는 자에게 우선적으로 양도하도록 하거나 우선협상권을 주는 것이 필요하며, 이와같은 우선매수청구권을 통하여 프랜차이저는 기존의 마스터 프랜차이즈 기간을 발판으로 직접 진출을 시도할 수도 있으며, 브랜드가 소멸하는 것을 막을 수 있음

12) 상표권

상표는 프랜차이즈의 중요한 내용 중의 하나로서 해외에 진출하기에 앞서 상표권을 해당국에 등록해두는 것이 필요함. 나아가 상표 사용의 기간 및 범위, 계약기간 종료 후의 사용금지 의무, 제3자에 의한 상표권 침해시 통지의무 등을 규정하고 상표권 침해에 관한 소송진행 여부는 프랜차이저에게 결정권이 있음을 규정해 두는 것이 필요함

13) 계약기간

계약기간을 규정하고 계약기간이 만료되는 경우에는 재계약을 체결함을 규정함. 다만 계약의 발효는 마스터 프랜차이지가 초기 가맹금을 전부 지급하는 날부터 발효됨을 규정함

14) 계약의 종료

계약종료 사유를 명시하고 계약종료의 효과를 규정함. 특히 상표의 사용금지, 매뉴얼 등 지적재산권의 반환, 프랜차이저의 로고가 들어 간 광고물 등의 반환 의무를 규정함.

15) 손해배상

계약상 중요한 의무와 관련하여 이를 위반할 경우의 위약금 기타 손해배상을 규정함. 손해액의 입증이 어려운 점을 고려하여 위약금 규정을 두는 것이 필요함.

16) 불가항력

전쟁, 폭동 등 계약당사자에게 귀책사유를 돌릴 수 없는 불가항력에 의해 계약 이행이 불가능한 경우에는 양 당사자가 면책됨을 규정해 두는 것이 필요함.

17) 분쟁의 처리

마스터 프랜차이즈가 프랜차이즈 사업을 하면서 발생할 수 있는 여러가지 분쟁에 대하여는 마스터 프랜차이즈가 책임지고 해결하도록 규정함으로써 후일 책임소재를 둘러싼 분쟁을 예방하도록 함.

18) 통지방법 및 계약의 수정

계약 당사자 사이의 의사교환의 수단을 명시하여 후일 의사의 전달 여부를 둘러싼 분쟁을 방지하도록 함. 또한 계약의 수정은 양 당사자 사이의 문서에 의한 합의를 통해서만 가능하도록 함으로써 계약의 변경여부에 대한 분쟁을 방지함.

19) 준거법 및 언어

계약의 해석 및 판단 기준이 되는 준거법과 언어를 규정한다. 계약서는 영문본이 해석의 기준이 되도록 함으로써 상호분쟁의 소지를 줄이는 것이 필요함

< TIP >

- 로열티나 마스터 프랜차이즈 계약금 현황은 각 국가별, 기업별 일률적으로 책정되기 어려움. 일반적으로 최초 마스터 계약금은 1억~1.5억 수준이 가장 많으며, 로열티는 가맹점당 매출의 4%미만대가 많음. 「IV. 외식기업의 태국 진출전략 >3. 태국 진출단계별 전략 >가. 진출단계별 주요 전략」 참조
- 로열티 수취방식에는 매출 기준(경상 로열티, Running royalty-매출, 수량, 이익 등 기준), 매출과 무관한 로열티(일괄 지불, (Lump-sum royalty), 상한 및 하한 로열티, 기타(선불 로열티) 등의 여러 방식이 있음
- 계약체결 시 로열티나 마스터 프랜차이즈 계약금 수취방식이나 원천과세 포함 여부 등 세금부담여부도 결정하여야 함

< TIP >

- 해외진출 시 본사의 파견직원이 없이 운영되는 것은 실패의 가능성이 높아, 계약시 파견직원의 이민 및 거주에 관한 내용도 반드시 기재되어야 함
- 계약체결 시 분쟁이나 리스크(Risk)의 예방조치나 해결방식 및 면책조항을 내용에 포함할 필요가 있음
「IV 외식기업의 중국 진출전략 > 2.태국 진출전략(진출유형) > 나. 파트너 선정 시 주의사항」 참조

(나) 외식관련 내용

1) 레시피 혹은 물품 제공의무

프랜차이즈는 마스터 프랜차이즈에게 자신의 특수한 레시피 혹은 소스 등을 제공할 의무가 있으며, 필요한 경우 식자재를 지정하거나 직접 제공할 수도 있음

2) 지정물품의 취급 의무

프랜차이저의 브랜드 통일성 및 고유한 특성을 유지하기 위해서는 마스터 프랜차이저는 자신이 임의로 물품 혹은 식자재를 선택하여서는 안 되며 프랜차이저 혹은 프랜차이저가 지정한 업체로부터 공급받은 물품을 사용하여야 함. 이러한 지정물품 사용의무는 마스터 프랜차이저가 모집한 가맹점에 대한 관계에서도 동일함.

식자재 등 사용물품의 현지화에 대하여는 별도의 서면합의를 통해 결정할 수 있도록 하여야 함

3) 레시피 등의 준수 의무

지정물품 취급의무와 동일선상에서 맛의 동일성을 유지하기 위해서는 레시피를 준수하여야 함

4) 지정된 장비 등의 설치

마스터 프랜차이저는 자신의 직영점과 가맹점에 프랜차이저에 의하여 지정된 혹은 지정된 기준에 부합하는 장비를 설치하고 이를 확인받을 의무가 있음

5) 매장관리 및 종업원의 복장 규정 등

외식업체의 경우 매장의 청결상태, 원부자재의 보관상태 및 매장에서 근무하는 종업원들의 유니폼 착용 및 그에 관한 감독규정이 필요함

나. 마스터 프랜차이즈 표준계약서

(1) 표준계약서 양식 샘플 A

| |
|---|
| <p>마스터 프랜차이즈 표준계약서 (태국-외식) (브랜드명) (브랜드명) Master Franchise Agreement</p> |
| <p>[Franchisor] 회사명 : 대 표 : 주 소 :</p> |

이메일 :

서 명 :

[Master Franchisee]

회사명 :

대 표 :

주 소 :

이메일 :

서 명 :

년 월 일

<로고>

본 계약은 ___년 ___월 ___일자로 다음의 당사자 사이에서 체결되었다.

(A) 제1 당사자: 대한민국 법에 의해 설립되어, _____에 그 사무소를 두고 있는 주식회사인 _____(이하 "Franchisor" 또는 FR)

(B) 제2 당사자: _____법에 의해 설립되어, _____에 그 사무소를 두고 있는 주식회사인 _____ Co. Ltd. (이하 "Master Franchisee" 또는 "MF")

위 당사자들은 다음과 같이 합의한다.

제 1조 (정의)

본 계약에서 해당 문구에 따라 다른 의미를 갖는 외에 다음의 정의를 따른다.

1. "Franchisor"란 대한민국 및 태국의 상표권 및 특허, 의장실용 등 법의 보호를 받는 프랜차이즈 _____ 및 이를 위한 SYSTEM 등을 운영하는 회사를 포괄하여 지칭한다.

2. "Master Franchisee"란 계약지역에서 _____라는 브랜드로 직영점을 개설하고, 독점적으로 Unit Franchisee를 모집하여 운영지원하고 제품을 공급하며 Franchisor의 운영방침에 따라 지도할 수 있는 권한을 가진 자를 말한다.

3. "Unit Franchisees"란 Master Franchisee에 의해 모집되어 직접 가맹점을 운영하

는 자를 말한다.

4. "직영점"이란 Master Franchisee에 의해 직접 개설되고 운영되는 전문점을 말한다.

5. "가맹점"이란 Master Franchisee가 직접 모집한 Unit Franchisee에 의해 운영되는 _____ 전문점을 말한다.

6. "매장"이란 계약지역에서 Master Franchisee와 Unit Franchisee에 의해 운영되는 _____ 점포를 의미한다.

7. "제품"이란 Franchisor가 Master Franchisee에게 공급(판매)하는 원재료, 초도물품, 기자재 및 기타 자료를 지칭한다.

8. "계약지역"이란 Master Franchisee의 독점적 영업구역으로 _____ 영토 내로 한다. 본 계약서에 명시된 계약지역의 범위를 벗어나 다른 지역으로 사업을 확장 하고자 할 경우에 Master Franchisee는 사전에 Franchisor와 협의하여야 하며 동일한 방법으로 마스터 프랜차이즈 계약을 체결하여야 한다.

9. "하위 프랜차이즈 계약"이란 계약지역에서 계약기간 내에 Master Franchisee와 Unit Franchisees 사이에 체결된 프랜차이즈 계약을 말한다.

10. "사업"이란 Master Franchisee가 본 계약의 조건에 따라 계약지역 내에서 프랜차이즈 영업을 착수 및 영위하는 것을 의미한다.

11. "매뉴얼"이란 사업을 운영함에 있어서 Master Franchisee에 의한 준수 및 이행을 위해 Franchisor가 수립 및 제작한 기법, 프로세스, 기술, 시스템 및 체계에 관한 설명서로 구성되는 사업에 관한 Franchisor의 표준 운영 지침을 말한다.

12. "마스터 프랜차이즈"란 본 계약의 조건에 따라 Franchisor가 Master Franchisee에게 부여하는 권리 및 계약지역 내에서의 독점적 판매권을 의미한다.

13. "마스터 프랜차이즈의 대가" - 다음의 전부 또는 그 일부로 구성되는 금액.

- (a) 가입비(계약수수료)
- (b) 로열티
- (c) 감리비용

14. "로열티"란 마스터 프랜차이즈의 대가로서 Franchisor에 대해 지급되는 것으로 그 액수는 제6조 제1항에 의해 결정된다.

15. "상표"란 본 계약의 Appendix A에 기재된 상표와 제품 및 그러한 상표의 등록을 위한 출원에 적용되는 기타 상표 및/또는 서비스표를 의미한다.

16. "상호"란 _____ 또는 제품 판매를 위해 사용하는 기타 명칭을 의미한다.

17. "계약"란 조항(Articles), 부록(Appendices)을 포함하여 본 계약서에 포함된 모든 사항을 의미한다.

18. 본 계약에 첨부된 부록(Appendix), 부속문서 또는 증거서류는 본 계약의 불가분의 일부를 이룬다.

제 2조 (선행조건)

본 계약은 Master Franchisee가 Franchisor에게 지급할 가맹비 기타 초기 비용의 최종적 완불을 전제로 한다. Master Franchisee가 초기비용을 지불하지 않는 경우 Franchisor는 지급요구일로부터 2달의 유예기간이 지난 후 계약을 해지할 수 있다.

제 3조 (계약지역에 대한 독점 판매권 부여)

Franchisor는 Master Franchisee에게 계약기간(~) 동안 계약지역 _____ 내에서 라는 브랜드로 직영점 개설과 운영 및 프랜차이즈 모집 사업과 관련한 모든 활동(영업, 점포개설, 제품생산, 판매 및 광고 활동 등)을 독점적으로 할 수 있는 권한을 부여한다.

제 4조 (Franchisor의 초기 의무)

1. Franchisor는 Master Franchisee가 계약지역 내에서 직영점 개설과 운영 및 가맹점 사업을 원활히 진행할 수 있도록 마케팅 및 영업방법 등의 노하우를 전수할 의무가 있다.

2. Franchisor는 Master Franchisee에게 직영점 및 가맹점의 원활한 개설을 위하여

인테리어, 매장관리, 직원관리, 식자재관리 등의 관리 및 운영 노하우를 전수하여 Master Franchisee가 Unit Franchisee를 지원할 수 있도록 적극 협조할 의무가 있다.

3. Franchisor는 Master Franchisee가 사업을 성공적으로 진행할 수 있도록 본 계약의 해지사유가 있지 않는 한 제품의 원활한 공급과 유·무형의 Franchisor자원을 적극 지원할 의무가 있다.

4. 직영점 및 가맹점의 설립을 감독 및 지도할 인력을 제공하고, 최초 ____개의 점포에 대해서는 1개월의 기간 동안 계약지역 내 운영 직원에게 트레이닝을 제공한다.

5. Franchisor 인력의 제공 및 파견을 포함하여 사업이 공식적으로 개시될 때까지 협력 및 지침을 제공할 의무가 있다.

6. Franchisor 인력의 계약지역으로의 제공 및 파견에 소요되는 여비, 숙박비 및 관련 비용은 Master Franchisee가 부담한다.

제 5조 (Franchisor의 지속적인 의무)

계약기간 동안 Franchisor는 다음에 대해 동의한다.

1. 사업 수행의 허가

Master Franchisee가 본 계약에 따라 허용된 명칭 또는 Franchisor가 서면으로 명시하거나 승인한 기타 명칭 또는 호칭을 사용하여 독점적으로 사업을 영위할 수 있음을 허가한다.

2. 마케팅자료, 운영매뉴얼 등 제공의무

계약 기간 동안 Master Franchisee에게 Franchisor의 최신판 마케팅 자료, 운영 매뉴얼 등을 무상으로 제공한다.

3. 자문

사업의 홍보, 광고 및 판촉 활동과 관련하여 Master Franchisee의 요청이 있는 경우 최대한 신속하게 조언 및 조력을 제공하도록 한다.

4. 트레이닝

Master Franchisee의 요청에 따라 Franchisor는 제품의 구매, 판매 및 일반운영절차를 포함한 사업의 전반적인 운영에 관한 트레이닝을 Master Franchisee에게 제공한다.

5. 영업지원

1) Franchisor는 Master Franchisee에게 필요한 영업자료 및 상표, 디자인, 각종 광고물 등의 자료를 제공한다. 다만 이를 계약지역에 맞게 번역 및 변경하는 것은 Master Franchisee의 역할이다.

2) Franchisor는 신제품의 안내와 각종 설비 등에 대한 정보, 자료를 제공한다.

3) 제조 및 서비스교육과 운영교육 및 영업지원은 각각 Franchisor의 한국본사와 Master Franchisee의 계약지역에서 이루어진다.

4) 위 3)의 경우 여비, 숙박비 등의 관련 비용은 Master Franchisee가 선지급한다.

제6조 (Master Franchisee의 의무)

Master Franchisee는 계약이 지속되는 기간 동안 항상 다음을 준수할 것을 Franchisor에게 서약 및 약속한다.

1. 가맹비, 로열티, 비용 및 기타 수수료 등 지급

1) 화폐 단위 및 기준 환율

- ① 본 계약에 대한 화폐 단위는 미국 달러화(USD)를 기준으로 한다.
- ② 지급 기준 환율은 청구 전월 한달 평균 환율로 규정한다.

2) 가맹비(계약수수료)

① Master Franchisee는 계약지역 내에 Franchisor의 브랜드로 직영점 개설 및 가맹점을 모집할 수 있는 독점적 권리를 부여 받는 조건으로 가맹비를 아래와 같이 Franchisor에 지급한다.

i) Master Franchisor Fee : _____USD

ii) 계약기간: __년을 기본으로 한다. 계약만료 후 재계약 연장 시에는 __년 단위로 __회 연장 가능하며 재계약 연장시 수수료 및 기타 금액이 상향 조정 될 수 있다.

② Master Franchisee가 지불한 가맹비는 Franchisor에게 즉시 귀속하며 계약의

해지, 종료, 무효, 취소 등을 포함한 어떠한 경우에도 환불되지 아니한다. 다만 송금 일로부터 7일 내에 한하여 계약지역 내의 천재지변 또는 계약지역 전체의 전면적인 전쟁 등 불가항력적인 사유로 인해 Master Franchise 사업을 진행할 수 없는 경우라고 양 당사자 모두가 인정하는 경우에만 예외적으로 환불될 수 있다.

3) 직영점 개설에 따른 로열티 및 감리 비용

Master Franchisee는 로열티 및 직영점 개설에 따른 감리 비용을 다음과 같이 지급한다.

① 로열티: 매월 총매출액의 _____%

직영점 로열티는 Master Franchisee가 매월 집계하여 다음 달__일까지 지급한다.

② 직영점 개설시 감리비용: _____USD

i) 직영 2호점 개설시까지 반드시 Franchisor 가 파견한 감독자의 감리를 받아야 한다.

ii) 직영 3호점 이후 시공 감리 여부는 Master Franchisee에게 달려 있다.

iii) 감리비용은 Master Franchisee가 매월 집계하여 다음 달 __일까지 지급한다.

4) 가맹점 개설에 따른 가맹가입비, 로열티 및 감리비용 Master Franchisee가 계약지역 내에 가맹점 개설에 따라 Unit Franchisee로부터 받은 가맹가입비, 로열티 및 감리비용을 다음과 같이 지급한다.

① 가맹가입비 및 로열티

i) 가맹가입비: Master Franchisee가 Unit Franchisee로부터 지급받을 가맹가입비는 _____USD이며, 이 중 __%는 Franchisor에게 지급한다.

ii) 로열티: Master Franchisee는 Unit Franchisee로부터 지급받는 로열티는 매월 총매출의 _____%로 하며, 이 중 __%는 Franchisor에게 지급한다.

iii) 지급시기: 위 가맹가입비와 로열티는 Master Franchisee가 매분기별로 집계하여 아래와 같이 지급하고, 그 산정 근거가 되는 회계자료를 E-MAIL, 국제우편, FAX 등의 방법을 통해 반드시 송부한다.

1분기(1~3월 분): 4. 20. 까지 지급

2분기(4~6월 분): 7. 20. 까지 지급

3분기(7~9월 분): 10. 20. 까지 지급

4분기(10~12월 분): 다음 해 1. 20. 까지 지급

② 가맹점 개설시 감리비용: ____USD

i) 가맹 1호점 개설시까지 반드시 Franchisor 가 파견한 감독자의 감리를 받아야 한다.

ii) 직영 2호점 이후 시공 감리 여부는 Master Franchisee에게 달려 있다.

iii) 감리비용은 감리요청과 동시에 지급되어야 한다.

5) 제품에 대한 대금지급

Franchisor가 공급하는 제품에 대한 대금은 다음과 같이 지급한다.

① 제품 공급에 대한 모든 배송비, Franchisor에게 송금시 발생하는 송금수수료, 환전수수료, Master Franchisee 국가에서 책정하는 관세 및 기타 세금 등은 제품에 대한 대금지급과 별도로 Master Franchisee가 부담한다.

② Master Franchisee는 제품 발주 후 ____일 이내에 대금을 선 입금하여야 하며 Franchisor는 입금 확인일로부터 ____일 이내에 제품을 선적하여야 한다. Franchisor는 선입금이 확인되지 않으면 제품 선적을 거부할 수 있다.

6) 별도 비용기준

① Master Franchisee를 지원하기 위하여 Franchisor에게 발생하는 출장비, 교육비 등 일체의 비용은 Master Franchisee가 실비 부담한다.

② Franchisor는 상기 ①항의 지원 비용을 Master Franchisee로부터 선 입금 받은 후 Master Franchisee일정에 맞춰 업무지원을 하도록 한다.

③ Master Franchisee는 계약지역 내에 의 독점적 사용권을 가지고 직영점개설, Unit Franchisees 모집 및 개설을 적극 진행한다. Master Franchisee는 이를 위해 다양한 마케팅 및 영업 활동을 진행해야 하며 이에 대한 비용은 Master Franchisee가 부담한다.

7) 대금 결제 계좌

Master Franchisee는 직영점 및 가맹점의 가맹비, 로열티, 비용, 기타 수수료 및 모든 관련 대금 결제를 아래 계좌로 Franchisor에 게 지급한다.

은행명:

Swift Code:

계좌번호:

예금주:

8) 연체 이자

마스터 프랜차이즈의 대가의 지급에 대한 연체 또는 지체가 있는 경우, Master Franchisee는 본 계약에 첨부된 Appendix B Section 2 소정의 연체 이자율에 따라 그러한 지체 또는 연체된 지급에 대한 이자를 지불한다.

9) 상계금지

어떠한 경우에도 본 계약에 따라 Master Franchisee 제품대금 등에 대해 지급해야 할 여하한 액수를 상계하지 않는다.

2. 제품

1) Master Franchisee는 Franchisor가 공급하거나 지정한 제품 혹은 지정한 업체가 공급하는 제품만을 취급하고 Unit Franchisee에 공급하여야 한다. 만일 Franchisor의 승인 없이 이를 위반하거나 이행하지 아니할 경우 Franchisor는 계약을 파기할 수 있다.

2) Master Franchisee는 Unit Franchisee가 동일한 제품 및 판매가 격을 준수하도록 지도, 감독하고 또한 Master Franchisee 고유의 품질을 유지하며 지정한 제품만을 사용하도록 지도, 감독하여야 한다.

3) Master Franchisee는 계약 지역 내에서 와 유사한 가맹점 사업 및 경쟁관계에 있는 사업자로부터 제품 등을 구매, 유통하지 못한다.

4) Master Franchisee는 사전에 수요를 예측하여 Franchisor 혹은 Franchisor가 지정한 자에게 주문하며, 제품을 수령하였을 경우에는 검수(품목, 규격, 상태, 수량 등)하여 이상이 있을 시 수령일로부터 7일 이내에 공급자에게 이러한 사실을 통지하여야 한다. 또한 Franchisor 혹은 제3자의 사정으로 말미암아 제품수급이 원활하지 못한 경우에는 Franchisor의 승인을 받아 이와 동등 또는 유사한 대체품을 사용할 수 있다.

5) Franchisor가 Master Franchisee에게 제공하는 제품의 현지화가 상호이익이 되며 합리적 타당성이 있다고 판단될 경우 문서를 통해 이를 협의할 수 있다.

3. 인력 및 트레이닝

1) Master Franchisee는 Franchisor로부터 전수받은 가맹점 개설 및 인테리어, 매장관리, 직원관리, 식자재관리 등의 관리 및 운영노하우를 Unit Franchisee에게도 충분히 전수할 수 있도록 슈퍼바이저들을 육성하고, 이들이 순회하며 Unit Franchisee의 성공적인 매장운영을 지도할 수 있도록 적극 지원한다.

2) Master Franchisee는 각 매장 개설 10일전까지 Master Franchisee와 Unit Franchisee가 매장 운영에 성공할 수 있도록 직영점 및 가맹점에서 근무할 직원들의 교육을 완료하여야 하며, 이를 위하여 별도의 교육장을 개설하고 운영하여야 한다.

4. 회계 및 정보 제공

1) 정확하고 적정한 회계

① 신뢰할 수 있는 회계 관행 및 계약지역 내에서 일반적으로 받아들여진 원칙에 따라서 사업의 수행에 관하여 정확한 별도의 기록 및 회계를 유지한다.

② 그러한 기록 및 회계에 대하여 1년에 1회 유자격 감사인으로 하여금 감사하도록 한다.

③ Master Franchisee의 회계연도 종료 후 90일 이내에 (전술의 감사인에 의해) 감사 받은 모든 회계 사항에 대한 영문 및 태국어 사본 각 1부를 Franchisor에게 제출한다.

2) 매출 및 가맹사업 관련 각종 자료 및 정보의 제공

① Franchisor와 Master Franchisee는 사업의 협력과 성공적인 발전을 위하여 매출 및 영업사항에 대하여 매월 정기적으로 투명한 정보 및 자료 제공 교류 체계를 갖는다.

② Master Franchisee는 매월 말일 기준으로 Franchisor에게 회사의 매출자료, 가맹점 계약서 및 가맹을 증명하는 근거자료와 가맹점 매출에 대한 자료 등을 Franchisor에게 문서(E-MAIL, 국제우편, FAX, POS SYSTEM 전산자료 포함)를 통해 정확하고 성실하게 제공한다.

③ Franchisor는 매출에 대해 실사할 수 있는 권리 및 계약지역 내 매장의 POS

SYSTEM 등의 전산자료에 대해 열람할 수 있는 권리가 있으며 Master Franchisee는 Franchisor의 위 권리 실행에 대해 적극 협조하여야 한다.

④ Franchisor는 Master Franchisee가 매출 및 가맹에 대한 정보를 성실하게 제공하지 않는다고 판단될 경우 Master Franchisee의 매출 및 회계자료에 대하여 열람을 요청할 수 있고, 이에 대해 Master Franchisee는 요청 받은 날로부터 10일 이내에 그 자료를 제공하여야 한다. 만약 Master Franchisee가 합리적으로 인정될 만한 특별한 사유 없이 위 기간 내에 자료를 제공하지 아니하는 경우, Franchisor는 서면 (국제우편, Fax, E-mail 등)으로 다시 그 제공을 요구할 수 있고, 그 요구 받은 날부터 10일 안에 자료를 제공하지 아니하면 Franchisor는 즉시 계약을 해지할 수 있는 권리를 갖는다.

5. 직영점 및 가맹점 매장 운영 등

1) 매장의 위치

① Franchisor는 Master Franchisee와 계약기간 동안 계약지역 내 직영점 매장 위치에 대한 의사결정 권한을 갖는다.

② Master Franchisee는 계약기간 동안 계약지역 내 매장 개설 시 매장 위치에 대해 Franchisor에게 매장위치 선정에 관한 관련자료를 제출하여 검토할 수 있도록 한 후 그 승인을 얻어 매장을 개설하며, 매장 오픈 후에는 관련자료를 첨부하여 Franchisor에게 보고한다. 이때 Franchisor는 개설 전 승인한 내용대로 매장이 개설되었는지 여부를 확인하여 시정을 요구 할 수 있다.

③ Master Franchisee는 Franchisor의 서면에 의한 사전승인 없이 매장위치를 변경할 수 없다.

2) 청결 및 정돈

Master Franchisee는 Franchisor가 지시한 바에 따라 직영점 및 가맹점이 항상 청결하고 정돈된 상태로 유지되도록 관리한다.

3) 장비의 설치/수리/교체

Master Franchisee는 Franchisor가 요구하는 사양의 장비/기기를 구입하여 설치하여야 하고, 매뉴얼 혹은 Franchisor가 요구하는 바에 따라 매장 및 그 장비를 양호한 상태로 유지관리하고 장비를 교체 및 교환함으로써 Franchisor의 상호 및 사업의 위

상을 강화할 수 있도록 한다.

4) 임의의 장비교체 금지

Master Franchisee는 Franchisor의 서면에 의한 사전승인이 없이는 매장에 설치된 장비를 임의로 교체하거나 새로운 장비를 도입하지 않는다.

5) 복장/유니폼

① 사업의 운영에 관여하는 모든 직원으로 하여금 매뉴얼 또는 Franchisor가 정하는 바에 따른 복장을 갖추도록 한다.

② 사업의 운영에 관여하는 모든 직원으로 하여금 매뉴얼이 정하는 바에 따라 항상 깔끔하고 청결한 외양을 갖추고 고객에게 친절하고 신속한 서비스를 제공하도록 하여야 한다.

6) Franchisor는 직영점 및 가맹점의 운영상황을 점검하고 시정이 필요하다고 판단한 경우에는 Master Franchisee에게 시정을 요구할 수 있다. Master Franchisee는 사안에 따라 30일 혹은 60일 이내에 시정조치를 완료하고 그 결과를 Franchisor에게 증빙자료를 첨부하여 보고하여야 한다.

7) 운영매뉴얼의 준수 및 기밀유지

① Master Franchisee는 운영매뉴얼에 규정된 혹은 수시로 규정 및 개정되는 내용을 준수하여 프랜차이즈를 운영하여야 하며, Unit Franchisee로 하여금 이를 준수하도록 하여야 한다.

② 매뉴얼은 Franchisor의 재산으로서 Franchisor의 명시적인 사전서면 동의가 없는 한 그 일부 또는 전부를 복제·복사하거나 외부로 유출할 수 없다. Master Franchisee는 운영매뉴얼 내용의 기밀유지를 위해 책임있는 예방조치를 취하여야 하며 이를 Franchisor에게 보고하여야 한다. 단, Unit Franchisee의 대표자에게는 전파할 수 있다.

③ 계약만료시 Master Franchisee는 자신이 관리 또는 소지하고 있는 운영매뉴얼 전부를 Franchisor에게 반납하여야 한다.

6. 최소 직영점 및 가맹점 모집

1) Master Franchisee는 계약 지역 내에 직영점 및 그 비율을 아래와 같이 유지하여야 한다.

- ① 계약일로부터 1년 이내 : 직영점 ___개 이상(실제 운영되는 직영점 기준)
- ② 계약일로부터 2년 이내 : 직영점 ___개 이상(실제 운영되는 직영점 기준)
- ③ 직영점 비율 : 계약지역 내 전체 매장 수 대비 최소 ___%를 유지하도록 한다.

2) Master Franchisee는 2개의 직영점 운영을 성실히 이행한 후 Unit Franchisee 모집 및 개설에 문제가 없다고 Franchisor가 판단할 경우, 본 계약 체결일로부터 1년이 지난 시점부터 Franchisor와 협의 하에 Unit Franchisee를 모집할 수 있다. 이 경우 그 비율을 아래와 같이 유지하여야 한다.

- ① 최초 가맹점 영업시작일로부터 1년 이내: ___개 이상(실제 운영되는 가맹점 기준)
- ② 최초 가맹점 영업시작일로부터 2년 이내: ___개 이상(실제 운영되는 가맹점 기준)
- ③ 최초 가맹점 영업시작일로부터 3년 이내: ___개 이상(실제 운영되는 가맹점 기준)

3) 최초 가맹점 영업시작일로부터 3년 이내에 Master Franchisor가 위 직영점 및 Unit Franchisee 모집 조항에 따른 의무를 이행하지 못한 경우 아래와 같이 로열티를 변경한다.

직영점 ___%→ __%, 가맹점 ___%→ __%

4) 계약기간 ___년 내에 매장 수는 운영 매장 누적 기준으로 최소 ___개 이상 운영함을 원칙으로 한다.

7. 광고 및 판촉

1) Master Franchisee는 자신의 비용으로 Unit Franchisee 모집광고 및 영업, 판매 촉진 활동을 하여야 하며, 계약 지역 내에서 Unit Franchisee 유치 극대화 및 효율적인 관리를 위하여 최선을 다하여야 한다.

2) Master Franchisee는 Unit Franchisee 모집광고 및 영업 활동 시에 Franchisor의 승인을 받지 아니한 광고물·상징물 등을 사용하지 아니한다.

3) Master Franchisee는 계약 지역 내에서 매장을 개설한 후 원활한 Unit Franchisees

모집과 개설한 매장의 활성화를 위해서 Master Franchisee의 비용으로 광고 및 홍보 활동을 수행한다.

8. 인테리어

1) Franchisor는 Master Franchisee가 계약 지역 내에서 회사의 사업으로 책임진 행할 수 있도록 인정하고 Master Franchisee는 기술을 보유한 시공업체로 하여금 Franchisor가 승인한 도면과 시방서에 따라 정밀 시공하도록 한다.

2) Master Franchisee는 계약기간 동안 Franchisor의 통일적 이미지와 수준에 부합하도록 도면, 시방서 등을 작성하여 사전에 Franchisor의 승인을 받아 진행하며, 최초 ___호점까지는 시공 후 Franchisor의 검수를 받아야 한다. 이때 Franchisor는 개설 전 승인한 내용대로 시공되었는지 여부를 확인하여 시정을 요구할 수 있으며, 시정요구를 받은 Master Franchisee 요구일로 부터 60일 이내로 시정완료하고 그 결과를 보고하여야 한다. 매장의 확장, 변경, 수선, 교체 등의 경우에도 동일하다.

9. 법률, 기법 등의 준수

1) 법률, 명령, 규칙 등 준수

① 제품의 구입 및 판매를 포함하여 사업의 개시, 수행, 운영 및 유지에 관련하여 각 해당 영역에 대한 법률, 명령, 규칙, 고시 등을 준수하여 계약지역 내의 가맹 사업이 원활하게 이루어지도록 한다.

② Master Franchisee는 관할관청에 프랜차이즈를 등록하고 이를 연장 또는 갱신하도록 한다.

③ Master Franchisee는 사본을 첨부하여 Franchisor에게 등록 혹은 등록 연장 사실을 통지하여야 하며, Franchisor는 Master Franchisee에게 Unit Franchisee의 모집의 승인, 마스터 프랜차이즈 계약의 갱신 등을 검토함에 있어 위 등록증명서의 취득 및 갱신 여부를 고려한다.

④ 영업지역내의 법률 등과 Franchisor가 Master Franchisee에 게 제공하는 매뉴얼 등이 충돌하는 경우에는 영업지역내의 법률 등이 우선하며, 이러한 경우 Master Franchisee가 매뉴얼 등을 준수하지 않는 것은 본 계약위반에 해당하지 않는다. 이때 Master Franchisee는 Franchisor에게 서면으로 매뉴얼 등을 준수하지 않은 사실과 비준수의 사실을 즉시 통지하여야 한다.

2) 면허 등의 신청

Master Franchisee의 비용으로 계약기간 동안 계속해서, 영업 면허 또는 사업 면허 및 계약지역 내에서 사업의 개시, 유지 및 운영을 위해 요구되는 기타 면허, 허가, 증명 또는 서비스를 취득 및 유지하여야 한다.

3) 매뉴얼의 준수

모든 면에 있어서 특히 양질의 상품 및 서비스, 청결 관련 사항에 관하여 매뉴얼(최신판, 수정본 포함)을 준수한다.

10. 그 밖의 의무

1) Master Franchisee는 계약 지역 내에서 _____ 의 브랜드 이미지를 손상시키는 행위를 하여서는 아니되며 _____의 유, 무형 자산이 제3자에 의해 침해되지 않도록 적극 관리한다.

2) Master Franchisee는 가맹사업의 통일성과 Franchisor의 명성, 신뢰를 유지하는데 노력하여야 하며 계약지역에 맞는 마케팅과 가맹점 모집 및 운영 노하우 등을 적극적으로 발굴하여 현지화 할 수 있도록 노력한다.

제7조 (비경쟁 조항)

1. 계약기간 중 비경쟁

1) 본 계약의 계약기간 동안 Master Franchisee는 Franchisor의 사전 서면 승인이 없이 직접 또는 간접적 경쟁자의 경쟁 사업에 관련한 일체의 직접 또는 간접적인 경제적 권리 등을 취득하지 않는다.

2) 본 계약의 계약기간 동안 Master Franchisee는 계약지역 내에서 동종 업종에 대한 사업을 하여서는 아니된다.

2. 계약 종료 후 경업금지

Master Franchisee는 계약기간 종료 후 또는 계약의 해지일로부터 5년 동안은 계약 지역 내에서 동종업종에 대한 사업을 하여서는 아니된다.

3. 위 1,2항의 의무는 Master Franchisee, Master Franchisee가 속한 법인, Master Franchisee의 대표자, Master Franchisee의 가족 및 친척, Master Franchisee 대표자의 친인척에게도 동일하게 적용되며, 본항에 열거된 사람들이 위1,2항의 의무를 위

반하는 것은 Master Franchisee의 의무위반으로 간주된다.

제8조 (기밀유지)

1. Master Franchisee는 본 계약의 계약기간 중 및 본 계약이 종료한 후에도, Franchisor의 사전 서면 동의 없이는 Franchisor로부터 직접 또는 간접으로 얻은 정보, 자료, 매뉴얼 등 또는 Franchisor와 거래하는 과정에서 알게 된 제품에 관한 가격, 제품의 품질과 제조비법(레시피) 등을 포함하는 모든 정보를 제3자에게 공개하여서는 아니된다.

2. 전항의 기밀 정보 내지 Franchisor에 관한 기밀 자료는 Franchisor가 제공한 양식으로 작성된 기밀유지 및 비공개 계약서에 서명한 자를 제외하고는 일체 제3자에게 공개 또는 배포하지 아니한다. 위의 비밀유지 약정서에 서명한 사람의 명단은 서명 후 20일 이내에 Franchisor에게 통지한다.

3. 전항의 기밀 정보를 본 계약에 따른 사업의 유지 외의 목적을 위해 사용하여서는 아니된다.

4. 본 조항의 위반은 중대한 계약위반으로서 Franchisor는 즉시 계약을 해지할 수 있다.

제9조 (계약상 권리의 양도와 이전):

1. Master Franchisee에 의한 양도

Master Franchisee는 아래의 제9조 제2항 기재의 조건에 의하는 경우를 제외하고는 본 계약상의 권리의 전부 또는 일부를 양도 또는 이전할 수 없다. 그리고 이러한 양도 또는 이전을 위해서 Master Franchisee는 Franchisor의 사전 서면동의를 받아야 한다.

2. 양도허용의 조건

본 계약상의 Master Franchisee의 권리의 양도, 이전 또는 매각에 대한 여하한 동의는 다음의 조건을 따른다 (다만 다음의 어떠한 조건도 제안된 양도 또는 이전에 대하여 동의하거나 합리적 유보를 할 수 있는 Franchisor의 재량을 제한하지 아니한다).

1) Master Franchisee는 Franchisor에 의해 제안된 여하한 양도 또는 이전의 조건

을 승인한다.

2) Master Franchisee는 Franchisor에게 비환불의 양도수수료를 지급하여 Franchisor로 하여금 해당 신청을 검토 및 처리하고 양수인의 훈련에 총당하도록 한다. 양도수수료는 _____USD를 초과하지 않는다.

3) Franchisor의 선택에 따라,

① Master Franchisee와 양수인이 Franchisor가 제공하는 마스터 프랜차이즈 양도 계약서에 따라 양도 계약을 체결하거나

② Franchisor와 양수인이 Franchisor가 제공하는 마스터 프랜차이즈 계약서에 따라 마스터 프랜차이즈 계약을 체결한다 (계약기간을 잔여기간으로 할지 아니면 새롭게 계약기간을 설정할지는 Franchisor의 재량으로 한다).

4) Master Franchisee는 양수신청과 동시에 Franchisor에게 본 계약에 따라 제공된 매뉴얼 및 기타 자료들을 반환하여 양수인에게 제공되도록 한다.

5) 양수인은 Franchisor의 트레이닝 프로그램을 성공적으로 이수한다.

3. 우선매수청구권

1) Master Franchisee는 제3자에게 본 계약상 권리의 전부 또는 일부를 양도 또는 이전하기에 앞서 Franchisor에게 우선적으로 양도의사를 통지하여야 한다. Franchisor는 위 통지를 받은 날로부터 1개월 이내에 양수의사를 표명할 수 있고, Franchisor가 양수의사를 표명하면 Master Franchisee는 Franchisor와 우선적으로 양도 협상을 하여야 한다.

2) 마스터 프랜차이즈 계약이 종료되어 Master Franchisee소유의 직영매장을 양도하는 경우에도 위 1)항과 동일하다.

4. Franchisor에 의한 양도

본 계약 또는 Franchisor와 Master Franchisee 사이의 여하한 다른 계약에 그와 반대되는 어떠한 규정에도 불구하고, Franchisor는 Master Franchisee에게 최소 30일 전에 사전 서면 통지를 하고 본 계약상의 자신의 권리 또는 의무의 전부 또는 일부를 양도 또는 이전할 수 있다.

제 10조 (상표)

1. Master Franchisee의 상표 등 사용권

1) Franchisor는 자신의 서비스표 등 Master Franchisee에게 제공하는 지적재산권에 대하여 서비스표 등록 등 보호절차를 구비하였음을 보장한다.

2) Master Franchisee는 Franchisor의 동의하에 자신의 계약 지역 내의 유일한 Master Franchisee로서 매장에 상표를 부착할 수 있으며 Franchisor가 승인한 범위 내에서 Franchisor의 상호 및 디자인 등을 활용할 수 있다.

2. 계약종료에 따른 상표 사용의 중지

계약이 종료되면 Master Franchisee는 30일 이내 Franchisor가 승인한 상표 기타 상징물의 사용을 중지하고 자신의 비용 부담으로 수거작업 및 이미지 철거 등을 하여야 한다.

3. 권리침해의 통지

만약 Master Franchisee가 Franchisor의 상표권이 제3자에 의해 침해 되거나 침해될 우려가 있음을 알게 된 경우, Franchisor에게 이를 즉시 알려 Franchisor가 적절한 조치를 취할 수 있도록 한다.

4. 보상 / 면책

1) Master Franchisee는 본 계약 내용에서 정한 것과 다른 방식으로 Master Franchisee 또는 그와 관련된 자가 Franchisor의 상표, 상호 및 디자인 등을 사용함으로써 Franchisor가 입은 모든 손해를 배상할 의무가 있다.

2) 본 계약 내용에서 정한 것과 다른 방식으로 Master Franchisee 또는 그와 관련된 자가 Franchisor의 상표, 상호 및 디자인 등을 사용함으로써 제3자에게 손해를 가하고 이에 대해 Franchisor가 손해배상책임을 부담하는 경우, Master Franchisee는 제3자로부터 Franchisor를 면책시켜야 하며 그에 대해 단독으로 제3자가 입은 전 손해를 배상할 의무를 진다.

제 11조 (계약기간)

1. 본 계약은 제12조에 따라 조기에 종료되는 경우를 제외하고는 계약일로부터__년간 계속하여 유효하다. 단 계약의 발효일에 대하여는 제2조가 본 조에 우선하여 적

용된다.

2. 계약기간이 만료되는 시점에 본 계약의 주요 내용은 양측의 합의에 따라 세부 조건을 변경하여 재계약할 수 있다.

제 12조 (계약의 종료)

1. 당사자의 의무 위반 또는 기타의 사정으로 인한 계약의 종료 다음에 해당하는 경우, Franchisor와 Master Franchisee는 서면(국제우편, E-MAIL, FAX포함)으로 계약 종료를 통지할 수 있으며 통지를 받은 날로부터 60일 후에 계약이 종료된다. 다만 이 계약서의 개별조항에 별도의 규정이 있는 경우에는 그에 따른다.

- 1) Franchisor와 Master Franchisee 사이의 계약기간이 만료된 경우
- 2) Franchisor 또는 Master Franchisee가 파산하거나 지급 불능인 경우
- 3) Master Franchisee가 Unit Franchisee로부터 불이행의 구제조치 요청을 받은 날로부터 30일 내에 조치를 취하지 못하는 경우 또는 Master Franchisee가 영속 기업으로서의 기능을 중지한 경우
- 4) 어느 일방이 본 계약의 각 조항을 위반하거나 이행하지 아니할 시 30일의 기한을 정하여 이의 시정을 요구하였으나 시정하지 아니 한 경우
- 5) 계약 내용의 변경으로 재계약 체결이 불가능한 경우

2. 상호합의에 의한 종료

상기의 제12조 제1항에도 불구하고, 양 당사자는 상호 서면 합의에 의해 본 계약을 종료할 수 있다.

제 13조 (종료의 효과)

본 계약의 종료시 다음과 같은 효과가 발생한다.

1. 사업의 중단

Master Franchisee는 사업운영 및 기법의 사용을 중단하고, 추후로 어떤 방식으로도 스스로를 Franchisor의 Master Franchisee 혹은 가맹점으로서 표시하지 않으며, Master Franchisee와 Franchisor간의 가맹(Franchise)관계를 연상시킬 수 있는 어떠한 행위도 하지 않는다.

2. 상호 등 사용의 중단

Master Franchisee는 Franchisor의 상호, 상표 및 이와 유사한 다른 상호, 로고, 의

장, 표지 등을 사용하지 않는다.

3. 광고물 등의 제거

Master Franchisee는 Franchisor와 동일시되거나 동일시될 수 있는 혹은 Franchisor를 연상시킬 수 있는 모든 표지 또는 광고물을 폐기한다.

4. 매뉴얼의 반환

Master Franchisee는 매뉴얼 및 그가 소유 또는 관리하는 Franchisor에 관한 기밀정보 또는 영업비밀을 포함하고 있는 기타 자료를 전부 Franchisor에 반환한다.

제 14조 (손해배상)

1. Master Franchisee는 Franchisor의 상표권, 특허, 의장권과 기타 제품에 구현된 재산권이 Franchisor의 독점적 소유임을 인정하여야 한다.

2. Master Franchisee는 Franchisor의 사전 서면 동의 없이는 Franchisor로부터 직접 또는 간접으로 얻은 정보, 자료, 매뉴얼 등 Franchisor와 거래하는 과정에서 알게 된 제품에 관한 가격, 제품의 품질과 제조 비법, 사양, 인테리어 디자인, 시공법, 자재목록, 홍보물 디자인, 마케팅 기획 등을 포함하는 모든 정보를 제3자에게 공개해서는 아니 된다(제8조 기밀유지).

3. Master Franchisee는 Franchisor가 제공하거나 인정한 제품만을 사용해야 한다(제6조 제2항).

4. Master Franchisee는 Franchisor에게 법인 및 모든 매장 매출의 투명성을 보장해 주어야 하며 이와 관련해 매출 누락을 해서는 아니 된다.

5. 상기 제1~4항을 위반할 경우 Master Franchisee는 Franchisor에게 각 조항 당 ___USD 에 해당하는 금액을 손해배상해야 한다.

제 15조 (불가항력)

1. 어느 당사자도 전쟁, 혁명, 폭동, 파업, 노동쟁의, 화재, 홍수, 정부의 조치, 기타 당사자가 통제할 수 없는 사유로 계약조건을 불이행 하거나 이행 지연한 경우에는 상대방에 대하여 그로 인한 책임을 부담하지 않는다.

2. 이와 같은 불가항력적인 사유가 발생한 경우, 그로 인하여 이행을 하지 못하는 당사자는 상대방에게 진전상황을 즉시 통보하여야 한다. 그러한 불가항력 사유가 제거되는 즉시 피해 당사자는 지체 없이 해당의무를 이행하여야 한다.

제 16조 (보험)

계약지역 내에 모든 직영점과 가맹점은 각종 보험 등의 부보를 통하여 자산과 인사상의 손해에 사전방어 하여야 하며, 그럼에도 불구하고 직영점 및 가맹점에서 발생하는 각종 사고는 Master Franchisee의 책임으로 처리 하여야 하고 어떠한 경우에도 Franchisor의 책임으로 할 수 없다.

제 17조 (분쟁의 처리)

Master Franchisee는 계약지역 내에서 직영점 개설 및 Unit Franchisee를 모집, 개설, 관리 등을 하면서 발생하는 분쟁을 Master Franchisee의 책임으로 처리하여야 하며 어떠한 경우에도 Franchisor의 책임으로 할 수 없다.

제 18조 (비포기)

Master Franchisee의 의무 불이행 또는 이행지체에 대해 Franchisor가 본 계약에 따라 주어진 권리 또는 구제책의 행사를 하지 않거나 유예하는 것은 그러한 의무 불이행 등에 대한 권리 포기 또는 묵인으로서 해석되지 않는다. 또한 Master Franchisee에 의한 다른 또는 추후의 의무 불이행 또는 이행지체에 대한 Franchisor의 권리 또는 구제책의 행사에는 아무런 영향도 미치지 아니한다.

제 19조 (통지)

당사자간 달리 합의하지 않는 이상 모든 통지는 본 계약 상단에 규정된 당사자들의 주소지로 하여야 한다. Master Franchisee는 주소 혹은 이메일이 변경된 경우 즉시 Franchisor에게 통지하여야 하며, 미통지시 본 계약 상단에 규정된 주소지에 대한 통지는 법적으로 유효한 통지임을 인정한다.

제 20조 (계약의 수정 및 변경)

1. 본 계약에 대한 어떠한 수정 또는 변경도 문서화되어 Franchisor 및 Master Franchisee 의 정당한 대리인이 서명하지 않으면 발효되지 않는다.

2. 본 계약에서 정한 각종 수수료는 Master Franchisee와 Franchisor가 상호 간에 서면(국제우편, FAX, E-MAIL등)으로 합의한 경우에 신설, 변경 또는 폐지할 수 있다.

제 21조 (준거법 및 중재)

1. 준거법

이 계약은 대한민국 법에 따라 해석되고 규율된다.

2. 언어

양 당사자는 본 계약 및 관련 문서는 모두 영어로서 작성되어 교부됨을 동의한다. 다만 본 계약서를 포함한 일체의 관련문서는 태국의 법률이 요구하는 경우 태국어를 포함한 다른 언어로 번역될 수 있다. 다만 의미의 충돌이 있는 경우에는 영문본이 기준이 된다.

3. 중재

이 계약으로부터 이 계약과 관련하여 또는 이 계약의 위반, 불이행으로 말미암아 당사자간에 발생하는 모든 분쟁, 논쟁 또는 의견차이는 상호 원만히 협의하여 처리하고 부득이 중재가 필요한 경우에는 대한민국 서울특별시에서 대한상사중재원의 중재에 의하여 최종적으로 해결한다. 대한상사중재원에 의하여 내려지는 판정은 최종적인 것으로 당사자 쌍방에 구속력을 가진다.

Appendix A

(마스터 프랜차이즈 계약의 불가분의 일부로서 첨부되며, 이의 적용을 받음)

MF에게 허가된 지적재산권의 목록

Appendix B

(마스터 프랜차이즈 계약의 불가분의 일부로서 첨부되며, 이의 적용을 받음)

연체이자율

< TIP >

- 상기 마스터 프랜차이즈 표준계약서(태국-외식)는 (사)한국프랜차이즈산업협회에서 연구용역 한 자료이며, 영문본이 필요할 경우 (사)한국프랜차이즈산업협회(www.ikfa.or.kr)에 문의하길 권함

(2) 표준계약서 양식 샘플 B

마스터 프랜차이즈 계약(외식업)
마스터 프랜차이즈 계약
(기업형 식당 시스템 프랜차이즈)

1. 지명
2. 기한 및 갱신
3. 식당 위치
4. 장비의 규격
5. 식당 개발
6. 식당 개장
7. 교육
8. 식당의 운영과 관리
9. 영업 지원
10. 부기 및 기록/컴퓨터 시스템
11. 재무제표
12. 공급업체 정보
13. 매뉴얼
14. 마스터 프랜차이지, 매니저, 종업원
15. 보험
16. 독점 상표 및 인터넷
17. 면허 상표의 사용
18. 부적절한 사용
19. 최초 프랜차이즈 수수료
20. 시스템 수수료(로열티)
21. 광고료
22. 물품 구입
23. 검사

24. 불이행 및 해지

25. 기타 규정

**마스터 프랜차이즈 계약
(기업형 식당 시스템 프랜차이즈)**

본 계약은 ____년 __월 __일 주사업장이 [주소]에 소재하는 ()회사 _____(이하 "Franchisor"라 함)과 주사업장이 [주소]에 소재하는 [프랜차이지 회사명](이하 "Master Franchisee"라함) 간에 체결한다.

전 문

Franchisor와 계열사는 _____ 전문요리를 특징으로 하는 _____식당(이하 "brand 식당"이라 함)의 설립과 운영에 관하여 고유의 포맷을 개발 및 보유하였다

Franchisor와 계열사는 고유의 외관 및 인테리어 디자인과 장식, 색채 배합, 비품, 유니폼 표준, 규격, 운영 절차, 제공 제품 및 서비스의 품질과 균일성, 경영과 재고 관리 절차, 교육 및 지원, 광고 및 판촉 프로그램(이하 일괄하여 "시스템"이라 함)을 비롯하여 brand식당의 설립과 운영을 위한 포괄적 시스템을 개발하였으며, 본 시스템은 Franchisor에 의해 수시로 변경, 개선, 발전할 수 있다.

Franchisor와 계열사는 brand식당과 관련된 영업권 일체와 함께 brand 식당의 운영과 함께 현재나 향후 사용하는 기타 상표와 서비스 상표, 트레이드 드레스, 로고, 슬로건 일체(이하 일괄하여 "brand상표"라 함) 뿐 아니라 brand식당과 관련하여 사용하는 기타 지적재산권 일체에 포함된 일체의 권리와 자격, 이익의 유일한 독점 소유권자이다.

Master Franchisee는 본 계약과 brand 식당 모집 안내장을 검토하였음을 인정한다. Master Franchisee는 본 계약의 약관을 양해하고, 이는 brand상표의 신용과 시스템의 무결성을 보호하기 위하여 전체 brand식당에서 엄격한 Franchisor의 품질 기준의 균일성을 유지하는데 합당하게 필요하다고 인정한다.

Master Franchisee는 하기에 기술하는 장소에서 brand 식당을 운영하기 위한 상표권을 취득하고, 이에 따라 해당 지역에서 Franchisor의 명의로 Sub Franchisee를 교부할 지역 프랜차이즈(Master Franchisee) 사업을 영위할 독점권을 갖고자 하며, Franchisor는 본 계약에 명시하는 약관에 따라 Master Franchisee에 해당 프랜차이즈

즈 사업권을 교부하고자 한다.

이에 제 당사자는 하기의 약관에 따라 계약을 체결하기로 합의한다.

1. 지명

1) 본 계약의 규정에 따라, Franchisor는 본 계약 3(a)호에 의거하여 선정하는 장소(이하 "식당"이라 함)에서 별첨 A에 명시된 시스템과 ()상표, Franchisor가 수시로 인가하는 관련 상표 일체(해당 brand상표는 하기에 "피 면허 상표"라 함)를 이용하여 식당을 한 곳 이상 운영할 권리를 Master Franchisee에게 교부하며, Master Franchisee는 이에 이를 운영할 의무를 인수한다. 본 계약에 의하여 교부되는 프랜차이즈 사업권은 특정 지역에 국한한다. 따라서 Master Franchisee는 본 계약의 약관에 따라 해당 지역 안에서 개인이나 조직(이하 "Sub Franchisee"라 함)에게 Sub Franchisee를 제공하도록 Franchisor의 허가와 승인을 받은 태국 지역 프랜차이즈로서 사업을 영위할 독점권을 갖는다.

2) 신규 또는 변경 로고나 상호, 상표, 서비스 상표, 저작권 보호 자료, 신규 메뉴 항목, 신제품, 신 기법, 신규 장비의 채택과 이용을 비롯하여 시스템을 변경할 단독 재량권은 Franchisor에게 있다. Franchisor가 자비로 해당 변경을 요구할 경우 Master Franchisee는 합당한 시한 안에 이를 철저히 적용해야 한다.

3) 본 계약의 기한 동안 Master Franchisee는 Franchisor로부터 Master Franchisee로 선정되었음을 양지하고 초기 ()년 동안 지역 안에 ()개 식당을 개점하고 Sub Franchisee에게 ()개 프랜차이즈를 교부하며 해당 용도에 국한하여 언급된 지역 안에서만 Franchisor의 시스템과 등록 brand상표를 사용하기로 약정한다.

4) 본 계약에 별도로 명시적인 규정이 있는 경우를 제외하고, 전 세계 brand상표와 시스템, brand식당에 대한 권리 일체와 재량권, 기타 사업에 종사할 권리는 Franchisor와 그 계열사에 있다. 단, Master Franchisee나 Sub Franchisee가 본 계약을 위반하지 않을 경우 Master Franchisee에게 독점권이 교부되는 지역은 제외한다.

5) Master Franchisee의 프랜차이즈 사업권 승인 과정 일체는 Franchisor가 사용하는 절차를 준수해야 한다. 일반적으로 Master Franchisee의 운영에 적용되는 조건과 제한은 Sub Franchisee에게도 적용한다. Master Franchisee와 Sub Franchisee가 체결하는 Sub Franchisee 계약은 Franchisor의 사전 서면 검토와 승인을 받아야 한다.

2. 기한 및 갱신

본 계약 기한은 당사자 양측의 계약 작성일에 개시하여 (a) 1호점 개점일 ()주년
이나 (b) 임대계약의 해지나 만료일 가운데 이른 일에 종료한다(이하 “기한”이라
함). Master Franchisee는 기한을 ()회 연장할 권리가 있다. 단, 하기의 단서를 적
용한다.

1) Master Franchisee는 만료일 ()개월부터 ()개월 이전에 권리의 행사를
Franchisor에 서면 통보해야 한다.

2) Master Franchisee는 본 계약이나 Franchisor 또는 Franchisor의 계열사와의 기
타 계약을 준수해야 한다.

3) Master Franchisee는 갱신 조건으로 점포의 점유를 유지해야 한다. Franchisor
는 갱신 당시 존재하는 Franchisor의 규격 및 표준에 부합하도록 점포의 장비와 비
품, 설계, 장식의 업그레이드를 요구한다.

3. 식당 위치

1) Master Franchisee는 [도시/성, 국가]의 지역 안에 본인의 명이나 타소유권자의
명으로 식당(이하 “점포”라 함)을 운영할 권리를 교부 받는다.

2) Master Franchisee는 점포 선택에 대해 Franchisor의 승인을 얻고 동 규정은
Master Franchisee가 Sub Franchisee 계약을 체결할 때도 적용된다. 적절한 점포 선
택에 대한 책임은 전적으로 Master Franchisee에게 있다.

3) Master Franchisee가 개점하는 1호점에 대해 본 계약을 체결한 후 ()개월 또
는 Master Franchisee가 제안하는 부지를 Franchisor가 승인한 후 ()개월 안에,
Master Franchisee가 계약 당사자 이외의 사유로 인하여 임대계약을 체결하지 못할
경우 Master Franchisee나 Franchisor는 본 계약을 해지할 수 있다. 이 경우 본 계
약 19호에 명시된 일차 프랜차이즈 수수료는 Franchisor가 본 계약을 체결하면서
부담하는 비용이나 경비를 공제한 후 Master Franchisee에게 환불한다.

4) 이유 여하를 막론하고 Master Franchisee가 점포의 점유를 개시한 후 ()개월
안에 식당을 개점하지 않는 경우, Franchisor는 그 이후 어떠한 경우라도 식당 개점

이전에 Master Franchisee에게 서면해지 통보를 함으로써 본 계약을 해지할 수 있다. 본 계약이 본 규정에 의거하여 해지되는 경우, Master Franchisee는 본 계약 체결에 소요되는 Franchisor의 비용과 경비를 변상해야 하며 초기 수수료는 환불되지 않는다.

5) Master Franchisee는 지정된 지역에서만 식당을 운영할 수 있다. Master Franchisee는 본 계약에 따라 약정한 것과 동일하거나 유사한 유형의 제품이나 서비스를 판매하는 식당이나 점포, 기타 사업 형태의 개점이나 운영에 어떤 형태로든 종사할 수 없다.

4. 장비의 규격

Master Franchisee는 식당에 필요한 장비와 가구, 비품, 외부 및 내부 간판에 대해 Franchisor의 규격을 준수해야 한다. 규격에는 배달과 이행, 설계, 외관, 현장 구획, 간판, 도면 및 Master Franchisee가 제안하고 Franchisor가 설치 전에 승인하는 기타 제한에 대한 최소 표준을 포함할 수 있다. Franchisor는 장비나 가구, 비품, 간판 등이 규격에 부합하는지를 합당한 시한 안에 Master Franchisee에게 통지해야 한다. Franchisor는 유일하고 배타적인 재량에 따라 식당의 건설과 설계, 레이아웃 일체나 그 일부에 대한 규격 및 최소 기준을 Master Franchisee에게 제공할 수 있으며 Master Franchisee는 이를 준수하기로 합의한다.

5. 식당 개발

Master Franchisee는 brand 식당의 공사와 개발을 담당한다. Franchisor는 합당한 시한 안에 Master Franchisee의 서면 의뢰가 있을 경우 brand 식당의 설계와 일반 레이아웃에 대한 최신 규격을 Master Franchisee에게 제공한다. Master Franchisee는 공사를 개시하기 전에 Franchisor가 납득할 만한 수준으로 하기의 사항을 준수해야 한다.

1) Master Franchisee는 준거법과 규정, 조례 일체에 따라 승인된 점포에서 brand 식당 공사 및 가구나 비품을 설치하는데 필요한 Franchisor의 최선 설계도와 규격(이하 "도면"이라 함)을 채택하는 현장 레이아웃 및 작업 도면을 Franchisor에게 제출하여 승인을 받아야 한다. 도면은 Franchisor의 사전 서면 동의 없이 크게 변경하거나 수정할 수 없다.

2) Master Franchisee는 현행 규정과 유관 관청에서 규정하는 대로 당 구역설정

과 접근, 공공설비, 간판, 건설, 건강, 안전, 환경 상 필요한 증서를 포함하되 이에 국한하지 않고 건설에 필요한 허가증과 증서, 면허증 일체를 취득해야 한다.

6. 식당 개장

Master Franchisee는 정기 유지보수에 덧붙여 식당의 외관과 효율적인 운영을 운영 또는 개선하거나 사업 가능성을 제고하기 위하여 Franchisor가 때에 따라 요구하는 식당의 리모델링과 업데이트, 개장을 실행하기로 합의한다.

7. 교육

1) 초기 교육을 개시하기 전에 하기의 사항이 선행되어야 한다.

- ① 교육 신청인은 전원 Franchisor의 승인을 받아야 한다.
- ② Franchisor는 점포에 대해 Master Franchisee와 소유권자가 체결한 임대(혹은 전대) 계약서 사본을 수령해야 한다.
- ③ Master Franchisee는 본 계약 및 기타 계약과 관련하여 부담하는 금액을 지급할 의무를 이행해야 한다.

2) 교육은 식당 개점 예정일부터 약 ()주 전에 개시하며, 약 ()주 동안 진행한다.

3) Master Franchisee(와 주요 소유권자)와 Master Franchisee의 상근직 식당 매니저(이하 "식당 매니저"라 함)는 교육을 반드시 받아야하며, 식당을 개점하기 전에 Franchisor가 만족할 만한 수준으로 이수해야 한다.

4) Master Franchisee(와 주요 소유권자)를 비롯하여 교육생 전원은 Franchisor가 정하는 시간과 장소에서 진행되는 Franchisor의 교육 프로그램에 참석해야 하며 그 비용과 경비는 Master Franchisee가 부담한다. 교육 프로그램이 진행되는 동안 Master Franchisee(와 주요소유권자)와 식당 매니저는 식당의 운영에 관한 강의와 교육과 훈련을 받는다. Franchisor는 최대 ()인은 무료로 교육하되 초기 교육에 참석하는 추가 인원에게 합당한 요금을 부과할 권리가 있다. 보수나 교통비, 식비, 숙박비를 포함하되 이에 국한하지 않고 교육 프로그램을 참가하는 동안 소요되는 개인경비 전액은 Master Franchisee가 부담해야 한다.

5) Master Franchisee는 Franchisor가 규정하는 교육 기준과 절차에 의해 때에 따라 식당 종업원에게 교육 프로그램을 시행한다. Master Franchisee는 본 계약의 기

한 동안 항시 본 계약에 따라 식당을 운영할 수 있는 숙련된 종업원을 유지해야 한다. Master Franchisee는 교육 프로그램을 이수해야 하되 이를 이수하지 못하거나 거부하는 자는 고용하지 않기로 합의한다.

6) Master Franchisee는 식당 종업원 전원을 고용할 책임이 있고 태국 현행 규정에 따라 이들의 고용 약관을 전적으로 책임져야 한다.

7) Master Franchisee(또는 주요 소유권자)나 식당 매니저, 후임 식당 매니저는 Franchisor가 수시로 지시하는 추가 교육 프로그램과 판매회의, 운영 회의 및 대회에 참석해야 한다. 해당 추가 교육에 합당한 요금을 부과할 권리는 Franchisor에게 있다.

8) Master Franchisee의 Sub Franchisee 뿐 아니라 Sub Franchisee의 종업원 전원은 Master Franchisee가 지역 안에서 적시하는 장소에서 진행되는 교육을 만족스럽게 이수해야 한다. Master Franchisee는 필요하다고 판단되는 교육 일정과 프로그램을 직접 정할 수 있다. 단, 모든 교육 단위는 Franchisor의 기준에 따라 Sub Franchisee와 그 종업원에게 교육을 제공할 목적에 부합해야 한다.

8. 식당의 운영과 관리

1) 시스템과 관련하여 우수하고 균일한 기준을 유지하고 Franchisor의 신용과 명성을 증진 및 보호하기 위하여 Master Franchisee는 하기의 사항에 합의한다.

① 식당은 오로지 면허 상표 하에 brand 식당으로만 운영하고 제13호에서 언급하는 기밀 운영 매뉴얼을 엄수하며 다른 장소에서 타 유형의 사업을 운영하지 않는다.

② Franchisor가 요구하는 음식과 메뉴 품목, 기타 제품 일체를 판매하되 식당에서 기타 음식이나 메뉴 품목, 제품을 판매하지 않는다.

③ 식당의 설비, 유지보수, 직원 배치, 운영은 Franchisor가 기밀 운영 매뉴얼이나 기타 문서에서 수시로 정하는 방법과 절차, 기법을 엄수한다.

④ Franchisor가 수시로 개발 및 규정하는 광고, 판촉, 상품 자료와 프로그램을 활용하여 사업을 적극적으로 홍보한다.

⑤ Franchisor가 수시로 규정하거나, Franchisor가 규정한 것과 다를 경우 임대차계약에서 요구하는 주당 최저 일수와 일당 최저 시간동안 식당을 개장한다.

⑥ 시스템을 위해 정한 품질 및 균일성의 기준을 보호하는데 필요하다고 판단되는 Franchisor의 지시에 따라 식당과 식당의 외관을 ()의 영업에 부합하는 청결하고 정돈된 상태로 유지한다.

⑦ 항시 태국 유관 당국의 규정과 정책을 준수한다.

⑧ 항시 최대 수용 능력과 효율까지 식당을 운영할 수 있는 식품과 물품, 인력을 유지한다.

⑨ 식당의 운영과 관련하여 활용할 때 적합한 면허 상표를 상호명으로 제출 또는 등록한다. 해당 필수 제출물은 본 계약에서 교부하는 해당 상호를 사용할 라이선스를 명확히 적시하고 이를 제외한 어떤 권리나 자격, 이익도 Master Franchisee에게 교부하는 것으로 해석할 수 없다.

⑩ Franchisor가 판단 및 지시하는 대로 타 상호가 아니라 면허 상표로 식당을 운영한다. 단, 해당 상호에 대한 사용은 본 계약에서 교부되는 라이선스에 포함되는 약관에 의거하는 경우를 제외하고 해당 상호에 포함되는 권리나 자격, 이익을 Master Franchisee에게 교부하는 것으로 해석하지 않는다.

⑪ 면허 상표를 눈에 띄는 곳에, Franchisor가 때에 따라 서면으로 지시하는 방식에 따라 사용 및 전시하고 기타 상호나 상표, 서비스상표, 로고, 명칭을 사용하거나 전시하지 않는다.

⑫ 일반인 및 Franchisor와 공정하고 정직하게 거래한다.

⑬ 식당 매니저에게 식당 운영에 전력을 기울이도록 요구한다.

⑭ 식당 운영과 관련된 벌금과 위약금, 세금은 전액 납부한다.

⑮ 독점 상표가 일반인에게 향유하는 신용과 명성을 유지하기 위하여 Franchisor가 정하는 품질 및 서비스 기준을 일체 준수한다.

2) Master Franchisee는 Franchisor의 기밀 운영 매뉴얼에 지정된 메뉴품목 일체를 서비스해야 한다. 단, Franchisor가 해당 메뉴 품목 가운데 1개 이상의 제외에 서면 동의하는 경우에는 예외로 한다. 모든 메뉴 품목은 해당 기밀 운영 매뉴얼에 포함되거나 Franchisor가 수시로 별도 지시하는 조리법과 규격에 따라 조리 및 서비스해야 한다.

해당 식당은 Franchisor의 사전 서면 승인 없이 해당 지정 메뉴 품목이 아닌 음식이나 음료를 제공할 수 없다.

3) Master Franchisee가 Franchisor가 정하는 품질이나 서비스 기준을 유지하지 못하는 경우, Franchisor는 Master Franchisee의 종업원 교육에 필요하다고 판단되는 자를 해당 식당에 배정하고 품질 및 서비스 기준의 유지되도록 할 권리가 있다 (제24호에 따른 권리에 덧붙여). 해당 식당에 배정된 자에 대한 Franchisor의 실제 비용에 덧붙여 여비와 생활비는 Master Franchisee가 지급해야 한다.

4) 공중전화박스과 신문대, 주크박스, 껌 판매기, 게임기, 놀이기구, 자동판매기는 Franchisor의 서면 승인 없이 점포에 설치할 수 없다.

9. 영업 지원

1) Franchisor는 식당 운영과 관련하여 필요하다고 판단될 경우 Master Franchisee에게 수시로 영업 지원을 제공한다. 영업 지원은 하기 각호에 대한 자문과 지도를 포함할 수 있다:

- ① 직원 고용 및 평가
- ② Master Franchisee의 영업 중에 필요한 음식 조리와 공급 메뉴, 조리법, 음식
- ③ 광고 및 판촉 프로그램 제작
- ④ 신규 메뉴 개발과 기타 시스템 및 Master Franchisee 식당 개선평가와 테스트

2) Franchisor는 제13호에 기재된 기밀 운영 매뉴얼과 식당 운영을 위한 방식과 절차, 조리법, 기법을 지도하는데 필요한 기타 교육 및 교육 자료를 Master Franchisee에게 제공한다. 매뉴얼은 Franchisor가 식당 운영을 개선하는데 도움이 된다고 판단할 경우 수시로 개정할 수 있다.

3) Franchisor는 식당에서 경험하는 영업상의 문제와 제출된 보고서나 Franchisor의 검사에서 공개되는 문제를 Master Franchisee에게 수시로 통지할 수 있다. Master Franchisee는 3일 안에 동 문제를 시정해야 한다. 단, 건강 조례의 위반과 관련된 경우에는 위반 발생 후 24시간 안에 시정해야 한다.

4) 본 계약서에 별도로 규정하는 경우를 제외하고 Franchisor는 해당 영업 지원에 요금을 청구하지 않는다. 단, Franchisor는 Master Franchisee에게 공급하는 양식이나 기타 자료와 특별 영업 지원에 대해서는 합리적인 요금을 부과할 권리가 있다.

10. 부기 및 기록 / 컴퓨터 시스템

Master Franchisee는 식당 운영을 위해 태국 회계제도와 기타 관련 규정에 따라 Franchisor가 수시로 요구할 수 있는 관련 정보를 기록하는데 필요한 장부나 서류를 작성해야 하며, 해당 정보는 매출 전표와 금전 등록기 테이프, 판매점 시스템 영수증, 구매 주문서, 송장, 직원 급여 명세서, 수표 발행 내역서, 판매세 기록 및 영수증, 현금 영수증, 지출, 일지, 일반장부, brand 식당과 유사한 식당 업체가 일반적으로 비치하는 기타 해당 기록을 포함하되 이에 국한하지 않는다. 해당 장부와 기록은 점포에 비치해야 한다. Master Franchisee와 출납 업무를 수행하는 Master

Franchisee의 종업원이나 대리인은 판매 당시 고객의 입회하에 현금 또는 신용으로 이루어지는 해당 매출이나 기타 거래 영수증 일체를 비 재설정형 금전등록기나 누적 합계가 나오는 판매점 시스템에 기록해야 한다(또한 그에 대한 영수증을 고객에게 제공해야 한다). 해당 금전등록기나 시스템은 Franchisor가 승인하는 방식으로 밀봉하고 Franchisor가 요구하는 기타 해당 기능을 보유해야 한다. Master Franchisee는 총수입을 기록하고 기타 운영 정보 및 보고 기능을 수행하기 위하여 Franchisor가 수시로 명시하는 컴퓨터 하드웨어와 소프트웨어, 필수 전용 전화 및 전력선, 모델, 프린터, 기타 컴퓨터 관련 액세서리나 주변기기를 구매, 임대하거나 라이선스를 취득해야 한다. Master Franchisee는 Franchisor의 명시적인 사전 승인 없이는 식당 운영에 여타 하드웨어나 소프트웨어를 사용하지 않기로 합의한다.

11. 재무제표

Master Franchisee는 매월 말일 이후 30일 안에 전월과 당해 연도에 대해 감사를 거치지 않은 식당 손익계산서를, Master Franchisee의 회계연도 종결 이후 90일 안에 각 당해 연도 결산에서 작성된 손익계산서 및 대차대조표를 Franchisor에게 제출해야 하며, 각 서류는 태국 회계 제도에 따라 작성한다. Franchisor의 요청이 있을 경우 연말 재무제표는 Franchisor가 지정하는 공인회계법인의 감사를 받아야 한다.

12. 공급업체 정보

Master Franchisee는 Franchisor가 물품이나 원료, 상품의 구매와 관련하여 Master Franchisee의 공급업체로부터 직접 정보를 수령할 수 있다고 동의한다. 본 계약의 체결은 해당 정보의 취득에 필요한 허가 및/혹은 허락으로 간주한다.

13. 매뉴얼

1) Franchisor는 Master Franchisee에게 brand 식당의 의무 표준과 표준 영업 절차, 규칙 및 그 제안을 포함하는 기밀 운영 매뉴얼과 의무 메뉴와 조리법, 규격 및 제안을 담고 있는 조리 매뉴얼을 제공한다. 조리 매뉴얼은 기밀 운영 매뉴얼의 일부로 간주한다. 매뉴얼은 본 계약의 기한 동안 Master Franchisee에게 "대여"되며 본 계약의 해지나 만료시 반납해야 한다.

2) Master Franchisee는 언제든지 전술한 자료 전부나 일부를 복사, 복제, 기록, 재현하거나 동 자료를 비인가자에게 제공할 수 없다(단, Master Franchisee가 본 매뉴얼을 Sub Franchisee에게 제공하는 경우는 제외한다).

3) 매뉴얼은 항상 Franchisor의 독점 재산으로 점포 내 안전한 곳에 보관해야 한다. Master Franchisee는 항상 최신 매뉴얼을 갖추도록 해야 한다.

4) 매뉴얼의 내용에 대해 분쟁이 있을 경우에는 Franchisor가 Franchisor 본사에 비치하는 매뉴얼의 마스터 사본에 기재된 약관이 우선한다. Franchisor는 모든 brand식당의 균일하고 효율적인 운영을 증진하기 위해 운영 업데이트를 추가 및 실행할 권리가 있다. 단, 해당 추가나 변경은 본 계약에 따른 Master Franchisee의 기본 지위와 권리를 변경하지 않는다. 마스터 프랜차이지는 해당 매뉴얼과 운영 업데이트의 규정을 준수하기로 합의한다.

5) "기밀 운영 매뉴얼"은 게시판이나 이메일, 비디오테이프, 오디오테이프, 콤팩트 디스크, 컴퓨터 디스켓, CD ROM을 비롯하여 기밀 운영 매뉴얼의 일부로 간주한다고 구체적으로 언급하는 기타 매체에 의해 해당 정보를 전달하는 대체 또는 추가 수단도 포함한다

14. Master Franchisee, 매니저, 종업원

1) 식당은 항상 Franchisor 규격에 대한 교육 프로그램을 이수하고 영업시간에 식당 관리에 전력을 다하는 식당 매니저(Master Franchisee가 될 수 있다)가 직접 감독해야 한다.

2) Master Franchisee와 개별 소유권자, 파트너, 임원, 주주는 본 계약에 의거하여 Franchisor와 시스템의 판촉, 운영, 판매, 마케팅 방식 및 기법에 관한 정보를 포함하되 이에 국한하지 않고 기밀 정보에 접근할 수 있다고 인정하고, 이에 따라 본 계약의 기한 동안 Franchisor가 별도 서면으로 승인하는 경우를 제외하고 직접적으로나 간접적으로나, 본인이나 타 개인 또는 법인을 통하거나 이를 대행하거나 이들과 공동으로 하기의 각 항을 수행하지 않기로 서약한다.

① 본 계약에 따라 Franchisor가 교부된 사업이나 사업 고객을 직접적이거나 간접적인 권유를 통해 경쟁사나 타 업종의 레스토랑으로 전환하거나 전환을 시도하거나, 직접적으로나 간접적으로 독점 상표 및 시스템과 관련된 신용에 피해를 주거나 이를 훼손하는 행위

② Franchisor나 Franchisor의 계열사 등이 1년 동안 고용했던 자를 고용하거나 이의 고용을 시도하거나, 직접적으로나 간접적으로 해당 개인에게 퇴사를 권유하거나 권유를 시도하는 행위

③ Franchisor의 brand식당과 동일하거나 유사한 음식 및 음료를 판매하는 식당의 운영을 전문으로 하는 사업(본 계약 체결 이전에 Master Franchisee가 운영하

던 사업을 포함) 전부나 그 일부를 소유, 유지, 자문, 지원, 투자, 대출하거나 해당 업체에 고용되거나, 해당 사업에 종사하거나 기타 이해관계를 보유하는 행위

3) Master Franchisee는 시스템이나 그 일부를 극비로 하고, 시스템이나 그 일부를 개인이나 단체, 회사, 법인에 공개할 수 없다. 시스템은 타인이나 회사, 법인이 이용할 경우 Franchisor가 현재 향유하고 있는 상당한 경쟁 우위를 해당 개인이나 회사, 법인에게 부여할 수 있는 회계, 식별, 계획, 규격, 표준, 관리 시스템, 조리법, 메뉴, 기법, 재무정보(예, 제품 원가와 공급원), 사업 운영 및 절차 프로그램이라고 양해 및 합의한다.

4) Master Franchisee는 고용 당시 식당의 관리에 적극적으로 관여하는 자에게 Franchisor가 수시로 권장하는 양식에 “기밀유지 및 경쟁금지 계약”을 체결하도록 해야 한다.

15. 보험

1) Master Franchisee는 식당 영업을 개시하기 10일 이전에 식당이나 기계, 소방, 폭발 등을 포함하되 이에 국한하지 않고 재산의 보호와 인명의 건강 및 안전을 위하여 태국 법률에 따라 필요하거나 Franchisor가 수시로 요구하는 보험에 가입하고 본 계약의 기한 동안 항상 이를 유지해야 하며, 보험서류 사본을 Franchisor에게 제출해야 한다.

2) Master Franchisee가 본 계약이나 임대계약 약관상 필요한 보험을 취득 또는 지속적으로 유지하지 않을 경우, Franchisor는 Master Franchisee에 대한 사전 예고 없이 단독 재량에 따라 의무 보험을 구입 및 취득할 수 있으며, Master Franchisee는 이에 해당 보험을 구입, 취득, 유지하는 비용 및 경비를 Franchisor에게 지급하겠다고 명시적으로 합의한다.

16. 독점 상표 및 인터넷

1) Master Franchisee는 Franchisor의 계열사가 면허 상표에 포함된 권리와 자격, 이익 일체의 소유권자임을 인정한다. Franchisor는 본 계약의 약관에 따라 면허 상표를 사용할 수 있는 라이선스를 Master Franchisee에게 교부할 수 있는 권리는 계열사로부터 취득하였다. Master Franchisee의 면허 상표 무단 사용 행위는 본 계약의 위반과 면허 상표에 대한 Franchisor 계열사의 권리 침해를 구성한다.

2) Master Franchisee는 Franchisor가 수시로 규정하는 규칙에 따라서만 해당 면허 상표를 사용하기로 합의한다. Master Franchisee는 회사명이나 디자인, 기호의 일환(본 계약에 따라 Master Franchisee에게 라이선스를 교부하는 로고를 제외하고)으로 면허 상표를 사용할 수 없다.

3) Master Franchisee는 brand 식당의 면허 상표에 대한 명백한 침해나 이의제기를 Franchisor에게 즉시 통보해야 한다. Franchisor는 적절하다고 판단되는 조치를 취할 단독 재량권이 있다.

4) 면허 상표에 적용되는 본 계약의 모든 규정은 이후 Franchisor가 Master Franchisee에게 허가하는 상호나 상표 및 서비스 상표, 로고, 기타 상업용 기호, 특허, 저작권에 적용한다.

5) Master Franchisee는 Franchisor의 이유 여하를 막론하고 보류할 수 있는 사전 서면 승인 없이 프랜차이즈 사업과 관련하여 월드와이드웹 사이트를 유지하거나 인터넷이나 기타 공용 컴퓨터 통신망에 프랜차이즈의 존재나 광고를 유지할 수 없다. Master Franchisee는 Franchisor 사업과 관련하여 웹사이트에 사용할 웹사이트 페이지의 정확하고 진실한 인쇄물을 Franchisor에게 제출하여 승인을 얻기로 합의 한다.

17. 면허 상표의 사용

1) Franchisor는 Master Franchisee의 서비스나 제품 광고 또는 판매에 사용하는 문구나 명함, 광고물, 보도자료, 브로슈어, 쿠폰, 포장, 라벨, 메뉴, 태그, 기타 인쇄자료나 그와 관련하여 면허 상표를 사용하는 양식 및 방식을 통제할 권리가 있으며, Master Franchisee는 이에 Franchisor에게 해당 권리를 교부한다. 면허 상표를 보유하는 상기 사물은 항상 "[Franchisor/소유권자 명]의 상표(나 서비스 상표)"라는 표기와 함께 그 출처를 명확히 기재해야 한다.

2) 면허 상표는 가급적 전부 대문자로 구성되거나 해당 단어가 서비스상표나 상표라는 것을 명확히 하도록 동봉하는 텍스트와 구분해야 한다. Master Franchisee는 법률로 규정된 적절한 상표권 고지를 적용하기로 합의한다. "®" 문자는 Franchisor가 등록 및 이용하는 면허 상표 옆에 사용해야 한다.

18. 부적절한 사용

Master Franchisee는 본인이 숙지하는 프랜차이즈 상표의 무단 사용을 Franchisor에

게 서면으로 즉시 보고해야 한다. Franchisor는 본인이 ()상표를 수반하고 본인이 당사자인 소송절차의 수행과 관련하여 전적인 권한을 갖는다. Master Franchisee는 Franchisor의 요청이 있을 경우 ()표의 무단 사용을 배제하는 Franchisor의 노력에 협력한다.

19. 최초 프랜차이즈 수수료

최초 수수료는 Master Franchisee와 Master Franchisee가 담당하는 Sub Franchisee가 개점하는 식당에 하기와 같이 청구한다.

1) Master Franchisee 소유의 식당은 초기 수수료를 _____ 달러로 한다.

2) Sub Franchisee 소유의 식당은 _____ 달러로 한다. 단, Sub Franchisee가 Master Franchisee에게 지급하는 최초 수수료는 위에서 언급한 대로 Master Franchisee가 Franchisor에게 지급하는 최초 수수료보다 많아야 하며 Master Franchisee가 Sub Franchisee 계약을 체결할 경우 Franchisor의 승인을 받아야 한다.

최초 프랜차이즈 수수료는 태국 법률이나 해당 당사자가 정하는 대로 태국 정부나 관련 당사자에게 납부하는 세금이나 수수료, 은행 수수료를 제외한다. 최초 수수료는 본 계약이나 Sub Franchisee 계약 체결 이후 5일 안에 완납해야 한다.

20. 시스템 수수료(로열티)

1) Master Franchisee는 Master Franchisee와 Sub Franchisee가 소유하는 식당에서 파생되는 총수입의 _퍼센트를 시스템 수수료(이하 "로열티"라 함)로 Franchisor에게 지급하기로 합의하고, 매주 화요일까지 전 주(즉, 월요일부터 일요일까지)의 총수입에 대해 Franchisor가 지정하거나 요구하는 해당 양식이나 보고서로 계산 내역을 증명하는 판매 보고서와 함께 이를 지급한다. 단, Sub Franchisee에게 부과되는 로열티는 총수입의 _퍼센트를 넘지 않아야 하며 Sub Franchisee 계약 체결 시 Franchisor의 승인을 받아야 한다. Master Franchisee는 위에서 언급한 대로 로열티 총액을 지급하고 관련 보고서를 제출할 책임이 있다.

2) 본 계약의 목적을 위하여 "총 수입"은 식당에서 발생하는 총 매출을 통한 수입 총액에서 정부에 납부하도록 법률로 정한 VAT를 제외한 금액을 뜻한다.

3) Master Franchisee가 로열티나 본 계약에 따른 기타 대금을 지급하지 않는 행위는 법률로 허용하는 최고 금리로 이자가 발생하며 제24호의 규정대로 본 계약의 해지 사유를 구성한다.

4) 로열티와 광고료는 어떤 경우에도 환불하지 않는다.

5) Master Franchisee가 Franchisor에게 지급하는 대금이나 출자금은 태국 법률에 따라 정부에 납부해야 하는 세금이나 수수료를 제외하며 Master Franchisee나 Sub Franchisee가 각자 부담한다.

21. 광고료

1) 전술한 호에 기재된 로열티에 덧붙여, Franchisor는 Master Franchisee 및 Sub Franchisee에게 전주의 총 수입 가운데 ()%에 해당하는 금액을 매주 화요일에 광고 기금 출자액으로 지급하도록 요구할 수 있다.

2) Franchisor는 광고와 마케팅, 관련 프로그램의 작성 및 개발을 위한 기금(이하 "광고 기금"이라 함)을 제정 및 관리할 단독 재량권이 있다. Franchisor는 창작 개념과 미디어, 자료, 마케팅 및 광고 프로그램 승인을 비롯하여 광고 기금이 후원하는 프로그램의 제반 측면에 대해 단독 재량권을 갖는다.

3) Master Franchisee와 Sub Franchisee는 본 계약일부터 점포 내 상설 간판이나 조명, 배달 차량 표지, 경품, 할인, 종업원 인센티브 프로그램에 대해 Franchisor의 지시에 따라 각 역분기 동안 총 수입 가운데 ()%(또는 Franchisor가 수시로 정하는 그 이하의 금액) 이상을 식당 광고 및 판촉에 지출해야 한다.

4) Master Franchisee는 Franchisor의 사전 동의 없이 프랜차이즈에 관한 광고 프로그램에 관여하거나 기타 광고를 사용할 수 없다.

22. 물품 구입

1) Master Franchisee는 Franchisor가 서면으로 승인하는 공급업체와 계약업자, 납품업자로부터 식품과 음료, 재료, 유니폼, 포장재, 메뉴, 서식, 기타 물품 일체를 구입해야 한다.

2) Franchisor는 승인 조건으로 대리인이 공급업자나 계약업자, 납품업자의 시설을 검사하고, Franchisor의 재량에 따라 시험용 샘플을 제출하고, 해당 샘플이 Franchisor가 납득할 만한 수준으로 Franchisor의 기준 및 규격에 부합하는 능력을 증명해야 한다고 요구할 권리가 있다.

3) 승인을 구하는 Master Franchisee나 공급업자, 계약업자, 납품업자는 해당 검사 및 시험 비용을 넘지 않는 요금을 지급해야 하며, Franchisor는 시험 과정에서 샘플에 발생할 수 있는 손해를 책임지지 않는다.

23. 검사

1) Master Franchisee가 기밀 운영 매뉴얼의 운영 기준 일체를 비롯하여 본 계약을 준수하는지 판단하기 위해, Franchisor는 종업원이나 회계사, 변호사, 기타 대리인을 통해 영업시간 중 언제든지 Master Franchisee에 대한 사전 예고 없이 식당에 입장하여 준수 여부를 검사할 권리가 있다. 해당 검사 권리에 하기의 내용을 포함한다.

- ① 식당을 육안으로 검사 및 관찰한다.
- ② Franchisor가 적절하다고 판단하는 연속 기간이나 간헐적 기간 동안 식당의 운영을 관찰하고 비디오로 촬영한다.
- ③ 식품과 음료 제품이나 물품, 소모품, 기타 제품에서 시험이나 분석용 샘플을 제거한다.
- ④ 식당 직원 및 고객과 면담한다.
- ⑤ 회계 및 종업원 기록 일체와 회계장부를 비롯하여 식당 운영에 관한 장부와 기록, 서류를 검사 및 복사한다. 매출보고서와 재무제표를 비롯하여 Master Franchisee의 장부 및 기록을 감사하거나 감사를 지시한다.

2) Franchisor는 해당 검사로 드러난 결함을 서면으로 통지하고 Franchisor가 숙지한 문제를 Master Franchisee에게 통지할 수 있다.

3) Master Franchisee는 결함이나 문제 통지를 수령한 후 7일 안에 해당 결함이나 문제를 자비로 시정한다. 단, 건강이나 위생, 안전 관련 법률이나 조례 위반에 관한 경우에는 24시간 안에 즉시 시정해야 한다.

4) 해당 검사 비용은 Franchisor가 부담한다. 단, Franchisor가 Master Franchisee의 계약불이행과 관련하여 본 계약의 기한 동안 12개월 안에 검사를 추가로 실시할 경우에는 Franchisor 종업원의 여비와 숙박비, 보수를 포함하되 이에 국한하지 않고 해당 불이행과 관련된 추가 검사 비용 전액을 Master Franchisee에 부과할 권리가 있다.

24. 불이행 및 해지

1) 즉시 해지 : Master Franchisee가 만기 부채를 지급할 수 없어 지급불능이 되거나, 파산이나 지급불능 판결을 받거나 태국 파산법에 따라 파산이나 구조조정, 유사 절차 청원서를 제출하거나 해당 청원서를 30일 안에 취소하지 않거나, 관재인의 지명을 요청하거나 채권자를 위하여 일반 양도를 이행하거나, USD25,000달러가 넘는 최종 판결금액을 30일 이상 이행하지 않거나, Master Franchisee의 사업이나 재산에 강제집행이 실시되거나, Master Franchisee의 자산에 대한 선취특권이나 저당권 유질 처분을 위한 소송이 제기되고 해당 소송이 30일 안에 기각되지 않거나, Master Franchisee가 자발적으로 해산 또는 청산하거나 회사나 제휴 해산을 위한 청원서를 제출하고 해당 청원서가 30일 안에 기각되지 않는 경우 이는 본 계약의 중대한 위반이 되며, 본 계약은 Franchisor의 재량에 따라 예고 없이 자동으로 해지된다.

2) 통지에 따른 해지 : 본 계약의 기타 규정과 준거법에 의거한 Franchisor의 해지권에 덧붙여, Master Franchisee가 하기 각 항에 해당할 경우 Franchisor는 본 계약을 해지할 권리가 있으며 Master Franchisee에 대한 해지통지 전달 즉시 해지의 효력이 발생한다.

- ① 연속 3일간 식당을 유기하거나 적극적으로 운영하지 않을 경우
- ② Franchisor의 사전 동의 없이 식당 운영의 지배권을 명도 또는 양도하는 경우
- ③ 계약서나 Franchisor에게 제출한 정보에 중대한 허위진술이나 누락이 있을 경우
- ④ 식당 임대 또는 전대가 취소 또는 해지되는 경우
- ⑤ Franchisor가 면허 상표와 관련된 신용에 악영향을 미친다고 합당하게 판단할 수 있는 중죄나 기타 범죄로 유죄판결을 받거나 이의를 제기하지 않는 경우
- ⑥ 본 계약을 무단 양도하는 경우
- ⑦ 기밀정보를 무단 사용 또는 공개하거나 기밀 운영 매뉴얼의 일부를 이용, 복제, 공개하여 계약을 위반하는 경우
- ⑧ 식당의 청결이나 위생에 관하여 Franchisor가 정하는 의무 규격이나 기준, 운영 절차를 이행하지 않거나 준수를 거부하거나, 건강이나 안전, 위생 관련 법률이나 조례, 규정을 위반하고 위반에 관한 서면 고지 이후 24시간 안에 해당 불이행을 시정하지 않거나 이를 거부하는 경우
- ⑨ 총 수입을 정확하게 보고하지 않거나 Franchisor나 계열사에게 지급할 대금을 지급하지 않고, 해당 불이행에 관한 서면 고지 이후 10일 안에 해당 불이행을 시정하지 않는 경우
- ⑩ Franchisor와 제휴하지 않은 공급업자에 대한 대금을 적시에 지급하지 않고

(선의의 분쟁 대상인 대금 제외) Franchisor가 이를 고지한 후 30일 안에 불이행을 시정하지 않는 경우

⑪ 본 계약의 여타 규정이나 Franchisor나 그 계열사와의 기타 Franchisor 약관, Franchisor가 규정하는 의무 규격이나 표준 또는 운영절차를 준수하지 않고 이를 통지한 후 30일 안에 해당 불이행을 시정하지 않는 경우

⑫ 연속 12개월 동안 납기가 된 보고서나 기타 데이터, 정보, 입증 기록을 3회 이상 제출하지 않거나 만기가 된 로열티나 광고 기금 출자액, Franchisor나 Franchisor의 계열사, 비계열 공급업자에게 지급할 기타 대금을 지급하지 않거나 해당 불이행의 시정 여부를 불문하고 본 계약을 준수하지 않는 경우

25. 기타 규정

1) 준거법: 본 계약의 규정은 태국 법률에 따라 시행 및 해석한다. 본계약에 관한 특정 현안에 준용할 태국 법률이 없을 경우에는 일반적으로 용인되는 국제법 원칙과 기준을 참조한다. 단, 태국법의 기본 원칙에 저촉되지 않아야 한다.

2) 분쟁 해결: 본 계약으로 인하거나 관련하여, 또는 본 계약 위반에 대해 당사자 간에 발생하는 분쟁이나 논란, 이견은 일체 시행 규정에 따라 Master Franchisee가 소재하는 관할 법원에서 최종 해결한다.

3) 본 계약에 관한 기록과 서류 일체는 태국어와 영어로 작성한다. 본 계약으로 인한 제 당사자의 서한 일체는 영어와 태국어로 작성한다.

4) 이유 여하를 막론하고 본 계약의 요건이나 규정이 무효나 불법, 집행불가능해지는 경우, 해당 무효나 불법 및 집행불가능성은 본 계약의 기타 조건이나 규정에 영향을 주지 않으며 본 계약은 해당 요건이나 규정이 본 계약에 포함되지 않았던 것처럼 해설 및 해석한다.

5) 본 계약은 양해각서를 비롯하여 본 계약의 주제에 대해 당사가 구두나 서면으로 체결하는 종전의 진술이나 양해, 합의 일체를 대체하며 본 계약서의 별첨, 본 계약에서 참조하는 계약서 및 서류 일체와 함께 계약 약관에 대한 제 당사자의 완전한 합의를 포함한다.

6) 본 계약은 원본 4부를 작성하고, 각 원본은 태국어와 영어로 작성한다. 당사자 양측은 각자 원본 2부를 갖는다. 태국어와 영어 계약서가 충돌하는 경우, 제 당사자는 영어본을 우선하기로 합의한다.

이의 증거를 위하여 제 당사자의 유권대리인은 본 계약에 서명하며, 체결일부로 발효한다.

Franchisor 측

성명:

직급:

Master Franchisee 측

성명:

직급:

< TIP >

- 합작방식은 시장조사, 파트너선정 등의 절차에서 마스터 프랜차이즈방식과 유사하지만 파트너와 함께 현지법인 설립하고 운영하는 것에서 차이점이 있음
- 합작방식은 마스터 프랜차이즈방식과 달리 계약내용에 출자비율, 의사결정, 법인운영방식, 수익배분방식, 직원파견, 본사의 지원 및 지도감독 등 현지법인을 운영하는 조건과 내용을 사전에 협의하여 포함해야 함

다. 국제가맹 계약

태국은 프랜차이즈 관련 특정 법령이 없으며, 일반적인 민법, 상법, 특허관련 조항에 따라 계약이 진행되며, 통상 상표나 영업비밀의 보호 규정이 중요함

(1) 상표등록

- 가맹본부와 가맹점사업자 간 프랜차이즈 계약이 종료된 후 가맹점에서 본부의 허락을 받지 않고 현지에 상표권을 무단으로 등록했다가 소송으로 번진 사례가 있으니 주의하여야 함

※ 점토를 사용한 교육 프랜차이즈 사업을 운영하는 A사는 2006년 태국 현지 업체와 마스터 프랜차이즈 계약을 맺고 진출함. 현지 업체가 지불해야 할 가맹비와 로열티의 지급을 이행하지 않을 목적으로 프랜차이즈 계약을 일방적으로 파기. 이후 A사에서 다른 에이전트와 프랜차이즈 계약을 맺으려고 했으나 처음 계약을 맺었던 현지 업체에서 이미 동일 상표를 무단으로 선등록하여 피해를 봄

(2) 영업비밀 보호유지

- 매장운영과 관련된 노하우, 공식, 요리법, 발명, 고객정보 및 매출통계와 같은 영업비밀 공개 및 사용통제에 대해 신중을 기해야 함
- 영업비밀 보호유지를 위해 가맹점과 별도의 비밀유지 계약서를 작성하거나 프랜차이즈 계약서 내 영업비밀보호와 관련된 조항을 삽입할 경우 보호할 수 있음
- 주방장의 경우 음식 또는 소스 만드는 방법의 보호를 위해 퇴사 후 동종업계에 재취업하는 것을 대비할 필요가 있으며, 비밀유지계약서 및 일정기간 동종업계 취업금지 등의 조치를 사전 준비해야 함.

(3) 중요 체크 사항

(가) 상표출원 및 등록

- 유사상표 검색 : 사전에 현지에 유사하거나 동일한 상표가 등록돼 있는지 점검 필요
- 영업비밀 보호 : 제3자에게 누출됐을 경우 피해가 발생할 수 있어 영업비밀로 보호해야 되는 기술 또는 내용 기재, 보호 규정 및 침해시 손해배상 규정과 연계
- 해외 지식재산권 등록 : 해외 프랜차이즈 사업진출에 앞서 상표는 태국 현지 대리인을 통하여 출원

(나) 가맹계약서 작성 시

- 지식재산권 권리행사 기재 : 상표권 사용 설정 및 기간, 영업비밀 누출 금지 등의 지식재산권 별도조항을 계약서 내 삽입
- 손해배상 내용 기재 : 계약기간 종료 후 지식재산권 라이선스 대상을 계속 사용했을 경우 손해배상에 대한 내용을 반드시 기재
- 계약서 작성 시 계약당사자의 명의확인 : 계약서 작성 시 지식재산권 소유자 명의로 동일인지 체크

(다) 비밀유지 계약서 작성

- 비밀유지 계약서 작성 : 영업비밀 보호각서를 받고 이를 어길 시 법적 책임에 대해 교육

- 계약 종료 시 일정기간 동종업계 취업금지

(4) 국제가맹 계약서(샘플)

프랜차이즈 계약 (점포 운영을 위한 프랜차이즈)

본 계약은 _____년 ____월__일 주사업장이 [주소]에 소재하는 () (이하 "Franchisor"라 함)과 주사업장이 [주소]에 소재하는 [프랜차이지 회사명](이하 "Franchisee"라 함) 간에 체결한다.

전 문

Franchisor와 계열사는 ()를 특징으로 하는 ()식당과 ()식당(이하 일괄하여 "Brand 식당"이라 함)의 설립과 운영에 관하여 고유의 포맷을 개발 및 보유하고 있다.

Franchisor와 계열사는 고유의 외관 및 인테리어 디자인과 장식, 색채배합, 비품, 유니폼 표준, 규격, 운영 절차, 제공 제품 및 서비스의 품질과 균일성, 경영과 재고 관리 절차, 교육 및 지원, 광고 및 판촉 프로그램(이하 일괄하여 "시스템"이라 함)을 비롯하여 Brand식당의 설립과 운영을 위한 포괄적 시스템을 개발하였으며, 본 시스템은 Franchisor에 의해 수시로 변경, 개선, 발전할 수 있다.

Franchisor의 계열사는 Brand식당과 관련된 영업권 일체와 함께 서비스상표 "Brand 식당의 운영과 함께 현재나 향후 사용하는 기타 상표와 서비스 상표, 트레이드 드레스, 로고, 슬로건 일체(이하 일괄하여 "Brand상표"라 함) 뿐 아니라 Brand식당과 관련하여 사용하는 기타 지적재산권 일체에 포함된 일체의 권리와 자격, 이익의 유일한 독점 소유권자이다.

Franchisee는 본 계약서와 Brand 식당의 모집 안내장을 검토하였음을 인정한다. Franchisee는 본 계약이 본 계약의 약관을 양해하고, 이는 Brand 상표의 신용과 시스템의 무결성을 보호하기 위하여 전체 Brand식당에서 엄격한 Franchisor 품질 기준의 균일성을 유지하는데 합당하게 필요하다고 인정한다.

Franchisee는 하기에 기술하는 장소에서 Brand식당을 운영할 프랜차이즈의 취득을 원하고 Franchisor는 본 계약에 명시하는 약관에 따라 Franchisee에게 해당 사업권을 교부하고자 한다.

이에 제 당사자는 하기의 약관에 따라 계약을 체결하기로 합의한다.

1. 지명

1) 본 계약의 규정에 따라, Franchisor는 이에 본 계약 3호에 의거하여 선정하는 장소(이하 "식당"이라 함)에서 별첨 A에 명시된 시스템과 Brand 상표, Franchisor가 수시로 인가하는 관련 상표 일체(해당 Brand상표는 하기에 "면허 상표"라 함)를 이용하여 식당을 운영할 권리를 Franchisee에게 교부하며, Franchisee는 이에 이를 운영할 의무를 인수한다. 본 계약에 의하여 교부되는 사업권은 특정 지역의 식당에 국한한다.

2) 신규 또는 변경 로고나 상호, 상표, 서비스 상표, 저작권 보호 자료, 신규 메뉴 항목, 신제품, 신 기법, 신규 장비의 채택과 이용을 비롯하여 시스템을 변경할 단독 재량권은 Franchisor에게 있다. Franchisor가 자비로 해당 변경을 요구할 경우 Franchisee는 합당한 시한 안에 이를 철저히 적용해야 한다.

3) 본 계약에 별도로 명시적인 규정이 있는 경우를 제외하고, Brand상표와 시스템, Brand식당에 대한 권리 일체와 재량권, 기타 사업에 종사할 권리는 Franchisor와 그 계열사에 있다. 단, Franchisee가 본 계약을 위반하지 않을 경우 Franchisee에게 권리가 교부되는 지역은 제외한다.

2. 기한 및 갱신

본 계약 기한은 당사자 양측의 계약 작성일에 개시하여 (a) 1호점 개점일 십(10)주년이나 (b) 임대계약의 해지나 만료일 가운데 이른 일에 종료한다(이하 "기한"이라 함). Franchisee는 기한을 1회 연장할 권리가 있다. 단, 하기의 단서를 적용한다.

1) Franchisee는 만료일 9개월부터 12개월 이전에 권리의 행사를 Franchisor에 서면 통보해야 한다.

2) Franchisee는 본 계약이나 Franchisor 또는 Franchisor의 계열사와의 기타 계약을 준수해야 한다.

3) Franchisee는 갱신 조건으로 점포의 점유를 유지해야 한다. Franchisor는 갱신 당시 존재하는 Franchisor의 규격 및 표준에 부합하도록 점포의 장비와 비품, 설계, 장식의 업그레이드를 요구한다.

3. 점포 위치

1) Franchisee는 [주소]에 식당(이하 "점포"라 함)을 운영할 사업권을 교부 받는다.

2) Franchisee는 점포 선택에 대해 Franchisor의 승인을 얻고 적절한 점포 선택에 대해 전적으로 책임이 있음을 인정한다.

3) Franchisee가 개점하는 1호점에 대해 본 계약을 체결한 후 6개월 또는 Franchisee가 제안하는 점포를 Franchisor가 승인한 후 1개월 안에, Franchisee가 계약 당사자 이외의 사유로 인하여 임대계약을 체결하지 못할 경우 Franchisee나 Franchisor는 본 계약을 해지할 수 있다. 이 경우 본 계약 19호에 명시된 일차 프랜차이즈 수수료는 Franchisor가 본 계약을 체결하면서 부담하는 비용이나 경비를 공제한 후 Franchisee에게 환불한다.

4) 이유 여하를 막론하고 Franchisee가 점포의 점유를 개시한 후 6개월 안에 식당을 개점하지 않는 경우, Franchisor는 그 이후 어떠한 경우라도 식당 개점 이전에 Franchisee에게 서면 해지 통고를 제공함으로써 본 계약을 해지할 수 있다. 본 계약이 본 규정에 의거하여 해지되는 경우, Franchisee는 본 계약 체결에 소요되는 Franchisor의 비용과 경비를 변상해야 하며 초기 수수료는 환불되지 않는다.

5) Franchisee는 점포에서만 식당을 운영할 수 있다. Franchisee는 본 계약에 따라 약정한 것과 동일하거나 유사한 유형의 제품이나 서비스를 판매하는 식당이나 점포, 기타 사업 형태의 개점이나 운영에 어떤 형태로든 종사할 수 없다.

4. 장비의 규격

Franchisee는 식당에 필요한 장비와 가구, 비품, 외부 및 내부 간판에 대해 Franchisor의 규격을 준수해야 한다. 규격은 배달과 이행, 설계, 외관, 지역 구획, 간판, 도면에 대해 Franchisee가 명시 및 제안하고 Franchisor가 설치 전에 승인하는 기타 제한에 대한 최소 표준에 대해 명시할 수 있다. Franchisor는 장비나 가구, 비품, 간판 등이 규격에 부합하는지 합당한 시한 안에 Franchisee에게 통지해야 한다. Franchisor는 유일하고 배타적인 재량에 따라 식당의 건설과 설계, 레이아웃 일체나 그 일부에 대한 규격 및 최소 기준을 Franchisee에게 제공할 수 있으며 Franchisee는 이를 준수하기로 합의한다.

5. 식당 개발

Franchisee는 Brand 식당의 공사와 개발을 담당한다. Franchisor는 합당한 시한 안에 Franchisee의 서면 의뢰가 있을 경우 Brand 식당의 설계와 일반 레이아웃에 대한 최신 규격을 Franchisee에게 제공한다. Franchisee는 공사를 개시하기 전에 Franchisor가 납득할 만한 수준으로 하기의 사항을 준수해야 한다.

1) Franchisee는 준거법과 규정, 조례 일체에 따라 승인된 점포에서 Brand 식당을 건설하고 가구나 비품을 설치하는데 필요한 Franchisor의 최신 설계도와 규격(이하 "도면"이라 함)을 채택하는 현장 레이아웃 및 작업 도면을 Franchisor에게 제출하여 승인을 받아야 한다. 도면은 Franchisor의 사전 서면 동의 없이 크게 변경하거나 수정할 수 없다.

2) Franchisee는 현행 규정과 유관 관청에서 규정하는 대로 식당 지역설정과 접근, 공공설비, 간판, 건설, 건강, 안전, 환경 상 필요한 증서를 포함하되 이에 국한하지 않고 건설에 필요한 허가증과 증서, 면허증 일체를 취득해야 한다.

6. 식당 개장

Franchisee는 정기 유지보수에 덧붙여 식당의 외관과 효율적인 운영을 유지 또는 개선하거나 사업 가능성을 제고하기 위하여 Franchisor가 때에 따라 요구하는 식당의 리모델링과 업데이트, 개장을 실행하기로 합의한다.

7. 교육

1) 초기 교육을 개시하기 전에 하기의 사항이 선행되어야 한다.

① 교육신청인은 전원 Franchisor의 승인을 받아야 한다.

② Franchisor는 점포에 대해 Franchisee와 소유권자가 체결한 임대(혹은 전대) 계약서 사본을 수령해야 한다.

③ Franchisee는 본 계약과 기타 계약과 관련하여 Franchisor가 부담하는 금액을 지급할 의무를 이행하였어야 한다.

2) 교육은 식당 개점 예정일부터 약 5주 전에 개시하며, 약 3-5주 동안 진행한다.

3) Franchisee(와 주요 소유권자)와 Franchisee의 상근직 식당 매니저(이하 "식당 매니저"라 함)는 교육을 반드시 받아야 하며, 식당을 개점하기 전에 Franchisor가 만

족할 만한 수준으로 이수해야 한다.

4) Franchisee(와 주요 소유권자)를 비롯하여 교육생 전원은 Franchisor가 정하는 시간과 장소에서 진행되는 Franchisor의 교육프로그램에 참석해야 하며 그 비용과 경비는 Franchisee가 부담한다. 교육프로그램이 진행되는 동안 Franchisee(와 주요 소유권자)와 식당 매니저는 식당의 운영에 관한 강의와 교육, 훈련을 받는다. Franchisor는 최대 ()인은 무료로 교육하되 초기 교육에 참석하는 추가 인원에게 합당한 요금을 부과할 권리가 있다. 보수나 교통비, 식비, 숙박비를 포함하되 이에 국한하지 않고 교육프로그램을 참가하는 동안 소요되는 개인 경비 전액은 Franchisee가 부담해야 한다.

5) Franchisee는 Franchisor가 규정하는 교육기준과 절차에 의해 때에 따라 식당 종업원에게 교육프로그램을 시행한다. Franchisee는 본 계약의 기한 동안 항시 본 계약에 따라 식당을 운영할 수 있는 숙련된 종업원을 유지해야 한다. Franchisee는 교육프로그램을 이수해야 하되 이를 이수하지 못하거나 거부하는 자는 고용하지 않기로 합의한다.

6) Franchisee는 식당 종업원 전원을 고용할 책임이 있고 태국 현행규정에 따라 이들의 고용 약관을 전적으로 책임져야 한다.

7) Franchisee(또는 주요 소유권자)나 식당 매니저, 후임 식당 매니저는 Franchisor가 수시로 지시하는 추가 교육프로그램과 판매 회의, 운영회의 및 대회에 참석해야 한다. 해당 추가 교육에 합당한 요금을 부과할 권리는 Franchisor에게 있다.

8. 식당 운영 및 관리

1) 시스템과 관련하여 우수하고 균일한 기준을 유지하고 Franchisor의 신용과 명성을 증진 및 보호하기 위하여 Franchisee는 하기의 사항에 합의한다.

① 식당은 오로지 면허 상표 하에 Brand 식당으로만 운영하고 제13호에서 언급하는 기밀 운영 매뉴얼을 엄수하며 Franchisee 위치에서 기타 업종에 종사하지 않는다.

② Franchisor가 요구하는 음식과 메뉴 품목, 기타 제품 일체를 판매하되 식당에서 기타 음식이나 메뉴 품목, 제품을 판매하지 않는다.

③ 식당의 장비의 유지보수, 직원, 운영은 Franchisor가 기밀 운영매뉴얼이나 기타 문서에서 수시로 정하는 방법과 절차, 기법을 엄수한다.

④ Franchisor가 수시로 개발 및 규정하는 광고, 판촉, 상품 자료와 프로그램을

활용하여 사업을 적극적으로 홍보한다.

⑤ Franchisor가 수시로 규정하거나, Franchisor가 규정한 것과 다를 경우 임대차계약에서 요구하는 주당 최저 일수와 일당 최저시간 동안 식당을 개장한다.

⑥ 시스템을 위해 정한 품질 및 균일성의 기준을 보호하는데 필요하다고 판단되는 Franchisor의 지시에 따라 식당과 식당의 외관을 영업에 부합하는 청결하고 정돈된 상태로 유지한다.

⑦ 항시 태국 유관 당국의 규정과 정책을 준수한다.

⑧ 항시 최대 수용 능력과 효율까지 식당을 운영할 수 있는 식품과 물품, 인력을 유지한다.

⑨ 식당의 운영과 관련하여 활용할 때 적합한 면허 상표를 상호명으로 제출 또는 등록한다. 해당 필수 제출물은 본 계약에서 교부하는 해당 상호를 사용할 라이선스를 명확히 적시하고 이를 제외한 어떤 권리나 자격, 이익도 Franchisee에게 교부하는 것으로 해석 할 수 없다.

⑩ Franchisor가 판단 및 지시하는 대로 타 상호가 아니라 면허 상표로 식당을 운영한다. 단, 해당 사용은 본 계약에서 교부되는 라이선스에 포함되는 약관에 의거하는 경우를 제외하고 해당 상호에 포함되는 권리나 자격, 이익을 Franchisee에게 교부하는 것으로 해석하지 않는다.

⑪ 면허 상표를 눈에 띄는 곳에, Franchisor가 때에 따라 서면으로 지시하는 방식에 따라 사용 및 전시하고 기타 상호나 상표, 서비스상표, 로고, 명칭을 사용하거나 전시하지 않는다.

⑫ 일반인 및 고객에게 공정하고 정직하게 거래한다.

⑬ 식당 매니저에게 식당 운영에 전력을 기울이도록 요구한다.

⑭ 식당 운영과 관련된 벌금과 위약금, 세금은 전액 납부한다.

⑮ 독점 상표가 일반인에게 향유하는 신용과 명성을 유지하기 위하여 Franchisor가 정하는 품질 및 서비스 기준을 일체 준수한다.

2) Franchisee는 Franchisor의 기밀 운영 매뉴얼에 지정된 메뉴 품목 일체를 서비스해야 한다. 단, Franchisor가 해당 메뉴 품목 가운데 1개 이상의 제거에 서면 동의하는 경우에는 예외로 한다. 모든 메뉴 품목은 해당 기밀 운영 매뉴얼에 포함되거나 Franchisor가 수시로 별도 지시하는 조리법과 규격에 따라 조리 및 서비스해야 한다. 해당 식당은 Franchisor의 사전 서면 승인 없이 해당 지정 메뉴 품목을 제외한 음식이나 음료를 제공할 수 없다.

3) Franchisee가 Franchisor가 정하는 품질이나 서비스 기준을 유지하지 못하는 경우, Franchisor는 Franchisee의 종업원 교육에 필요하다고 판단되는 자를 해당 식당에 배정하고 품질 및 서비스 기준의 유지되도록 할 권리가 있다(제24호에 따른

권리에 덧붙여). 해당 식당에 배정된 자에 대한 Franchisor의 실제 비용에 덧붙여 여비와 생활비는 Franchisee가 지급해야 한다.

4) 공중전화박스와 신문대, 주크박스, 껌 판매기, 게임기, 놀이기구, 자동판매기는 Franchisor의 서면 승인 없이 점포에 설치할 수 없다.

9. 운영 지원

1) Franchisor는 식당 운영과 관련하여 필요하다고 판단될 경우 Franchisee에게 수시로 영업 지원을 제공한다. 영업 지원은 하기 각 호에 대한 자문과 지도를 포함할 수 있다

- ① 직원 고용 및 평가
- ② Franchisee의 영업 중에 필요한 음식 조리법과 공급 메뉴, 조리법, 음식
- ③ 광고 및 판촉 프로그램 제작
- ④ 신규 메뉴 개발과 기타 시스템 및 Franchisee 식당 개선의 평가와 테스트

2) Franchisor는 제13호에 기재된 기밀 운영 매뉴얼과 식당 운영을 위한 방식과 절차, 조리법, 기법을 지도하는데 필요한 기타 교육 및 교육자료를 Franchisee에게 제공한다. 매뉴얼은 Franchisor가 식당 운영을 개선하는데 도움이 된다고 판단할 경우 수시로 개정할 수 있다.

3) Franchisor는 식당에서 경험하는 영업상의 문제와 제출된 보고서나 검사에서 공개되는 문제를 Franchisee에게 수시로 통지할 수 있다. Franchisee는 7일 안에 동 문제를 시정해야 한다. 단, 건강 조례의 위반과 관련된 경우에는 위반 발생 후 24시간 안에 시정해야 한다.

4) 본 계약서에 별도로 규정하는 경우를 제외하고 Franchisor는 해당영업 지원에 요금을 청구하지 않는다. 단, Franchisor는 Franchisee에게 공급하는 양식이나 기타 자료와 특별 영업 지원에 대해서는 합리적인 요금을 부과할 권리가 있다.

10. 부기 및 기록/컴퓨터 시스템

Franchisee는 식당 운영을 위해 태국 회계제도와 기타 관련 규정에 따라 Franchisor가 수시로 요구할 수 있는 관련 정보를 기록하는데 필요한 장부나 서류를 작성해야 하며, 해당 정보는 매출 전표와 금전등록기 테이프, 판매점 시스템 영수증, 구매 주문서, 송장, 직원 급여명세서, 급료 수표내역서, 판매세 기록 및 영수증, 현금 영수

증, 지출, 일지, 일반 장부, 유사한 식당 업체가 일반적으로 비치하는 기타 해당 기록을 포함하되 이에 국한하지 않는다. 해당 장부와 기록은 점포에 비치해야 한다. Franchisee와 출납원의 업무를 수행하는 Franchisee의 종업원이나 대리인은 판매 당시 고객의 입회하에 현금 또는 신용으로 이루어지는 해당 매출이나 기타 거래 영수증 일체를 비 재설정형 금전등록기나 누적 합계가 나오는 판매점 시스템에 기록해야 한다(또한 그에 대한 영수증을 고객에게 제공해야 한다). 해당 금전등록기나 시스템은 Franchisor가 승인하는 방식으로 밀봉하고 Franchisor가 요구하는 기타 해당 기능을 보유해야 한다.

Franchisee는 총수입을 기록하고 기타 관리 정보 및 보고 기능을 수행하기 위하여 Franchisor가 수시로 명시하는 컴퓨터 하드웨어와 소프트웨어, 필수 전용 전화 및 전력선, 모뎀, 프린터, 기타 컴퓨터 관련 액세서리나 주변기기를 구매, 임대하거나 라이선스를 취득해야 한다. Franchisee는 Franchisor의 명시적인 사전 승인 없이는 식당 운영에 여타 하드웨어나 소프트웨어를 사용하지 않기로 합의한다.

11. 재무제표

Franchisee는 매월 말일 이후 30일 안에 전월과 당해 연도에 대해 감사를 거치지 않은 식당 손익계산서를, Franchisee의 회계연도 종결 이후 90일 안에 각 당해 연도 결산에서 작성된 손익계산서 및 대차대조표를 Franchisor에게 제출해야하며, 각 서류는 태국 회계 제도에 따라 작성한다. Franchisor의 요청이 있을 경우 연말 재무제표는 Franchisor가 지정하는 공인회계법인의 감사를 받아야 한다.

12. 공급업체 정보

Franchisee는 Franchisor가 물품이나 원료, 상품의 구매와 관련하여 Franchisor의 공급업체로부터 직접 정보를 수령할 수 있다고 동의한다. 본 계약의 체결은 해당 정보의 취득에 필요한 허가 및/혹은 허락으로 간주한다.

13. 매뉴얼

Franchisor는 의무 표준과 표준 영업 절차, 규칙 및 그 제안을 포함하는 기밀 운영 매뉴얼과 의무 메뉴와 조리법, 규격 및 제안을 담고 있는 조리 매뉴얼을 제공한다. 조리 매뉴얼은 기밀 운영 매뉴얼의 일부로 간주한다. 매뉴얼은 본 계약의 기한동안 Franchisee에게 "대여"되며 본 계약의 해지나 만료 시 반납해야 한다. Franchisee는 언제든지 전술한 자료 전부나 일부를 복사, 복제, 기록, 재현하거나 동 자료를 비인가자에게 제공할 수 없다. 본 매뉴얼은 항상 Franchisor의 단독 재산으로 점포 내

안전한 곳에 보관해야 한다. Franchisee는 항상 최신 매뉴얼을 갖추도록 해야 한다. 매뉴얼의 내용에 대해 분쟁이 있을 경우에는 Franchisor가 Franchisor 본사에 비치하는 매뉴얼의 마스터 사본에 기재된 약관이 우선한다. Franchisor는 균일하고 효율적인 운영을 증진하기 위해 운영 업데이트를 추가 및 실행할 권리가 있다. 단, 해당 추가나 변경은 본 계약에 따른 Franchisee의 기본 지위와 권리를 변경하지 않는다. Franchisee는 해당 매뉴얼과 운영 업데이트의 규정을 준수하기로 합의한다. “기밀 운영 매뉴얼”은 게시판이나 이메일, 비디오테이프, 오디오테이프, 콤팩트디스크, 컴퓨터 디스켓, CD ROM을 비롯하여 기밀 운영 매뉴얼의 일부로 간주한다고 구체적으로 언급하는 기타 매체에 의해 해당 정보를 전달하는 대체 또는 추가 수단도 포함한다.

14. Franchisee, 매니저, 종업원

1) 식당은 항상 Franchisor 규격에 대한 프랜차이즈 교육프로그램을 이수하고 영업시간에 식당 관리에 전력을 다하는 식당매니저(Franchisee가 될 수 있다)가 직접 감독해야 한다.

2) Franchisee와 개별 소유권자, 파트너, 임원, 주주는 본 계약에 의거하여 Franchisor와 시스템의 판촉, 운영, 판매, 마케팅 방식 및 기법에 관한 정보를 포함하되 이에 국한하지 않고 기밀 정보에 접근할 수 있다고 인정하고, 이에 따라 본 계약의 기한 동안 Franchisor가 별도 서면으로 승인하는 경우를 제외하고 직접적으로나 간접적으로나, 본인이나 기타 개인 또는 법인을 통하거나 이를 대행하거나 이들과 공동으로 하기의 각 항을 수행하지 않기로 서약한다.

① 본 계약에 따라 Franchisor가 교부된 사업이나 사업 고객을 직접적이거나 간접적인 권유를 통해 경쟁사나 타 업종의 레스토랑으로 전환하거나 전환을 시도하거나, 직접적으로나 간접적으로 독점 상표 및 시스템과 관련된 신용에 피해를 주거나 이를 훼손하는 행위

② Franchisor나 Franchisor의 계열사가 1년 동안 고용했던 자를 고용하거나 이의 고용을 시도하거나, 직접적으로나 간접적으로 해당 개인에게 퇴사를 권유하거나 권유를 시도하는 행위

③ Franchisor와 동일하거나 유사한 음식 및 음료를 판매하는 식당의 운영을 전문으로 하는 사업(본 계약 체결 이전에 Franchisee가 운영하던 사업을 포함) 전부나 그 일부를 소유, 유지, 자문, 지원, 투자, 대출하거나 해당 업체에 고용하거나, 해당 사업에 종사하거나 기타 이해관계를 보유하는 행위

3) Franchisee는 시스템이나 그 일부를 극비로 하고, 시스템이나 그 일부를 개인이나 단체, 회사, 법인에 공개할 수 없다. 시스템은 타인이나 회사, 법인이 이용할 경우 Franchisor가 현재 보유하고 있는 상당한 경쟁 우위를 해당 개인이나 회사, 법인에게 부여할 수 있는 회계, 식별, 계획, 규격, 표준, 관리 시스템, 조리법, 메뉴, 기법, 재무정보(예, 제품 원가와 공급원), 사업 운영 및 절차 프로그램이라고 양해 및 합의한다.

4) Franchisee는 고용 당시 식당의 관리에 적극적으로 관여하는 자에게 Franchisor가 수시로 권장하는 양식에 “기밀유지 및 경쟁금지 계약”을 체결하도록 해야 한다.

15. 보험

1) Franchisee는 식당 영업을 개시하기 10일 이전에 식당이나 기계, 소방, 폭발 등을 포함하되 이에 국한하지 않고 재산의 보호와 인명의 건강 및 안전을 위하여 태국 법률에 따라 필요하거나 Franchisor가 수시로 요구하는 보험에 가입하고 본 계약의 기한 동안 항상 이를 유지해야 하며, 보험 서류 사본을 Franchisor에게 제출해야 한다.

2) Franchisee가 본 계약이나 임대계약 약관상 필요한 보험을 취득 또는 지속적으로 유지하지 않을 경우, Franchisor는 Franchisee에 대한 사전 예고 없이 단독 재량에 따라 의무 보험을 구입 및 취득할 수 있으며, Franchisee는 이에 해당 보험을 구입, 취득, 유지하는 비용 및 경비를 Franchisor에게 지급하겠다고 명시적으로 합의한다.

16. 독점 상표 및 인터넷

1) Franchisee는 Franchisor가 면허 상표에 포함된 권리와 자격, 이익 일체의 소유권자임을 인정한다. Franchisor는 본 계약의 약관에 따라 면허 상표를 사용할 수 있는 라이선스를 Franchisee에게 교부할 수 있는 권리를 계열사로부터 취득하였다. Franchisee의 면허 상표 무단사용 행위는 본 계약의 위반과 면허 상표에 대한 Franchisor 계열사의 권리 침해를 구성한다.

2) Franchisee는 Franchisor가 수시로 규정하는 규칙에 따서만 해당 면허 상표를 사용하기로 합의한다. Franchisee는 회사명이나 디자인, 기호의 일환(본 계약에 따라 Franchisee에게 라이선스를 교부하는 로고를 제외하고)으로 면허 상표를 사용할 수 없다.

3) Franchisee는 Franchisor의 면허 상표에 대한 명백한 침해나 이의제기를 Franchisor에게 즉시 통보해야 한다. Franchisor는 적절하다고 판단되는 조치를 취할 단독 재량권이 있다.

4) 면허 상표에 적용되는 본 계약의 모든 규정은 이후 Franchisor가 Franchisee에게 허가하는 상호나 상표 및 서비스 상표, 로고, 기타 상업용 기호, 특허, 저작권에 적용한다.

5) Franchisee는 이유 여하를 막론하고 보류할 수 없는 Franchisor의 사전 서면 승인 없이 프랜차이즈 사업과 관련하여 월드와이드 웹사이트를 유지하거나 인터넷이나 기타 공용 컴퓨터 통신망에 Franchisor의 존재나 광고를 유지할 수 없다. Franchisee는 Franchisor 사업과 관련하여 웹사이트에 사용할 웹사이트 페이지의 정확하고 진실한 인쇄물을 Franchisor에게 제출하여 승인을 얻기로 합의한다.

17. 면허 상표의 사용

1) Franchisor는 Franchisee의 서비스나 제품 광고 또는 판매에 사용하는 문구나 명함, 광고물, 보도자료, 브로슈어, 쿠폰, 포장, 라벨, 메뉴, 태그, 기타 인쇄 자료나 그와 관련하여 면허 상표를 사용하는 양식 및 방식을 통제할 권리가 있으며, Franchisee는 이에 Franchisor에게 해당 권리를 교부한다. 면허 상표를 보유하는 상기 사물은 항상 "[Franchisor/소유권자 명]의 상표(나 서비스 상표)"라는 표기와 함께 그 출처를 명확히 기재해야 한다.

2) 면허 상표는 가급적 전부 대문자로 구성되거나 해당 단어가 서비스상표나 상표라는 것을 명확히 하도록 동봉하는 텍스트와 구분해야 한다. Franchisee는 법률로 규정된 적절한 상표권 고지를 적용하기로 합의한다. "()" 원문자는 Franchisor가 등록 및 이용하는 면허 상표 옆에 사용해야 한다.

18. 부적절한 사용

Franchisee는 본인이 숙지하는 프랜차이즈 상표의 무단 사용을 Franchisor에게 서면으로 즉시 보고해야 한다. Franchisor는 Brand상표를 수반하고 본인이 당사자인 소송절차의 수행과 관련하여 전적인 권한을 갖는다. Franchisee는 Franchisor의 요청이 있을 경우 Brand상표의 무단 사용을 배제하는 Franchisor의 노력에 협력한다.

19. 최초 프랜차이즈 수수료

- Franchisee 소유의 식당은 초기 수수료를 _____ 달러로 한다.

최초 Franchisor 수수료는 태국 법률이나 해당 당사자가 정하는 대로 태국 정부나 관련 당사자에게 납부하는 세금이나 수수료, 은행 수수료를 제외한다. 최초 수수료는 본 계약 체결 이후 5일 안에 완납해야 한다.

20. 시스템 수수료(로열티)

1) Franchisee는 식당에서 파생되는 총수입의 _____ 퍼센트를 시스템수수료(이하 "로열티"라 함)로 Franchisor에게 지급하기로 합의하고, 매주 화요일까지 전 주(즉, 월요일부터 금요일까지)의 총수입에 대해 Franchisor가 지정하거나 요구하는 해당 양식이나 보고서로 계산 내역을 증명하는 판매보고서와 함께 이를 지급한다.

2) 본 계약의 목적을 위하여 "총수입"은 식당에서 발생하는 총매출을 통한 수입 총액에서 정부에 납부하도록 법률로 정한 VAT를 제외한 금액을 뜻한다.

3) Franchisee가 로열티나 본 계약에 따른 기타 대금을 지급하지 않는 행위는 법률로 허용하는 최고 금리로 이자가 발생하며 제24호의 규정대로 본 계약의 해지 사유를 구성한다.

4) 로열티와 광고료는 어떤 경우에도 환불하지 않는다.

5) Franchisee가 Franchisor에게 지급하는 대금이나 출자금은 태국 법률에 따라 정부에 납부해야 하는 세금이나 수수료를 제외하며 Franchisor나 Franchisee가 각자 부담한다.

21. 광고료

1) 전술한 호에 기재된 로열티에 덧붙여, Franchisor는 Franchisee에게 전 역주의 총수입 가운데 1%에 해당하는 금액을 광고 기금 출자액으로 지급하도록 요구할 수 있다.

2) Franchisor는 광고와 마케팅, 관련 프로그램의 작성 및 개발을 위한 기금(이하 "광고 기금"이라 함)을 제정 및 관리할 단독 재량권이 있다. Franchisor는 창작 개념

과 미디어, 자료, 마케팅 및 광고 프로그램 승인을 비롯하여 광고 기금이 후원하는 프로그램의 제반 측면에 대해 단독 재량권을 갖는다.

3) Franchisee는 본 계약일부터 점포 내 상설 간판이나 조명, 배달 차량표지, 경품, 할인, 종업원 인센티브 프로그램에 대해 Franchisor의 지시에 따라 각 분기 동안 총수입 가운데 1%(또는 프랜차이즈가 수시로 정하는 그 이하의 금액) 이상을 식당 광고 및 판촉에 지출해야 한다.

5) Franchisee는 Franchisor의 사전 동의 없이 Brand 식당에 관한 광고프로그램에 관여하거나 기타 광고를 사용할 수 없다.

22. 물품 구입

Franchisee는 Franchisor가 서면으로 승인하는 공급업체와 계약업자, 납품업자로부터 식품과 음료, 재료, 유니폼, 포장재, 메뉴, 서식, 기타 물품일체를 구입해야 한다. Franchisor는 승인 조건으로 대리인이 공급업자나 계약업자, 납품업자의 시설을 검사하고, Franchisee의 재량에 따라 시험용 샘플을 제출하고, 해당 샘플이 Franchisor가 납득할 만한 수준으로 Franchisor의 기준 및 규격에 부합하는 능력을 증명해야 한다고 요구할 권리가 있다. 승인을 구하는 Franchisee나 공급업자, 계약업자, 납품업자는 해당 검사 및 시험 비용을 넘지 않는 요금을 지급해야 하며, Franchisor는 시험 과정에서 샘플에 발생할 수 있는 손해를 책임지지 않는다.

23. 검사

1) Franchisee가 기밀 운영 매뉴얼의 운영 기준 일체를 비롯하여 본 계약을 준수하는지 판단하기 위해, Franchisor는 종업원이나 회계사, 변호사, 기타 대리인을 통해 영업시간 중 언제든지 Franchisee에 대한 사전 예고 없이 식당에 입장하여 준수 여부를 검사할 권리가 있다. 해당 검사권은 하기의 권리를 포함한다.

① 식당을 육안으로 검사 및 관찰한다.

② Franchisor가 적절하다고 판단하는 연속 기간이나 간헐적 기간 동안 식당의 운영을 관찰하고 비디오로 촬영한다.

③ 식품과 음료 제품이나 물품, 소모품, 기타 제품에서 시험이나 분석용 샘플을 제거한다.

④ 식당 직원 및 고객과 면담한다.

⑤ 회계 및 종업원 기록 일체와 회계장부를 비롯하여 식당 운영에 관한 장부와 기록, 서류를 검사 및 복사한다. 매출 보고서와 재무제표를 비롯하여 Franchisee의

장부 및 기록을 감사하거나 감사를 지시한다.

2) Franchisor는 해당 검사로 드러난 결함을 서면으로 통지하고 Franchisor가 숙지한 문제를 Franchisee에게 통지할 수 있다.

3) Franchisee는 결함이나 문제 통지를 수령한 후 7일 안에 해당 결함이나 문제를 자비로 시정한다. 단, 건강이나 위생, 안전 관련 법률이나 조례 위반에 관한 경우에는 24시간 안에 즉시 시정해야 한다.

4) 해당 검사 비용은 Franchisor가 부담한다. 단, Franchisor가 프랜차이지의 계약 불이행과 관련하여 본 계약의 기한 동안 12개월 안에 검사를 추가로 실시할 경우에는 Franchisee 종업원의 여비와 숙박비, 보수를 포함하되 이에 국한하지 않고 해당 불이행과 관련된 추가 검사 비용 전액을 Franchisee에 부과할 권리가 있다.

24. 불이행 및 해지

1) 즉시 해지

Franchisee가 만기 부채를 지급할 수 없어 지급불능이 되거나, 파산이나 지급불능 판결을 받거나 태국 파산법에 따라 파산이나 구조조정, 유사 절차 청원서를 제출하거나 해당 청원서를 30일 안에 취소하지 않거나, 관재인의 지명을 요청하거나 채권자를 위하여 일반 양도를 이행하거나, USD25,000달러가 넘는 최종판결액을 30일 이상 이행하지 않거나, Franchisee의 사업이나 재산에 강제집행이 실시되거나, Franchisee의 자산에 대한 선취특권이나 저당권 유질처분을 위한 소송이 제기되고 해당 소송이 30일 안에 기각되지 않거나, Franchisee가 자발적으로 해산 또는 청산하거나 회사나 제휴해산을 위한 청원서를 제출하고 해당 청원서가 30일 안에 기각되지 않는 경우 이는 본 계약의 중대한 위반이 되며, 본 계약은 Franchisor의 재량에 따라 예고 없이 자동으로 해지된다.

2) 통지에 따른 해지

본 계약의 기타 규정과 준거법에 의거한 Franchisor의 해지권에 덧붙여, Franchisee가 하기 각 항에 해당할 경우 Franchisor는 본 계약을 해지할 권리가 있으며 Franchisee에 대한 해지통지 전달 즉시 해지의 효력이 발생한다.

- ① 연속 3일 간 식당을 유기하거나 적극적으로 운영하지 않을 경우
- ② Franchisor의 사전 동의 없이 식당 운영의 지배권을 명도 또는 양도하는 경우
- ③ Franchisor에게 제출한 정보에 중대한 허위진술이나 누락이 있을 경우
- ④ 식당 임대 또는 전대가 취소 또는 해지되는 경우

⑤ Franchisor가 면허 상표와 관련된 신용에 악영향을 미친다고 합당하게 판단할 수 있는 중죄나 기타 범죄로 유죄판결을 받거나 이의를 제기하지 않는 경우

⑥ 본 계약을 무단 양도하는 경우

⑦ 기밀정보를 무단 사용 또는 공개하거나 기밀 운영 매뉴얼의 일부를 이용, 복제, 공개하여 계약을 위반하는 경우

⑧ 식당의 청결이나 위생에 관하여 Franchisor가 정하는 의무 규격이나 기준, 운영 절차를 이행하지 않거나 준수를 거부하거나, 건강이나 안전, 위생 관련 법률이나 조례, 규정을 위반하고 위반에 관한 서면 고지 이후 24시간 안에 해당 불이행을 시정하지 않거나 이를 거부하는 경우

⑨ 총수입을 정확하게 보고하지 않거나 Franchisor나 계열사에게 지급할 대금을 지급하지 않고, 해당 불이행에 관한 서면 고지 이후 10일 안에 해당 불이행을 시정하지 않는 경우

⑩ Franchisor와 제휴하지 않은 공급업자에 대한 대금을 적시에 지급하지 않고 (선의의 분쟁 대상인 대금 제외) Franchisor가 이를 고지한 후 30일 안에 불이행을 시정하지 않는 경우

⑪ 본 계약의 여타 규정이나 Franchisor나 그 계열사와의 기타 계약, Franchisor가 규정하는 의무 규격이나 표준 또는 운영절차를 준수하지 않고 이를 통지한 후 30일 안에 해당 불이행을 시정하지 않는 경우

⑫ 연속 12개월 동안 납기가 된 보고서나 기타 데이터, 정보, 입증기록을 3회 이상 제출하지 않거나 만기가 된 로열티나 광고 기금 출자액, Franchisor나 계열사, 비계열 공급업자에게 지급할 기타 대금을 지급하지 않거나 해당 불이행의 시정여부를 불문하고 본 계약을 준수하지 않는 경우

25. 기타 규정

1) 준거법: 본 계약의 규정은 태국 법률에 따라 시행 및 해석한다. 본 계약에 관한 특정 현안에 준용할 태국 법률이 없을 경우에는 일반적으로 용인되는 국제법 원칙과 기준을 참조한다. 단, 태국법의 기본 원칙에 저촉되지 않아야 한다.

2) 분쟁 해결: 본 계약으로 인하거나 관련하여, 또는 본 계약 위반에 대해 당사자 간에 발생하는 분쟁이나 논란, 이견은 일체 시행 규정에 따라 식당이 소재하는 관할 법원에서 최종 해결한다.

3) 본 계약에 관한 기록과 서류 일체는 태국어와 영어로 작성한다. 본 계약으로 인한 제 당사자의 서한 일체는 영어와 태국어로 작성한다.

4) 이유 여하를 막론하고 본 계약의 요건이나 규정이 무효나 불법, 집행불가능해지는 경우, 해당 무효나 불법, 집행불가능성은 본 계약의 기타 조건이나 규정에 영향을 주지 않으며 본 계약은 해당 요건이나 규정이 본 계약에 포함되지 않았던 것처럼 해설 및 해석한다.

5) 본 계약은 양해각서를 비롯하여 본 계약의 주제에 대해 당사자가 구두나 서면으로 체결하는 종전의 진술이나 양해, 합의 일체를 대체하며 본 계약서의 별첨, 본 계약에서 참조하는 계약서 및 서류 일체와 함께 계약 약관에 대한 제 당사자의 완전한 합의를 포함한다.

6) 본 계약은 원본 4부를 작성하고, 각 원본은 태국어와 영어로 작성한다. 당사자 양측은 각자 원본 2부를 갖는다. 태국어와 영어 계약서가 충돌하는 경우, 제 당사자는 영어본을 우선하기로 합의한다.

이의 증거를 위하여 제 당사자의 유권대리인은 본 계약에 서명하며, 체결일부로 발효한다.

Franchisor 측

성명:

직급:

Franchisee 측

성명:

직급:

4 현지 운영

가. 인사 및 노무 관련 규정

(1) 외국인의 고용

- 태국의 외국인 고용법에는 태국인만이 수행할 수 있는 직업과 외국인이 참여할 수 있는 직업을 명기하고 있음
- 외국인 고용법을 요약하면 다음과 같음
 - ① 태국에서 근무하는 외국인은 태국 노동부가 발급하는 노동허가증을 받아야 함
 - ② 노동허가증에는 직업, 고용주 및 지역을 제한하고 있으며, 변경 시 신규 노동허가증을 받아야 함
 - ③ 태국 투자청의 승인을 받은 기업에 근무하는 외국인은 투자 승인기간까지 노동허가증을 받을 수 있으며, 지역사무소 대표로 근무할 경우에는 상업등록부로부터 노동허가증을 쉽게 받을 수 있음
 - ④ 기업설립을 위해 태국에 입국하는 외국인은 즉시 업무를 수행할 수 있으나 입국 후 30 일 이내에 노동허가증을 발급받아야 함
 - ⑤ 국제기구, 협약에 따라 태국에서 근무하는 외국인은 노동허가증 발급대상에서 제외됨
- 외국인 고용제한 업종을 종래 39개에서 28개로 축소하는 외국인 고용 관련 노동부 행정명령이 2018. 7. 1일부터 시행

표 3-7 외국인 제한 업종 리스트

| 현행 | 개정 |
|---------------|---------------|
| 1. 목재조각 | 1. 목재조각 |
| 2. 자동차 운전 | 2. 자동차 운전 |
| 3. 상점 점원 | 3. 상점 점원 |
| 4. 경매 | 4. 경매 |
| 5. 보석 세공 | 5. 보석 세공 |
| 6. 헤어관리 등 이미용 | 6. 헤어관리 등 이미용 |
| 7. 수공 직조 | 7. 수공 직조 |
| 8. 펄프 및 매트 직조 | 8. 펄프 및 매트 직조 |
| 9. 종이 제조 | 9. 종이 제조 |
| 10. 칠 제품 제조 | 10. 칠 제품 제조 |
| 11. 태국 약기 생산 | 11. 태국 약기 생산 |
| 12. 흑금 제품 제조 | 12. 흑금 제품 제조 |
| 13. 금은 세공 | 13. 금은 세공 |

14. 구리 제품 제작
15. 태국 인형 제작
16. 발우 제작
17. 수공 실크 제작
18. 부처 이미지 제작
19. 우산 제작
20. 중개 및 대리업
21. 수공 담배 제작
22. 법률 및 소송 서비스
23. 서무 및 비서직
24. 수공 실크원사 직조
25. 태국 문자 조판
26. 노점상
27. 관광 가이드
28. 비숙련 노동
29. 농림축산수산업
30. 건설업
31. 회계감사 서비스
32. 매트리스 및 담요 제작
33. 도검류 제작
34. 신발 제작
35. 모자제작
36. 도자기 제작
37. 의상 제작
38. 건축
39. 토목공학(엔지니어링)

14. 구리 제품 제작
15. 태국 인형 제작
16. 발우 제작
17. 수공 실크 제작
18. 부처 이미지 제작
19. 우산 제작
20. 중개 및 대리업
21. 수공 담배 제작
22. 법률 및 소송 서비스
23. 서무 및 비서직
24. 수공 실크원사 직조
25. 태국 문자 조판
26. 노점상
27. 관광 가이드
28. ~~비숙련 노동~~
29. ~~농림축산수산업~~
30. ~~건설업~~
31. ~~회계감사 서비스~~
32. ~~매트리스 및 담요 제작~~
33. ~~도검류 제작~~
34. ~~신발 제작~~
35. ~~모자제작~~
36. ~~도자기 제작~~
37. ~~의상 제작~~
38. ~~건축~~
39. ~~토목공학(엔지니어링)~~
28. (추가) 타이 전통 마사지

※주: 2018.7월 외국인고용 관련 노동부 행정명령 개정내용
 [자료: 2018. 주 태국 대한민국 대사관 자료 참조]

- 태국 노동부에서 2017.6.23 시행된 법령에 의거(왕실법령 외국인 고용관리법 2017)하여 불법취업으로 적발당한 외국인과 고용주 모두에 대한 처벌이 대폭 강화됨
- 고용주
 - 노동허가증을 발급받지 않은 외국인을 고용한 고용주에 대해 외국인 1인당 40만-80만 바트의 벌금 부과
 - 외국인 근로자가 노동허가증에 명시된 것과 다른 업무를 수행할 경우 외국인 1인당 40만 바트 이하의 벌금 부과
- 외국인 근로자

- 노동허가증이 없거나 외국인 노동이 금지된 카테고리에서 근무하는 외국인 근로자에 대해 최대 5년의 징역, 2,000-10만 바트의 벌금 부과

< TIP >

- 태국의 외국인 고용법에는 태국인만이 수행할 수 있는 직업과 외국인이 참여할 수 있는 직업을 명기하고 있음

(2) 외국인 워크퍼밋(취업허가서, Work Permit)

- 외국인 근로법(2008) - 외국인 근로자 관리에 관한 국왕 칙령(2017) - 노동부 행정명령(다수)으로 규정. 상기 행정명령에 규정된 외국인 워크퍼밋(취업허가서) 발급 요건은 아래와 같음
 - ① 2백만 바트 이상의 자본금을 등록한 기업에 대하여 2백만 바트 당 1명의 외국인 근로자에게 워크 퍼밋을 발급
 - ② 워크퍼밋을 발급받은 외국인 1인당 태국인 4명을 의무 고용해야 함(전체 고용 근로자 중 외국인 근로자 비중을 20%로 제한)
 - ③ 외국인 근로자는 국적별로 매달 일정 금액 이상의 월급을 지급(저임금 근로자 대량 유입 방지 목적)
 - 미국, 일본, 캐나다 : 6만 바트
 - 유럽, 호주 : 5만 바트
 - 한국, 대만, 싱가포르 등 : 4만 5천 바트
 - 중국, 인도 등 : 3만 5천 바트
 - 아프리카, 캄보디아, 미얀마, 라오스 등 : 2만 5천 바트
 - 언론사 근무자 : 2만 바트
- 그러나, 첨단 기술 보유자, 연예 산업·NGO 종사자, 제한된 시간 내에 프로젝트를 완료를 위해 필요한 경우"등은 예외를 인정하고 있어, 실제 발급시 노동부는 광범위한 재량을 보유

< TIP >

- 외국인 노동인력에 대해서는 '외국인근로법에 의해 원칙적으로 Work Permit을 취득하고, 취업제한 직종에는 취업제한. Work Permit은 관광객이 아니라 태국에서 거주하는 외국인에게 투자법 등 각종 법령에 근거하여 주어짐
- 외국인 노동력은 **Non-Immigrant 비자**(이민법, 체류목적)와 **Work Permit**(노동법, 취업목적)을 모두 취득해야 하며, 총인력수 등 각종규제를 받음
태국 기업이 외국인을 고용할 경우 태국내 취업 금지직종 이외에 별도 제한규정은 없지만, 외국 법인은 외국인 1명 고용시 자본금 등록과(200만 바트, 한화 약6,800만원) 태국인 4명을 고용해야 하며, 외국 노동자 수는 10명 이하(다만, 전문기술 분야, 단기 프로젝트 전문기술자, 임시계약으로 엔터테인먼트 사업에 종사하는 외국인 노동자수는 예외)
- 태국내 취업을 위해서는, 주한 태국대사관에서 Non-Immigrant 비자(typeB, O) 발급 후 입국하여, 태국 노동부에 Work Permit 신청 (90일 이내)
* 신청서류
 - 비자(주한태국대사관) : 신청서 1통, 영문 이력서 1통, 태국 기업의 영문 초청장 (Invitation Letter) 1통, 여권, 사진 2매
 - Work Permit(태국 노동부) : 신청서 1통, 여권, 사진 3매, 고용계약서, 졸업증명서(영문), 건강 진단서(태국), 회사 등기부 등본, 납세 증명서 및 재무제표, 한국 태국 주소

(3) 태국의 근로기준

태국의 노동법은 근로기준에 관한 법은 노동보호법(Labor Protection Act 1998)으로 고용 및 해고, 급여, 복지 및 작업장의 안전, 보건 등 근로기준에 관하여 규정하고 있으며, 다음의 근로자는 법의 적용에서 제외됨

- ① 중앙 및 지방정부, 국영기업관계법의 적용을 받는 국영기업, 사립학교법의 적용을 받는 사립학교 교원
- ② 농업 및 가내영업의 피고용인
- ③ 가사보조인, 비영리법인의 고용인(일부 규정만 적용)

(가) 근로시간

- 통상근로시간은 1일 8시간, 주당 48시간이며, 전문직, 서비스직, 관리직, 사무직, 상업의 통상근로시간은 피고용인의 동의하에 1일 8시간을 초과할 수 있으나 주당 48시간을 초과할 수 없음.
- 화학물질의 생산, 금속주조, 동굴이나 터널 등 안전이나 보건상 위해한 것으로 노동부장관령에 정해진 경우 근로시간은 1일 7시간 주 42시간을 초과할 수 없음.

- 초과근무 및 휴일근무는 1주 36 시간을 초과할 수 없음

표 3-8 외국인 제한 업종 리스트

| 근로종류 | 근로시간 | 기타 |
|----------------------------|------------------------------------|---------------|
| 통상근로 | 1일 8시간 주당 48시간 | |
| 전문직, 서비스직, 관리직, 사무직, 상업 근로 | 1일 8시간을 초과할 수 있으나 주당 48시간 초과할 수 없음 | |
| 안전이나 보건상 위해한 업종의 근로 | 1일 7시간 주당 42시간 | 노동부장관령에 업종 규정 |
| 초과 및 휴일근무 | 주당 36시간 이내 | |

[자료: 2018. 주 태국 대한민국 대사관 자료 참조]

(나) 임금

- 임금은 피고용인이 달리 동의하지 않는 한 바트화로 근무지에서 지급되며, 피고용인과 달리 합의하지 않는 한 적어도 한 달에 1회 지급하여야 함.
- 고용주가 각종 급여나 수당, 퇴직금 등을 정해진 날짜에 지급하지 못하는 경우 연간 15%에 해당하는 이자를 지급하여야 하며, 정당한 이유 없이 지급을 거절하는 경우 매 7일마다 미지급금의 15%를 추가로 지급하여야 함
- 금전이나 재산의 보관 관련된 업무 등에 종사하는 피고용인에 대해 고용인은 보증금을 요구할 수 있으며 보증금은 보증금을 받은 날의 일당의 60배를 초과할 수 없음. 고용계약이 끝나는 경우 연이자 15%와 함께 보증금을 환불하여야 함
- 고용주가 하청자인 경우 원청자는 하청자가 지급하여야 할 급여, 수당, 퇴직금 등에 대해 공동으로 책임을 짐

(다) 퇴직금

특별한 고용계약이 있거나 특별한 사유로 인해 해고된 경우에는 퇴직금을 지급하지 아니함

표 3-9 퇴직금 지급 예외

| 퇴직금 지급 예외 사유 | 조 건 |
|--------------|---|
| 특별한 고용계약 | ① 임시직, 계절적 일자리 또는 사업의 시작과 끝이 정해져 있는 사업 등 고용계약기간이 정해져 있고 |

| | |
|-----------------|--|
| | ② 계약기간이 2년을 넘지 않으며, ③ 고용주와 피고용인이 서면으로 동의하고, ④ 계약 종료일에 계약이 끝나는 경우 |
| 특별한 사유로 해고되는 경우 | ① 자발적 퇴직 ② 부정직하게(dishonestly) 의무를 수행한 경우 ③ 고용주에게 의도적으로 심각한 범죄적 행위를 한 경우 ④ 의도적으로 고용주에게 손해를 입힌 경우 ⑤ 서면으로 경고를 한(아주 심각한 경우는 예외로 함) 적법하고 공평한 취업규칙이나 명령을 위반한 경우; 서면 경고는 피고용인이 규칙을 위반한 날로부터 1년간 유효함 ⑥ 적절한 이유 없이 3일 이상(중간에 휴일이 있는 경우는 휴일을 포함함) 결근을 한 경우 ⑦ 최종심에 의해 감옥에 수감된 경우(사소한 사고로 인한 경우는 예외임) |

※주: 2018.7월 외국인고용 관련 노동부 행정명령 개정내용
 [자료: 2018. 주 태국 대한민국 대사관 자료 참조]

(라) 해고 및 고용계약의 종료

- 고용계약서 상에 고용계약기간이 명시되어 있는 경우 고용계약 종료를 피고용인에게 통보할 필요가 없으나 고용계약기간이 명시되어 있지 않은 경우 고용계약 3개월 전 이후의 시점에서 계약종료를 통보하여야 함.
- 단체교섭이 진행 중이거나 중재나 조정이 진행 중인 경우에는 특별한 경우를 제외하고는 계약종료를 할 수 없음
- 사업장을 이전하고 사업장의 이전이 피고용인이나 그 가족의 일상생활에 영향을 주는 경우 고용주는 사업장이전 최소 30일 이전에 피고용인에게 통보하여야 하며, 피고용인이 이전된 사업장에서 일하고자 하지 않을 경우 고용계약을 종료할 수 있으며 이 경우 통상적인 퇴직금의 50%이상에 해당 하는 특별 퇴직금을 지급하여야 함
- 생산 및 유통방식의 개선, 새로운 기계나 기술의 도입에 의한 고용조정으로 피고용인을 해고하는 경우에 고용주는 해고 예정일 60일 이전에 근로감독관과 해당인에게 통보하여야 함. 사전 통보 없이 해고하는 경우 60일분 이상의 기본급을 미 통보 대가로 피고용인에게 지급하여야 함.
- 근속연수가 6년이 넘는 피고용인이 고용조정으로 해고되는 경우 통상적인 퇴직금 이외에 근속연수 1년당 15일분 이상의 기본급이 특별퇴직금으로 지급되어야 하며 특별퇴직금의 총액은 360일분의 기본급을 초과할 수 없음

- 사업의 상속, 이전, 합병 등의 경우에는 고용의 승계 등 근로자가 이전 사용자에 대하여 가진 모든 권리를 승계함

< TIP >

- 해외진출 시 현지인 고용에 따른 노사문제 및 국내 직원 현지파견에 따른 노사 문제가 발생할 수 있음. 노사발전재단에서는 이러한 해외진출 기업의 노무관리나 사무문제에 대한 정보제공이나 지원을 하고 있음(노사발전재단 해외투자기업지원 www.nosa.or.kr)

나. 세금 등 관련 규정

(1) 태국의 세법 체계

태국의 세금은 과세의 주체에 따라 국세와 지방세로 분류되며, 조세 부담의 기준에 따라 직접세와 간접세로 구분됨

(가) 국세와 지방세

- 태국 재무부(Ministry of Finance) 산하 국세청(Revenue Department)이 관리 및 징수하는 개인소득세, 법인소득세, 특정사업세, 인지세 외에 물품세와 관세가 국세에 해당됨
- 물품세는 Excise Department에서 관리 및 징수를 하고, 관세는 관세청(Customs Department)에서 담당함
- 지방세는 지방의 토지국이 관할하는 토지, 가옥세, 지방 개발세 및 간판세가 있으나, 세금 수입이 차지하는 비율은 국세에 비해 매우 적음

(나) 직접세와 간접세

- 직접세란 세금을 납부하는 납세의무자와 세금을 실제 부담하는 자가 동일한 세금으로, 개인소득세와 법인소득세 등이 해당
- 간접세는 납세의무자와 세금을 부담하는 자가 다른 세금으로 부가가치세, 물품세 등이 해당

(다) 태국의 조세법

- 한국의 세법은 국세기본법을 근간으로 하여 세금의 조류(세목)별로 법률, 시행령, 시행규칙, 기본통칙으로 체계를 갖추고 있으나, 태국은 '세법(Revenue Code)'에 5가지 세목에 대한 사항이 규정되어 있으며, 그것을 보완하는 국왕령, 장관령, 국세청 고지 및 통칙 등으로 구성됨
- 그 외에 관세법과 국가간 조세협약이 있음

표 3-10 태국의 세법 체계

| 종류 | |
|-------------------|---|
| 세법 | 태국 세법의 기본이 되는 법률로 5가지 세목인 개인소득세, 법인소득세, 부가가치세, 특정사업세, 인지세에 대해 규정됨 |
| 국왕령(Royal Decree) | 세법이 정하는 과세의 감면 등을 정한 것으로 내각에 의해 발행됨 |
| 장관령(고시) | 법령의 상세부분과 긴급면세 조치 등을 정하기 위해 발행됨 |
| 국세청 고지 | 법령을 해석을 위해 보다 실무적인 개별 사례에 대응하기 위해 발행됨 |
| 통칙(Ruling) | 납세자가 세법의 해석과 실무상의 취급에 곤란한 경우 국세청에 대해 직접 문서로 질의하여 받은 회신을 의미함. 일부 내용은 공개되며 실무상의 지침으로 이용되고 있음. 단, 어디까지가 개별 사안에 대한 회답이므로 모두 사전에 같은 해석을 적용할 수 없음 |
| 관세 | 수입 및 수출되는 재화에 대해서 부과하는 세금임 |
| 조세조약 | 국가간에 조세 회피나 이중과세를 방지하기 위해 체결된 조약을 의미함 |

(2) 태국 세법의 주요내용

(가) 납세자가 자진해서 신고(self-assessment)

- 세무신고는 납세자가 자진해서 신고(self-assessment)하는 방식과 과세 관청이 조세채무를 확정하는 부과과세 방법이 있으나 태국의 경우 대부분이 납세의 무자가 스스로 세금 계산을 해서 신고하는 방법을 채택하고 있음.
- 자진 신고한 내용에 대한 세무관청에서 볼 때 불성실 신고가 되었다고 판단 되는 경우에는 세무조사(tax re-assessment)에 착수하게 되며, 그 결과 세금을 추징하게 됨
- 태국은 무신고나 불성실신고에 대한 과중한 제재를 갖고 소득세 자진신고를 위해 자기검증체계를 운영하고 있음. 고의로 세금신고를 누락하거나 사기적 오류정보를 제공하는 납세자는 세금납부 침해관점에서 구속되어질 수도 있음

(나) 국제적 또는 양자협약의 규정에 의해 공제되지 않는 한 태국의

개인소득세

- 태국 내에서 고용 또는 사업을 수행하여 얻는 과세소득을 얻은 거주자나 비거주자인 모든 개인은 이중과세협약이나 기타 국제적 또는 양자협약의 규정에 의해 공제되지 않는 한 태국의 개인소득세를 납부
- 태국의 거주자는 동일한 해에 태국 내로 가져오는 외국의 원천으로부터의 모든 소득에 대하여 소득세를 납부해야 함.
- 과세소득의 각각의 범주는 특별규칙과 규정에 의해서 계산, 총당금, 공제, 소득세율 및 원천세율을 정해놓은 바를 따라야 함
- 개인들은 과세소득을 계산하는데 있어 다양한 공제방법이 허용됨. 여기에는 표준등록공제, 고정 개인 과세연도 공제, 실제 발생한 비용 공제방법이 있음.
- 개인적 또는 자본적 성격의 지출, 소득세로부터 비과세되는 소득을 생산하는데 발생한 비용은 공제할 수 없음.
- 개인은 누진세율을 적용함. 소득은 지급자가 원천징수 함

(다) 태국의 법인 또는 파트너십은 전 세계 소득에 대하여 법인세를 납부

- 회사와 기타법적인 실체는 태국의 법이나 외국법에 의해 설립되던 간에 태국 등록에서는 법인 또는 파트너십으로 지칭되어짐. 태국의 법인 또는 파트너십은 전 세계소득에 대하여 법인세를 납부하여야 함.
- 태국 내에서 외국법에 의해 설립된 실체는 태국내 영업활동으로부터 발생하는 순소득에 대하여 과세됨
- 과세연도는 일반적으로 연년에 의함. 법인이나 파트너십의 경우에는 과세연도는 회계연도로 간주되어지는데 어떤 날이든지 종료일로 할 수 있으나, 일단 선택되어지면 이 기간은 계속적으로 사용되어짐.
- 투자국으로부터 촉진 승인을 받은 회사는 운영 초부터 상당기간동안 조세특례를 적용받음. 태국은 광범위한 원천세제를 운영하는데 태국 내와 국외로 송금액을 기준으로 함

(라) 부가세는 태국 내에서 상품과 용역의 수입에도 과세

- 부가세는 태국 내에서 넓은 폭의 상품(자본항목을 포함하여)과 용역에 과세되며 또한 상품과 용역의 수입에도 과세됨. 현재의 부가가치세율은 7%임.

- 특정 사업이 태국에서 부가가치세의 체계에서 벗어나지만 특별사업세를 내야 함. 이러한 사업은 금융과 유사 사업, 파이낸스, 증권 그리고 신용회사, 보험사, 팩토링, 그리고 부동산 사업임.

(마) 기타

- 태국에서는 주나 지방 또는 시소득세가 적용되지 않음

< TIP >

- 태국의 법인 또는 파트너십은 전 세계소득에 대하여 법인세를 납부
- 세무신고는 납세자가 자진해서 신고(self-assessment)하는 방식

(3) 프랜차이즈와 세금

(가) 로열티에 대해서는 원천과세 형태의 소득세를 15% 부과

- 외국 프랜차이즈 기업 또는 태국에서 사업을 하지 않는 프랜차이즈 기업에게 지급하는 프랜차이즈 수수료 또는 로열티에 대해서는 원천과세 형태의 소득세를 15% 부과 가맹본부는 원천과세액을 매월 태국 국세청에 납부해야 함
- 원천과세(15%)는 태국이 외국과 체결하고 있는 과세관련 조약에 따라 삭감될 수도 있으며, 원천과세는 프랜차이즈 기업이 거주하고 있는 국가에 지불하는 프랜차이즈 수수료나 로열티 소득세에 대한 보증금으로 사용될 수 있음
- 이중과세방지 조약에 따라서 보증금 대신 면세가 될 수도 있는데, 면세 조항에 따라서 태국에서 과세되는 프랜차이즈 수수료 또는 로열티가 거주국가 과세 대상에서 면제될 수도 있음
- 프랜차이즈 수수료(로열티)를 태국 국세청에 신고할 의무는 없으며, 가맹본부나 가맹점사업자는 원천징수 환급을 신청할 수 있음.
- 원천징수 납부 증명서는 태국 국세청이 발급하며, 거주국가의 세금 환급에 대한 증빙자료를 요구할 수 있는데, 이 경우 외국 프랜차이즈 가맹본부는 태국 가맹점사업자에게 증빙자료 대리 신청을 지정할 수 있음

(나) 태국에 상설사업장을 갖고 있을 경우 30%의 법인소득세가 부과

- 로열티를 받는 프랜차이즈 기업이 태국에 상설사업장(태국에 본사를 둔 기업, 또는 태국소재 외국회사의 지사 등)을 갖고 있는 것으로 간주되는 경우, 당해

로열티는 수취인(프랜차이즈 기업)의 순이익을 결정할 수 있는 과세대상소득으로 인식됨. 순이익이 발생한 경우, 일반적으로 30%의 법인소득세가 부과됨

- 기업체가 중소기업(SME)으로 간주되는 경우, 해당세율은 더 낮아질 수 있음

(4) 외환관리 및 자금조달

- 외환 관리법(Exchange Control Act), B.E. 2485 (A.D. 1942)은 외환을 포함한 모든 사항을 지배함.
- 일반적인 법규로서, 외환을 포함하는 모든 사항이 태국 은행에 의해 규제되고 허가를 요함.
- 1990년 5월 22일부터, 외환 관리는 태국 은행에 의해 상당히 완화되었고, 현재, 태국 바트 및 외환의 일정 거래는 제한 없이 실질적으로 시행될 수 있으며, 몇 가지만이 태국 은행으로부터 승인을 요함

(가) 자금의 수입

- 비-거주민(Non-residents)
 - 통과시 개인은 외국 화폐 및 양도 가능한 유가증권을 제한 없이 태국 내로 반입할 수 있음.
 - 그들은 또한 제한 없이, 가지고 들어온 모든 외국 화폐를 국외로 자유롭게 반출할 수 있으나, 통과 시 개인은 1명당 50,000 바트 이상의 태국 화폐를 가져갈 수 없으며, 태국 주변 국가(미얀마, 라오스, 캄보디아, 말레이시아 및 태국)로의 여행시에는 예외로 최대 500,000 바트까지 허용됨.
 - 국내로 반입 될 수 있는 태국 화폐의 양에는 제한이 없음
- 거주민(Residents)

주민이 태국 내로 반입할 수 있는 외국 화폐의 양에는 거의 제한이 없으나, 국내로 수령 또는 반입된 날로부터 7일 이내에 반드시 시중은행에 판매 또는 외환계좌에 예금해야 함
- 투자자(Investors)
 - 투자 자금, 역외 대출금(offshore loans) 등의 외국 화폐의 수입에 대해서는 제한이 없음.
 - 그러한 외국 화폐는 국내로 수령 또는 반입된 날로부터 7일 이내에 반드시 판매 또는 태국 바트로 환전하거나, 공인은행의 외환 계좌에 예금해야 함.
 - US\$5,000 또는 그에 상당하는 가치를 초과하는 양의 외환을 판매, 교환 또는 예금하는 것을 포함하는 각 거래시마다 공인 은행에 F.T-3 또는 F.T-4 신청 양식을 제출해야 함

(나) 자금의 제한

투자 자금의 Repatriation, 배당 및 수익, 대출금 상환 및 이자 납입에 대해서는, 모든 적용 가능한 세금의 확정 후 자유롭게 이루어 질 수 있음

(다) 사업 거래시의 외환 거래

- 태국 주민의 외환 계좌(Foreign Currency Accounts)
태국의 개인 및 법인은 다음 조건에 따라 외환 계좌를 유지할 수 있음. 계좌는 태국의 공인 은행에 개설되고 해외에서 기원한 자금 또는 BIBF로부터 빌려온 외환으로 예금됨. 예금자는 예금일로부터 3 개월 이내에 해외의 개인, 공인 은행, 태국수출입은행(Export and Import Bank of Thailand), 또는 Industrial Finance Corporation of Thailand에 외환을 지불할 의무를 보여주는 증거를 제출해야 함
- 예금자는 상기 의무의 금액 이상을 예금할 수 없음
- 외국 통화 지폐 및 동전의 예금은 반드시 1일당 US\$2,000을 초과하지 않아야 함
- 계좌로의 차변(Debits)은 지원 서류의 제출에 대한 어떤 외부 의무의 지불 또는 공인은행에서 바트로 환전에 대해 허용된다. 모든 계좌에서의 일일 지급 총 합계는 법인에 대하여 US\$ 5,000,000, 개인에 대하여 US\$500,000을 초과할 수 없음
- 태국 비거주자의 외환 계좌
비거주자는 태국 내의 공인 은행에 외환 계좌를 개설하고 유지할 수 있음. 예금은 반드시 해외에서 기원된 자금이어야 함. 그러한 계좌의 예금액은 제한 없이 이체될 수 있음
- 비거주자 바트 계좌 Non-Resident Baht Account
비거주자는 유효한 여권 등의 신분증명을 제공하면 태국의 공인 은행에 계좌를 개설할 수 있으며 그들은 자유롭게 다음을 계좌에 넣을 수 있음
 - 해외 기원 외환 또는 비-거주민 외환 계좌로부터의 외환의 판매 금액
 - 다른 비-주민 바트 계좌로부터 이체된 금액
 - 주민과 비-주민 간의 채무
- 수입
수입업자는 수입 지불금을 위하여 자신의 외국환 계좌로부터 자유롭게 외환을 구매 또는 인출할 수 있음

- 수출
 - 수출업자는 모든 외환거래 규제로부터 자유로우나, 거래 당 500,000 바트 또는 동등가치 이상의 수출 금액은 수출일로부터 120일 이내에 수령하거나 공인 은행에 양도 또는 수령일로부터 7일 이내에 공인 지역은행의 외환계좌에 예금해야 함
 - 자유로운 제한은 서비스 요금, 이자, 배당금, 수익금, 및 로열티 등의 비자본 성격의 항목에 대하여 허용됨. 주인의 여행 비용 또는 교육 비용은 또한 지원 증거 제출 시 자유롭게 허용됨

- 무역외수지로부터의 금액은 반드시 수령일로부터 7일 이내에 태국의 공인은행에 양도 또는 예금해야 함

< TIP >

- 통상 로열티에 대해서는 원천과세 형태의 소득세를 15% 부과, 로열티 지불 시 소득세 감면정책 제외됨

< TIP >

- 해외로 수출하면서 관세·비관세 장벽 등으로 외국 세관에서의 통관과 관련하여 크고 작은 문제들이 발생함. 관세청은 국내기업의 수출활동과 직결되는 해외통관애로를 해결함으로써 물류비용을 절감하고, 신흥 수출시장을 확대하는 등 기업의 경쟁력 강화를 지원하고 있음(관세청 해외통관지원센터. www.customs.go.kr)
- 관세청 해외통관지원센터에서는 통관 애로 해소와 함께 관련된 해당국 재외공관 및 KOTRA, 무역협회, 주요 해외무역지점, 외국상공회의소 등의 연락처를 검색할 수 있으며, 특히 관세청 해외통관지원센터에서는 원재료 수출에 필요한 원산지증명에 관한 상담이나 정보도 제공하고 있음

5 기 타

가. 철수 및 청산

(1) 철수제도

- 태국에서 기업 철수는 상법에 따른 자발적인 철수와 파산법에 따른 철수방법으로 나뉨.
- 태국에는 강제 철수는 없지만 채권자는 채무자가 기업 구조조정을 하게 권유하는 등, 공식 또는 비공식적으로 파산 절차를 밟을 수 있음. 또한 법원에 기업 해산을 요청할 수도 있음
- 진출 기업이 문을 닫았더라도 철수절차가 마칠 때까지 기업이 존재하는 것으로 간주됨
- 파산신청자는 재산통합, 대출 상환금, 지불 비용 등을 다루는 철수절차 등록을 밟게 됨

(2) 자발적 철수

- 국세법은 기업 철수, 합병, 파산에 관한 규정을 명시해두고 있으며, 자발적 철수는 보통 세무조사를 실시함
 - 자발적 철수에 해당하는 관련 비용은 공공지출, 광고비용, 주주에게 철수 통보, 변호사 선임비용, 감사비용, 고용인 퇴직금, 파산 법정 비용(가능할 경우) 등이 있음
 - 기업 철수 소요시간은 기업의 제반 업무정리 · 빚 청산 · 자산 분배 문제의 상황에 따라 달라지며, 모든 문제가 해결되면 세무조사에 착수함
- 세무국이 세무조사를 마치면 기업 철수의 최종 승인을 받게 되는데, 이것은 약 3개월 정도가 소요됨
 - 철수는 정부의 승인이 없이는 불가능
 - 또한 철수 이후 14일 이내에 기업 철수와 청산인 이름을 등록해야 함
 - 청산인은 제반 활동에 관한 보고서를 태국 상무부 등록국에 3개월마다 제출해야 함
- 기업은 철수가 마무리되고, 회사 등록이 취소되기 전에 상무부 세무국의 승인을 받아야 함
 - 채권자, 피고용자, 기타 관계자의 책임 또는 의무는 철수 날짜 14일 이내에 통

보돼야 함

- 청산인은 신문 광고를 통해 공식적으로 철수사실을 알리고, 각각의 채권자들에게도 통보해야 함
- 고용주는 고용인에게도 철수사실을 알리고 노동보호법에 따라 퇴직금을 지급해야 함

(3) 자발적 철수의 단계별 절차

- 모든 투자자는 장소, 시간, 투자자 이름, 철수 조건, 철수 날짜, 효력 개시 날짜가 적힌 철수 각서 또는 철수 동의서에 서명해야 함
- 철수와 철수 보상 책임자를 지정하고(기업 선서서에 책임자가 명시되지 않았을 경우, 기업의 매니저가 법에 규정된 철수 관련 책임자로 선정됨), 계약서에 명시된 모든 투자자의 친필 서명 2부를 준비
- 지역 신문과 채권자에게 철수사실을 통보하고 철수절차를 마친 후 14일 이내에 철수를 등록
- 철수 절차 시 필요한 서류
 - ① 철수 지원서
 - ② 등록서
 - ③ 법원의 철수 통보서(있을 경우)
 - ④ 철수 동의각서
 - ⑤ 파산신청자(철수 지원서를 등록하며, 철수에 대한 전반적인 책임이 있는 자)의 신분증명서 사본
 - ⑥ 대리인 위임장(있을 경우)
 - ⑦ 변호사 회의 구성원 증명서
 - ⑧ 등록 수수료 200바트(약 6달러)
 - ⑨ 증명서 60바트(약 1.8달러)
- 재무제표를 작성해 감사원에 제출
- 감사원의 철수 재무제표 승인이 있어야 재무제표가 증거가 됨. 따라서 승인을 위한 회의가 열리게 되며, 이 때 기업의 매니저나 다른 사람을 파산신청자로 승인하게 됨.
- 파산신청자는 자산·채권자 지불금액·매니저 지불금액을 통합하고, 만약 잔여 자산이 있을 경우, 파트너에게 자금과 평균 이익을 반환. 파산 신청사는 법원에 파산 통보를 요청
- 철수 절차가 마무리 되지 않을 경우, 회계는 철수 절차 보고서를 준비해야 하

며, 3개월마다 등록국에 등록해야 함. 만약 철수 절차기간이 1년이 넘어갈 경우, 파산신청자는 매년 회의를 열어 상황을 보고해야 함.

- 재무제표 보고 후, 주주총회를 열어 철회절차를 승인 받음.
- 파산 신청자는 회의 종결 후 14일 이내에 철회를 등록해야 함.

(4) 파산법에 따른 철수

- 법원은 파산법에 따라 기업철수를 승인한 후, 파산 관재인을 선임.
- 파산 관재인은 최종 판결을 위해 채무자 자산을 모으고, 채권자의 요구를 수렴해 법원에 보고하게 됨.
- 최종 판결이 진행되는 동안, 채권자는 다음과 같은 서류를 작성해 법원에 제출할 수 있음.
 - ① 파산 관재인에 의한 채무자 자산조사에 관한 요구 또는 자산 존재 여부조사
 - ② 만족할 만한 채무자 보증 요구
 - ③ 채무자 자산 손실을 우려해 법원의 채무자 자산 관리와 증거 확보 요구

(5) 고용인 해고

- 노동법에 따르면, 고용주는 다음 사항에 따라 고용인에게 퇴직금을 지급해야 할 의무가 있음
 - ① 고용기간이 120일 이상 1년 이하일 경우, 최근 임금을 기준으로 최소 30일에 해당되는 임금을 지급하거나, 수당으로 일하는 근로자를 고려해 최근 30일 동안 일한 만큼의 임금을 지급해야 함.
 - ② 고용기간이 1년 이상 3년 이하일 경우, 최근 임금을 기준으로 최소 90일에 해당되는 임금을 지급하거나, 수당으로 일하는 근로자를 고려해 최근 90일 동안 일한 만큼의 임금을 지급해야 함.
 - ③ 고용기간이 3년 이상 6년 이하일 경우, 최근 임금을 기준으로 최소 180일에 해당되는 임금을 지급하거나, 수당으로 일하는 근로자를 고려해 최근 180일 동안 일한 만큼의 임금을 지급해야 함.
 - ④ 고용기간이 6년 이상 10년 이하일 경우 최근 임금을 기준으로 최소 240일에 해당되는 임금을 지급하거나 수당으로 일하는 근로자를 고려해 최근 240일

동안 일한 만큼의 임금을 지급해야 함.

- ⑤ 고용기간이 10년 이상일 경우 최근 임금을 기준으로 최소 300일에 해당되는 임금을 지급하거나 수당으로 일하는 근로자를 고려해 최근 300일 동안 일한 만큼의 임금을 지급해야 함 (자료 참조. 태국 상무부, 국세청)

나. 프랜차이즈 분쟁

(1) 가맹 분쟁 유형

- 태국은 아직 프랜차이즈에 관한 법이 없어서 가맹본부와 가맹점사업자 또는 소비자와의 사이에 가맹 점포설비의 시공이나 가맹본부에 의한 지원 내용 등에 관하여 분쟁이 많이 발생
- 태국에서 발생하고 있는 프랜차이즈 관련 분쟁 유형은 '계약 해지 및 가입금 환불', '일방적 계약변경', '부당한 계약해지 또는 갱신거부', '계약 불이행', '부당이득', '영업지역보장', '상표권 침해' 등이 발생
- 특히 가맹본부가 허위·과장 광고로 가맹점을 모집한 후, 가입금을 챙겨 도주하거나, 가맹점에 대한 지원은 소홀히 하고 신규 가맹점 모집에만 주력하는 사례가 발생
- 가맹본부가 우월한 지위를 이용하여 가맹사업자에게 불리한 계약조건을 강요하거나, 부당한 수수료 징수 등 불공정한 행위를 취하는 경우도 빈번함

(2) 분쟁해결

- 분쟁은 크게 계약내용의 문제와 계약내용의 불이행으로 구분
- 프랜차이즈에 관한 분쟁을 규율하는 법령이 제정되어 있지 않아서, 태국에서는 프랜차이즈 관련 분쟁이 발생할 경우 민사 관련 법률에 따라 규율
- 태국 프랜차이즈 업계에서는 모방, 복제, 태만 등 해결과정이 복잡한 문제가 발생하고 있는데, 민사소송 외에 해결방법으로는 '대체분쟁 해결제도'가 있으며, 이는 분쟁 당사자들이 직접 해결절차에 참여하여 신속하게 해결점을 찾아나도록 중재하는 제도임. 일반적으로 '협상', '화해', '조정' 등의 방법이 사용됨.(자료참조. 서비스업 해외진출 가이드. kotra)

< TIP >

- 해외진출 시 합작방식이나 마스터 프랜차이즈방식의 경우, 파트너와 분쟁이 발생하기도 함. 따라서 계약단계에서 이러한 분쟁이나 리스크(Risk)의 예방조치나 해결방식을 내용에 포함할 필요가 있음
「TV 외식기업의 태국 진출전략 > 2.태국 진출전략(진출유형) > 나. 파트너 선정 시 주의사항」 참조

다. 식당 개업 절차

(1) 사업자 등록 절차

(가) 개인사업자

태국에서 외국인은 개인사업자로 활동할 수 없음

(나) 법인 사업자

- 법인 설립 관련 기본사항
 - 외국인 사업법(Foreign Business Act, FBA)에 따르면 태국에서 사업 활동을 할 수 있는 외국기업은 외국법인, 외국인 지분이 50%이상인 태국소재 법인으로 규정함. 외국기업이 태국에서 일반적으로 이용하는 사업체의 형태는 현지회사(현지법인)임
 - 참고로 태국 정부는 식음료 산업의 외국인 투자 지분을 49%로 제한함. 단, 태국 상무부의 외국인사업면허(Foreign Business License, FBL)를 얻으면 100% 지분 취득이 가능하나, 취득 절차가 까다로움. 외국기업의 지사가 FBL를 받기 위해서는 아래와 같은 요건이 충족되어야 함
 - 4년 이내에 사업실행자본 500만 바트(약 1억 6천만 원) 이상이 태국에 반입되어야 함
 - 1차 년도의 첫 6개월, 다음 6개월 내에 각각 100만 바트(약 3천만 원)가 반입되어야 함. 이후, 2, 3, 4차 년도에는 1년 내에 각각 100만 바트(약 3천만원)의 자본이 반입되어야 함
 - 지사의 FBL은 5년 동안 유효하며, 5년 후에는 사업실행자본이 반입되는 조건하에 갱신할 수 있음
 - 외국기업은 연락사무소/지역사무소 형태로도 태국에 진출할 수 있음.

- 법인 설립 절차

- 태국에서 법인을 설립하기 위해서는 법률사무소에서 작성한 제반 서류를 서명한 후 담당 기관에 제출해야 함. 서류가 빠짐없이 준비되었을 시, 수일 내에 법인 설립이 가능함

(2) 인허가 관련 정보

(가) 식당 영업 허가증

- 태국에서 식당을 운영하기 위해서는 식당영업 허가증을 취득해야 함. 식당 영업 허가증 신청 시, 필요한 서류는 아래와 같음.
 - ① 사업자등록증
 - ② 식당 빌딩의 부동산 등기부 등본
 - ③ 임대 계약서 원본
 - ④ 회사소유주의 신분증 및 부동산 등기본 사본
 - ⑤ 위임장
 - ⑥ 식당영업 허가증 신청서
 - ⑦ 식당위치가 표시된 지도
 - ⑧ 식당의 외부 및 내부 사진
 - ⑨ 식당 인테리어 기획서
 - ⑩ 식당의 총 면적
 - ⑪ 식당 소유권을 증명할 수 있는 서류
- 식당 영업 허가증 신청 시, 대략적인 비용은 아래와 같음.

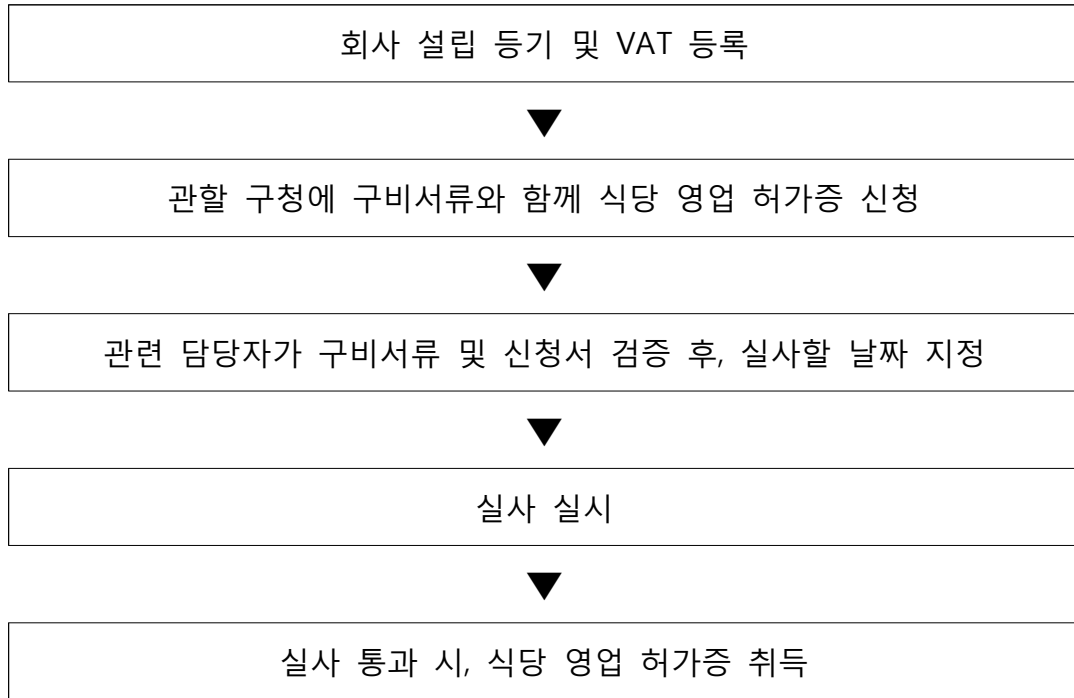
표 3-11 식당 영업 허가증 신청비용

| 면적 범위 | 비용 |
|---|---|
| 10m ² 미만 | 100 바트(약 3,300원) |
| 10m ² 이상 200m ² 이하 | 1m ² 당 5바트(약 170원) 추가 |
| 200m ² 초과 300m ² 미만 | 2,000 바트(약6만 7천원) |
| 300m ² 초과 | 1m ² 당 5바트(약 170원) 추가 최대 요금은 3,000 바트(약 10만원) |

[참조. Interactive Associates. 2016 글로벌 한식·외식 산업조사 결과보고서. 한식재단]

- 식당 영업 허가증이 늦게 발급되는 경우가 빈번히 발생하므로, 때로는 식당을 창업한 후에 신청 하는 경우도 있음.
- 식당 영업 허가증은 매년 12월 31일에 만기되며, 매해 연장되어야 함

표 3-12 태국 식당 영업 허가증 취득 절차



[참조. 2016 글로벌 한식·외식 산업조사 결과보고서. 한식재단]

- 유흥업 허가증
- 흡연이 가능한 식당을 운영하기 위해서는 식당 영업 허가증 외에도 유흥업허가증을 관할 지역경찰서에서 취득해야 함
- 유흥업 허가증 취득이 가능한 업태는 술 판매를 주업으로 하는 술집, 바, 스낵바, 노래방 등임
- 유흥업으로 등록한 술집에서 식사 또는 음식을 조리해 판매하는 경우에는 관할 구청에서 식당영업 허가증 별도로 취득해야 함

(나) 주류 허가증

- 태국에서 주류를 판매하기 위해서는 주류 허가증이 필요함. 주류 허가증이 필요한 곳은 펍, 바, 레스토랑, 수입업체, 유통업체, 도매업체, 호텔, 클럽, 영화관, 식료품점과 주류 상점 등 주류를 판매 및 유통하는 업체임
- 주류 허가증은 매년 12월 31일에 만료되기 때문에 해마다 갱신해야하며, 갱

신 비용은 1,100 바트(약 36,000원)임

- 주류 허가증 신청서는 사업체의 소유자 이름으로 작성 후, 영업장이 위치한 지역의 구청에 제출해야 함. 주류 허가증 신청 시, 필요한 서류는 회사 등록 문서, 레스토랑/바 주소가 적힌 증명서, 식당영업 허가증 또는 유흥업 허가증의 사본, 임대계약서, 면허소지자의 신분증임
- 신청 시, 보증금이 요구될 수도 있으며, 학교 근처나 종교시설이 있는 지역에서 술을 판매하는 것은 법적으로 금지되어 있음 (자료 참조. 2016 글로벌 한식·외식 산업조사 결과보고서. 한식재단)

<  TIP >

- 태국에서 외국인은 개인사업자로 활동할 수 없음
- 태국 정부는 식음료 산업의 외국인 투자 지분을 49%로 제한함
- 외국인사업면허(Foreign Business License, FBL)를 얻으면 100% 지분 취득이 가능하나, 취득 절차가 까다로움

1 진출 시 고려점

가. 법률 및 제도적 측면

(1) 프랜차이즈 관련 법률

- ① 태국에서는 현재 프랜차이즈 관련 법률이 없으며 일반 상거래 관련 법률에 따름. 특히 상표권의 정당한 부여와 영업비밀 보호 관련 내용이 중요함
- ② 현재 프랜차이즈 관련 법률(FBA)이 국회에 계류 중에 있으며, 중국 프랜차이즈 관련 법률과 유사할 것으로 예상됨

(2) 기업설립 관련 법률과 제도

- ① 태국에서 외국인은 개인사업자로 활동할 수 없음
- ② 외국인 사업법에 따른 외국인 투자규제 업종에 따른 외국인 지분소유 제한이 있음 (50% 이상 소유금지)
- ③ 외국인 소유 지분이 50%이상인 외국기업이 BOI (Board of Investment)나 토지국(Department of Land)로부터 허가를 얻어 토지를 소유할 수 있지만 매우 까다로움
- ④ 외국인이 태국의 토지를 취득할 수 있는 방법은 태국인과 합작법인을 통해서 토지를 취득할 수 있으나, 이 경우 외국인의 지분은 50%를 넘지 못함
- ⑤ 특허는 PCT에 가입되어 있지만, 상표는 아직 마드리드 협정에 가입되어 있지 않음

(3) 계약관련 법률과 제도

- ① 태국은 프랜차이즈 관련 특정 법령이 없으며, 일반적인 민법, 상법, 특허관련 조항에 따라 계약이 진행되며, 통상 상표나 영업비밀의 보호 규정이 중요함

- ② 최근 가맹점사업자를 보호하기 위한 정책이 많이 시행됨

(4) 현지운영 관련 법률과 제도

- ① 태국의 외국인 고용법에는 태국인만이 수행할 수 있는 직업과 외국인이 참여할 수 있는 직업을 명기하고 있음
- ② 태국의 법인 또는 파트너십은 전 세계소득에 대하여 법인세를 납부

(5) 기타 법률 및 제도

- ① 태국 정부는 식음료 산업의 외국인 투자 지분을 49%로 제한함
- ② 외국인 사업면허(Foreign Business License, FBL)를 얻으면 100% 지분 취득이 가능하나, 취득 절차가 까다로움
- ③ 타인(가맹점사업자)에게 상표 사용을 허가하기 위해서 상표권 등록이 되어 있어야 함
- ④ 통상 로열티에 대해서는 원천과세 형태의 소득세를 15% 부과. 로열티 지불 시 소득세 감면정책 제외됨

나. 현지시장 및 문화적 측면

(1) 인구통계 및 정치 · 사회 · 문화

- ① 태국 군사정부는 2014년 쿠데타로 집권 이후 2018년 말 총선 승리를 위해 경제성장을 최우선 목표로 두고 외국인 투자유치 등 다양한 정책을 시행
- ② 중위 및 중상위 소득계층이 증가와 온라인 마켓 이용자가 증가에 따른 매장 마케팅 전략 수립이 필요
- ③ 화교의 경제적 영향력이 높아 화교를 대상으로 초기 진출전략을 세울 필요가 있음
- ④ 인도네시아 다음으로 경제규모가 크고, 프랜차이즈 등 외국투자에 개방적임

- ⑤ 대부분의 소비자가 한국 프랜차이즈를 접할 경우 일반 태국 프랜차이즈에 비해 고가인 점을 인식
- ⑥ 태국의 프랜차이즈 산업은 한국과는 달리 본사-가맹점 체제가 아닌 프랜차이즈 본사에서 직영으로 점포를 운영하는 것이 일반적임
- ⑦ 한국 프랜차이즈 본사에서는 마스터 프랜차이즈 계약을 요구하는 반면 태국기업은 합작법인을 선호하고 있기 때문에 계약성사가 쉽지 않음

(2) 특수상황

- ① 태국은 지리적으로 인도차이나 중앙에 위치한 개방형 통상국가이고, 미얀마, 라오스, 캄보디아 등과 국경무역이 활발하고 바트화와 결제가 가능하며, 상용적으로 영어가 사용되어 동남아 진출의 허브역할을 할 수 있음
- ② 마스터 프랜차이즈를 획득한 경우 베트남·라오스 등 아세안 지역으로 진출하는 경우도 있음
- ③ 태국은 인도네시아와 더불어 동남아 한류열풍의 진원지로 한류를 중심으로 해외진출 사업계획과 마케팅 계획수립 필요

2 태국 진출전략(진출유형)

가. 가장 유리한 진출방식 선정

(1) 진출유형과 특징

(가) 마스터 프랜차이즈(라이선싱)

- 파트너사가 특정 지역 내에서, 일정기간 동안 가맹본부의 프랜차이즈 시스템과 비즈니스 콘셉트를 독점 사용하며 스스로 매장을 운영하거나 가맹점을 모집할 수 있는 사업권 자체를 가지게 되는 진출 방식
- 문화적, 제도적 환경의 차이가 커서 현지에서 **경험이 많은 파트너에게 의존**하는 것이 유리한 경우에 적합함
- **재정 자원은 부족**하나, 프랜차이즈 시스템이 잘 갖추어져 통제할 수 있는 **내부역량이 충분**한 경우에 적합함

(나) 합자(합작) 투자

- 가맹본부와 현지 파트너가 함께 합자(합작) 투자회사를 설립하는 형태로, 합자투자의 경우 자본투자 비율에 따라 경영권 및 이익 배분 등이 결정되며, 합작투자의 경우 자본투자가 아닌 계약 내용에 따라 결정됨
- 법적으로 외국 기업의 **단독 투자를 허용하지 않는 지역**으로 진출하는 경우에 적합함
- 장기적인 관점에서 가맹본부의 **적극적인 참여를 통해 사업을 확장**시키고자 하는 지역으로 진출하는 경우

(다) 직접 진출

- 가맹본부가 외부 파트너의 도움 없이 현지에서 직접 사업을 운영, 준비과정부터 정착에 필요한 모든 비용과 인력을 직접 부담하며 현지 운영 및 사업 확장에 대한 책임도 모두 가맹본부에서 부담
- 규모가 큰 대기업이나 **자금력과 내부 역량이 잘 갖추어져** 있어 현지에서 자체적인 경영이 가능한 경우에 적합함

- 노하우 유출을 피하기 위해 **강력한 통제가 필요**하거나, 법적으로 브랜드나 **노하우 보호가 취약한 지역**으로 진출하는 경우에 적합함

(라) 국제 가맹

- 국내에서의 가맹사업과 마찬가지로, 가맹본부가 가맹 사업자와 하나의 단위 가맹점 운영을 계약하는 형태로 국내 가맹본부가 현지 가맹점을 직접 관리하는 형태
- 진출 시장이 한국과 가깝거나 출장 및 체류 **비용에 대한 부담이 크지 않아** 관리 및 교육이 어렵지 않은 경우에 적합함
- 본격적인 현지 진출에 앞서 **직접 투자나 파트너를 통한 진출이 어려운 경우**에 적합함

(2) 진출유형 선택을 위한 시장의 적합도

- 해외 진출유형을 선택하기 위해서는 우선 진출기업의 내부요소와 진출시장의 외부요소를 사전에 파악과 분석하여함
- 내부요소
 - ① 투자자금 보유(재무현황)
 - ② 담당 인력 역량(언어능력, 기획능력, 교육능력, 추진능력, 법률지식 등)
 - ③ 브랜드 경쟁력(차별성, 진출시장의 적합성)
 - ④ 물류 및 생산 시스템(식재료의 유통 시스템 유무, 해외 공급 능력, 해외 구축 능력 등)
- 외부요소
 - ① 시장 진출 규제(외국기업의 직접진출 제한 사항 유무, 기업설립의 수월 정도)
 - ② 시장 안전성(진출국의 지식재산권 보호 정도)
 - ③ 시장에서 대한민국 국가 브랜드의 인식 정도(한류 열풍의 정도)
 - ④ 시장의 규모(소득수준 및 인구 현황)
 - ⑤ 서비스 마인드(진출국의 서비스 마인드 수준)
 - ⑥ 시장 안정성(노무, 세무 등 기업 운영에 필요한 제도의 안정성)
 - ⑦ 시장의 특수성(진출국의 문화적 특수성 여부)
 - ⑧ 시장의 성숙도(진출국의 프랜차이즈시장의 성숙도)
- 투자자금이나 인력역량 등 내부요소는 각 기업이 처해있는 상황에 따라 달라질 수 있기에 논하지 않고, 본 교재에는 외부요소를 중심으로 논하기로 함

< TIP >

- 상기 선정 요인들은 기업 및 아이템현황 및 진출국의 특수성에 따라 중요도나 적합도에서 차이가 있을 수 있음
- 특히 진출국에서의 한류영향력은 해외진출 시 초기 정착단계에서는 큰 영향력이 있을 수 있지만, 이후 지속적인 사업의 성장이나 유지면에서는 영향력이 크지 않을 수 있음

(3) 유리한 진출유형 선정

| 고려요소 | 마스터 프랜차이즈 | 합자 투자 | 직접 진출 | 국제 가맹 |
|--|-----------|-------|-------|-------|
| 프랜차이즈 관련 법률과 제도 | | | | |
| 프랜차이즈 관련 법률이 없음(현지 프랜차이즈 규제법률이 없음) | ▽불리 | ▲유리 | ▲유리 | ▽불리 |
| 상표권의 정당한 부여와 영업비밀 보호 관련 내용이 중요 | - | - | - | ▲유리 |
| 프랜차이즈관련법률(FBA)이 국회에 계류 중 | ▲유리 | ▽불리 | ▽불리 | - |
| 기업설립 관련 법률과 제도 | | | | |
| 태국에서 외국인은 개인사업자로 활동할 수 없음(파트너가 필요함) | ▲유리 | ▲유리 | ▽불리 | - |
| 외국인 지분소유 제한이 있음(50% 이상 소유금지) | ▲유리 | ▲유리 | ▽불리 | - |
| 태국인과 합작법인을 통해서 토지를 취득할 수 있으나, 이 경우 외국인의 지분은 50%를 넘지 못함 | ▲유리 | ▲유리 | ▽불리 | - |
| 상표는 아직 마드리드 협정에 가입되어 있지 않음(지식재산권 보호 미흡) | ▽불리 | - | ▲유리 | ▽불리 |
| 계약관련 법률과 제도 | | | | |
| 일반적인 민법, 상법, 특허관련 조항에 따라 계약이 진행 | ▽불리 | ▲유리 | ▲유리 | ▽불리 |
| 가맹점사업자를 보호하기 위한 정책이 많이 시행 | ▲유리 | ▽불리 | ▽불리 | ▲유리 |
| 현지운영 관련 법률과 제도 | | | | |
| 태국인만이 수행할 수 있는 직업 | ▲유리 | ▲유리 | ▽불리 | ▲유리 |
| 상표권 등록이 되어 있어야 함 | - | - | - | ▲유리 |
| 로열티 지불 시 소득세 감면정책 제외됨(소득세를 15% 부과) | ▽불리 | ▲유리 | ▲유리 | - |

| | | | | |
|------------------------------|-----|-----|-----|-----|
| 인구통계 및 정치.사회.문화.경제현황 | | | | |
| 외국인 투자유치 등 다양한 정책을 시행 | ▽불리 | ▲유리 | ▲유리 | ▽불리 |
| 경제규모가 크고, 프랜차이즈 등 외국투자에 개방적임 | ▽불리 | ▲유리 | ▲유리 | ▽불리 |
| 특수사항 | | | | |
| 동남아 진출의 허브역할을 할 수 있음 | ▽불리 | ▲유리 | ▲유리 | ▽불리 |
| 한류열풍의 진원지 | ▽불리 | ▲유리 | ▲유리 | ▽불리 |

- 앞에서 언급했듯 진출유형은 진출기업의 내부요소와 진출시장의 외부요소를 종합적으로 판단하여야 함
- 본 교재는 진출국의 법률 및 제도를 중심으로 기술하기에 진출시장의 외부요소를 바탕으로 진출유형을 선정하며, 진출을 희망하는 기업은 내부요인도 종합적으로 판단하여야 함
- 그리고 실제 해외진출은 국제가맹으로 진출하였다가 파트너를 만나 합작투자나 마스터 프랜차이즈로 진행되기도 하고, 합작투자로 진행하다가 파트너의 지분을 인수하여 직접 진출형태로 운영되기도 하는 등 정형적이지 않고 상황에 따라 변형 내지 복합적으로 진행되기도 함.
- 따라서 아래의 내용은 진출유형 선정의 외부요인 판단에 참조하길 바람

< TIP >

- 해외진출유형 선정을 위한 내부요인은 『aT한국농수산식품유통공사의 해외진출 외식기업실무매뉴얼 MAPPS(Manual of A Global F&B Business Project Plan & Strategy)』참조하길 권함

(가) 시장 진출 규제

| | | |
|--|----------------------------|--------------------|
| 외국기업의 직접진출 제한 사항이 있는가? | | |
| <있음> | \leftarrow \rightarrow | <없음> |
| 마스터 프랜차이즈, 합작투자 | 국제가맹 | 직접진출 |
| 진출국에서 프랜차이즈사업을 영위하기 위한 조건이 까다로운가? | | |
| <어려움> | \leftarrow \rightarrow | <수월함> |
| 마스터 프랜차이즈, 국제가맹 | | 합작투자, 직접진출 |

- 태국에서 외국인은 개인사업자로 활동할 수 없으며, 외국인 사업법에 따른 외

(라) 시장의 규모

| 진출국의 소득수준이 높은가? | | |
|-----------------|---------|------|
| <낮음> | ←—————→ | <높음> |
| 국제가맹, 마스터 프랜차이즈 | 합작투자 | 직접진출 |

- 인구가 3,871만명(2017년 기준), 아세안 12개국에서 인도네시아 다음으로 경제규모가 크고, 수출지향 경제
- 하지만 1인당 명목GDP는 6,633달러(2018년)로 아직 개발도상국 수준임
- ⇒ 국제가맹, 마스터 프랜차이즈 방식이 유리

(마) 서비스 마인드

| 진출국의 서비스 마인드가 높은가(매장의 서비스 질 유지)? | | |
|----------------------------------|---------|------------|
| <높음> | ←—————→ | <낮음> |
| 마스터 프랜차이즈, 합작투자 | | 국제가맹, 직접진출 |

- 아직 개발도상국 수준으로 직원 서비스교육이 필요
- ⇒ 국제가맹, 직접진출 방식이 유리

(바) 시장 안정성

| 노무, 세무 등 기업 운영에 필요한 제도가 안정적인가? | | |
|--------------------------------|---------|------|
| <불안정> | ←—————→ | <안정> |
| 국제가맹, 마스터 프랜차이즈 | 합작투자 | 직접진출 |

- 국내 내부 노동시장의 불균형, 외국에서의 취업기회의 지속적인 증가, 태국 내의 소득불균형 심화(국내 인력난에도 불구하고, 외국 취업이 증가, 대신 인근 동남아 외국근로자 유입)
- 통상 로열티에 대해서는 원천과세 형태의 소득세를 15% 부과. 로열티 지불 시 소득세 감면정책 제외됨

- 실제 태국에 진출해 있는 외국 프랜차이즈 기업의 경우, 프랜차이즈 사업보단 직영으로 매장을 운영하는 경우가 많음(아직 프랜차이즈 시장이 미성숙 되어 있음)
- 결론적으로 직영매장을 운영하면서 프랜차이즈 사업은 현지인과 「**마스터 프랜차이즈 방식**」으로 진행하는 것이 바람직함

나. 파트너 선정 시 주의사항

- 해외진출 유형 중에서 마스터 프랜차이즈, 합자(합작)투자, 국제가맹 유형은 진출국의 파트너 선정이 사업의 승패에 결정적인 요소임
- 특히, 자금과 인적·물적역량, 경험이 부족한 국내 외식 프랜차이즈의 경우 해외진출 시 많은 자금과 역량을 투입하기가 어려워 신뢰할 수 있고 역량있는 파트너가 반드시 필요함

(1) 파트너 선정 기본절차

- 파트너를 선정하는 기본 절차는 아래와 같음
 - ① 파트너 기준 구축
 - ② 적극적 파트너 탐색
 - ③ 파트너 선정
 - ④ 계약 가이드라인 구축
 - ⑤ 파트너 계약 체결

(가) 파트너 기준 구축

- 파트너 선정에 앞서 파트너에 대한 명확한 기준을 수립하고 파트너 탐색에 임해야 훨씬 더 효율적인 협상을 진행할 수 있음
- 파트너 기준 구축의 조건은 다음과 같음
 - ① 재무 구조 : 현지 정착에 대해 어느 정도를 투자할 수 있는지, 지속적인 사업 확장을 위해 관리 비용을 감당할 수 있는지에 대한 조건 파악
 - ② 현지 시장 및 업종 관련 경험 : 현지 시장에서의 외식업의 경험 보유 여부의 파악
 - ③ 현지 평판 및 네트워크 : 파트너의 현지 평판과 네트워크는 현지에서 사업을 성공하게 하는 중요한 조건임
 - ④ 투자 의지 : 현지 사정에 아무리 능하더라도 비전을 공유하지 못한다면, 운영 및 장기적 사업 확장단계에서 잦은 충돌이 일어날 소지가 다분하여 주의가 필요함

(나) 적극적 파트너 탐색

- 해외박람회 등 관련 행사나 네트워크를 활용하여 직접 파트너를 탐색하거나, 홍보루트를 통하여 파트너의 참여를 적극적으로 유도하고 탐색하는 단계임

- 파트너 탐색 루트는 다음과 같은 것이 있음
 - ① 홍보 채널 구축 : 글로벌 홈페이지, 해외 사업 안내서, 매체를 통한 홍보
 - ② 적극적 파트너 탐색 : 박람회, 바이어 상담회(기업 설명회), 글로벌 브로커
 - ③ 직접 문의 : 현지 외식 그룹 또는 식품 그룹 등에 직접 문의

(다) 파트너 선정

- 잠재 파트너에 대해 앞서 구축한 기준을 바탕으로 상호 평가와 국내방문, 협상을 통하여 계약 관계로의 진전 여부를 결정하는 단계임
- 파트너 선정 시 중요한 요소를 다음과 같음
 - ① 파트너 검토 : 브랜드 인지도와 운영능력을 파악하기 위하여 관련 서류 및 마케팅 계획서를 요구할 수 있음. 이를 통하여 투자 의지, 자금력, 업종 경험 등에 대해서도 직·간접적으로 판단 가능
 - ② 협상 단계 : 상호 평가하고, 관계형성을 시작할 수 있는 미팅 단계임
 - ③ 본사 및 사업장 방문 : 국내 본부 및 현지 파트너 본사 및 사업장이 얼마나 체계적으로 운영되고 있는지 방문을 통하여 실질적으로 파악하는 단계

< TIP >

- 파트너 검토 시 파트너가 본사 브랜드를 얼마나 잘 이해하고 운영할 것인가를 판단하기 위해 관련 기본서류(최근 3년간 재무제표 (자산 관련 증명서), 회사 소개서 (경력 증명서), 신용 등급 증명서)와 함께 마케팅 계획서를 요구할 수도 있음
- 기본적인 서류를 바탕으로 정량적인 평가를 할 수 있으며, 마케팅 계획서는 업종에 대한 경험이나 사업 역량에 대한 부분을 동시에 평가할 수 있는 중요한 단서가 됨

(라) 계약 가이드라인 구축

- 파트너와의 계약 단계를 지장이 없도록 필요한 서식을 갖추는 단계임
- 계약 가이드라인을 구축하는 3가지 방법은 다음과 같음
 - ① 비밀유지계약서(NDA-Non Disclosure Agreement) : 파트너와 계약 단계로 가기 위해 양당사자가 가진 정보들이나 조건을 제공하는 단계임. 주의할 점은 중요 정보들을 주고받기 때문에 정보 보호를 위한 장치를 반드시 갖추어야 함
 - ② 투자 의향서(LOI-Letter Of Intent), 양해각서(MOU-Memorandum Of Understanding) : 본격적인 계약 단계로 가기 전에 MOU 및 LOI를 먼저 체결. 사전에 법문 자문과 자료를 준비를 하여야 함
 - ③ 표준 계약서 검토 : 현지 사정과 파트너와의 논의를 통해 업체별로 계약서

가 달라지겠지만, 표준 계약서를 검토하는 것은 기본적으로 어떠한 사항을 포함해야 하는지, 우리가 놓치고 있는 부분은 없는지 점검함

(마) 파트너 계약 체결

- 파트너와 사업 계획에 대한 합의를 진행하면서, 계약을 체결하고 본격적으로 개점 준비로 진입하는 단계임. 계약서를 작성할 때에는 미래에 발생할 수 있는 다양한 위험 변수를 고려하여 작성해야 함
- 계약서 작성 주의해야할 점은 아래와 같음
 - ① 계약서를 작성할 때는 전문가의 도움 필수 : 법률전문과 및 번역가 필요
 - ② 계약서 작성 시, 주요 점검 사항을 꼼꼼하게 체크
 - ③ 현지 법인을 설립하지 않는다고 하더라도 현지 법률의 충분한 검토 후 작성
 - ④ 앞서 진행한 사업 계획과의 비교를 통해 모순되는 부분이나 누락된 사항이 없는지 체크. 운영 매뉴얼이 준비된 경우에는 현지 운영 지원 및 개발 계획과 관련된 사항이 문제가 없는지 체크
 - ⑤ 수차례의 논의와 수정 과정을 통해 계약서를 완성. 파트너와 상호 검토 및 합의를 통해 계약서를 수정하고, 꼭 변호사의자문을 받아 확실하게 점검

< TIP >

- 해외진출 시 합작방식이나 마스터 프랜차이즈방식의 경우, 파트너와 분쟁이 발생하기도 함. 따라서 계약단계에서 이러한 분쟁이나 리스크(Risk)의 예방조치나 해결방식을 내용에 포함할 필요가 있음
- 파트너와 분쟁유형
 - 지식재산권 분쟁 : 파트너와 상표권이나 Know-how 등 지식재산권에 관한 분쟁으로 사업이 중단되기도 함. 협상이나 MOU단계에서 쌍방의 중요한 정보가 교환되기 때문에 계약 전 단계인 MOU단계에서 상표권이나 지식재산권 보호조치가 필요함
 - 파트너의 지원부실 : 회사의 설립과 운영자금, 원재료 등 물류구축, 인테리어 및 설비의 공급지원, 홍보 및 마케팅 운영, 적극적인 가맹점 개설 등 현지 파트너의 지원이 제대로 되지 않아 사업을 실패하는 경우가 많음. 계약체결 시 구체적인 규모와 시기(Schedule), 투입 및 운영방법의 기재가 필요함
 - 본사의 매뉴얼 및 컨셉 미준수 : 현지 파트너가 자신의 이익을 위해 다른 제품을 끼워 팔거나 인테리어나 설비를 바꾸는 경우가 있음. 이 경우 브랜드 이미지가 손상될 수 있으며, 제품의 맛과 품질, 서비스도 달라질 수 있음. 계약 전 사업계획 단계에서 현지에 맞는 구체적인 매뉴얼 및 컨셉의 수립이 필요하며, 이를 위반할 경우 대응방법을 계약서에 기재할 필요가 있음
 - 경영 및 실적 악화 : 예측하지 못한 실적 악화, 채무초과, 국가 위험요인(Country risk) 등으로 인하여 사업이 좌절되는 경우도 있음. 계약체결 시 경영 실적과의 괴리, 누적손실 등에 대한 분석을 통해 사업축소 또는 철수 등에 관한 기준을 결정해 둘 필요가 있으며, 사업축소 또는 철수 시 발생할 수 있는

채권과 채무의 정리(채무변제 및 채권회수), 종업원 관계, 기존 가맹점과의 계약 관계, 지식재산권 사용 및 보호, 법인의 존속 및 폐업, 수속과 사무처리를 위한 변호사나 회계사 등 위임 등을 사전에 기재할 필요가 있음

(2) 파트너 선정 시 주의사항

(가) 재무 구조 파악

- 사업을 지속적으로 확장하기 위해서 파트너의 자금력은 중요한 요인임
- 초반에는 파트너가 직영점을 운영하면서 가맹사업을 준비하도록 하는 편이 현지에서 브랜드를 정착시키는 데에도 더욱 안정적인 방법임
- 업종 및 기업의 사업 목표와 계획에 따라 파트너의 자본금 또는 자산에 대한 기준을 수립해 두는 것이 바람직함
- 검증 방법
 - 파트너사 제공 자료를 통해 최근 3년 간 재무 구조 검토 또는 국가별로 신용 평가 기관을 통해서 자료 구매

(나) 현지 시장 및 업종 관련 경험 파악

- 현지 파트너는 현지에서 일정 부분 현지에서 가맹본부를 대신하여 사업을 정착시키고 성장시키는 역할을 맡게 되므로, 파트너의 현지에서 운영 및 관리 역량을 갖추고 있는지를 판단하는 것은 필수적인 조건임
- 파트너의 외식업과 관련된 경험을 바탕으로 식재료 통관이나 인증, 인허가 등과 같은 현지 변수들에 있어 파트너의 경험을 활용하고, 시행착오를 줄일 수 있음
- 검증 방법
 - 파트너사의 회사 소개 관련 자료를 통해 사업 현황 및 실적 검토

(다) 현지 평판 및 네트워크 파악

- 파트너의 현지에서 위상과 경영진에 대한 주변 평판, 건실한 네트워크 보유는 지속적인 사업운영에 중요한 요소임
- 현지 평판 및 네트워크는 건물 입점, 각종 인허가나 법적인 절차, 시장조사 등 해외진출 시 발생할 수 있는 문제를 수월하게 해결할 수 있도록 하여 줌

- 검증 방법
 - 현지의 정부 기관, 협회 또는 타 기업 등 현지의 한인 네트워크를 통해 확인하거나, 현지 신용평가 기관으로부터 자료를 구매하여 비재무적인 요소에 대한 검토

(라) 투자 의지

- 해외진출 사업은 현지 파트너와 함께 진행하는 것으로 파트너의 비전공유와 투자여의지가 중요함
- 검증 방법
 - 상담 신청서를 통해 기본적인 투자 의향을 파악할 수 있으며, 심층 미팅에서 현지 사업 개발 관련 사항 협의를 통해 파악

(3) 계약진행 단계

- 비밀유지계약서(NDA: Non Disclosure Agreement) 작성
- 법인 정보 및 사업 관련 서류 교환
- 투자 의향서(LOI : Letter Of Intent) 교환
- 양해각서(MOU : Memorandum Of Understanding) 체결
- 협상 진행 및 계약서 작성
- 본 파트너 계약 체결

※ 비밀유지계약서 (NDA : Non Disclosure Agreement) : 브랜드의 기밀과 노하우가 수록된 정보를 주고 받기 때문에 원활하게 본 계약 단계로 진행되지 않는 경우 정보 유출의 위험에 노출될 수 있어 사전에 비밀유지 약정을 함

※ 투자의향서(LOI : Letter Of Intent) : 계약으로의 발전 단계에 있음을 상호 의지를 확인하는 절차. 투자의향서(LOI)를 교환한 후에 상호 조직 및 사업에 대한 심층적인 자료들을 교환하는 단계로 이어짐

※ 양해각서(MOU : Memorandum Of Understanding) : 계약 조건에 대한 상세한 협상이 이루어지는 단계. 최종 계약을 위한 협상 일정을 확인하고, 계약 지역, 기간, 로열티, 가맹비 등 계약서 작성을 위한 협상 단계를 진행

< TIP >

- 자세한 해외 파트너 선정절차와 내용은 「aT한국농수산물유통공사의 **해외진출외식기업실무매뉴얼 MAPPS**(Manual of A Global F&B Business Project Plan & Strategy)」참조하길 권함
- 계약체결에 관한 전문가들의 추천 프로세스

신청서 작성 (회사 기본 정보 교환) > NDA 체결 > 1차 상호 실사 실시 (상호 방문/ 상담/ 자료 교환) > MOU/ Mandate 체결 > (시장 조사 / 기본 매뉴얼 교육/ 운영 시스템 점검/ 현지 시장 세부 조사 > 현재 유통/공급업체 물색/ 현지 마케팅 전략 수립) > Term Sheet 전달 > 계약 조건 협상 - 계약 체결 (소요 기간 약 6개월 ~1년)

표 4-2 파트너 탐색 지원사업

| 기관 | 지원 사업 | 지원 내용 | 문의 |
|---------------|---------------|--|--------------------------------------|
| 농수산식품 유통공사 | 해외 프랜차이즈 박람회 | 외식업체의 해외 시장 개척을 위해 현지 박람회에 참가하여 해외 파트너 발굴 | aT 식품외식기업부 061-931-0719 |
| KOTRA | 무역사절단 | 중소기업의 해외 진출을 위해 KOTRA가 지자체, 유관 기관과 해외로 파견되어 현지바이어와 상담 지원 | KOTRA 수출첫걸음팀 02-3460-7331, 7330 |
| | 해외 전시회 한국관 참가 | KOTRA와 유관 단체가 공동으로 해외 전시회에 한국관을 구성하여 국내 기업의 참가를 도움 | KOTRA 해외전시팀 02-3460-3331, 7291 |
| | 해외 비즈니스 출장 지원 | 해외 비즈니스 출장에 대한 바이어 상담주선, 출장 안내 자료 등 제공 | KOTRA 해외진출상담센터 02-3460-7334, 7336 |

(4) 파트너 선정 참고용 APPLICATION SAMPLE

여기에서 제시하는 Application 샘플은 마스터 프랜차이즈 계약 문의나 상담이 들어왔을 때, 해외 파트너의 기본 사항을 알기 위하여 파트너에게 제공하여 스스로 체크하게 하여 파트너의 계약의지를 알 수 있고, 이후 계약체결 전 단계의 기본 자료가 되는데 도움이 될 것임.

| MASTER FRANCHISE APPLICATION |
|-------------------------------------|
| 마스터 프랜차이즈 신청서 |
| Please return via fax or email: |
| email |
| Fax |
| Phone |

From: _____

Date: _____

팩스 또는 이메일을 통해 반환하십시오.

이메일

팩스

전화

보낸 사람 : _____

날짜 : _____

Individuals or companies whom have multiple restaurant or franchise ownership experience are welcome to apply.

Applicant must have a net worth of at least \$ _____ US and a liquid amount of \$ _____ US Franchise Fees depend on the size of the territory and quality of opportunity.

레스토랑이나 프랜차이즈 소유주 경험을 가진 개인이나 회사는 신청할 수 있습니다.

신청자는 적어도 미화 _____ 달러의 순자산과 미화 _____ 달러의 액수의 미화가 있어야합니다. 프랜차이즈 요금은 지역의 크기와 기회의 질에 따라 다릅니다.

PERSONAL INFORMATION

Please have each principal complete a copy of this form. (If you are a group of investors, please forward resumes of each operating partner).

Name: _____

Address: _____

Home Phone: _____ Work Phone: _____

Best time of day to reach by phone: _____

Fax: _____ Email: _____

Date of birth: _____ Social Security Number: _____

Education (highest level attained): _____

개인 정보

본 양식의 각 장을 작성하게 하십시오. (귀하가 투자자 그룹 인 경우 각 운영 파트너의 이력서를 전달하십시오).

이름 : _____

주소 : _____
 집 전화 번호 : _____ 직장 전화 번호 : _____
 전화로 연락하는 데 가장 좋은 시간 : _____
 팩스 : _____ 이메일 : _____
 생년월일 : _____ 사회 보장 번호 : _____
 교육 (최고 수준 달성) : _____

EMPLOYMENT HISTORY FOR PAST 10 YEARS (current to past)

Current company: _____ Job Title: _____
 Address: _____
 Phone number: _____ Length of employment: _____
 Current salary: _____

Past Employment:

| Company | Job Description | Salary | Employment Dates: |
|---------|-----------------|--------|-------------------|
|---------|-----------------|--------|-------------------|

| | | | |
|-------|-------|-------|-------|
| _____ | _____ | _____ | _____ |
| _____ | _____ | _____ | _____ |

List three character references:

| Name | Phone number | Relationship |
|------|--------------|--------------|
|------|--------------|--------------|

| | | |
|-------|-------|-------|
| _____ | _____ | _____ |
| _____ | _____ | _____ |
| _____ | _____ | _____ |

지난 10 년 동안의 고용 역사 (과거에서 현재까지)

현재 회사 : _____ 직책 : _____

주소 : _____

전화 번호 : _____ 취업 기간 : _____

현재 급여 : _____

과거 고용 :

| 회사 | 직업 | 연봉 | 고용날짜 |
|----|----|----|------|
|----|----|----|------|

| | | | |
|-------|-------|-------|-------|
| _____ | _____ | _____ | _____ |
| _____ | _____ | _____ | _____ |

아래 세 개 추천장 기술하십시오.

이름 전화번호 관계

GENERAL INFORMATION

How did you become interested in a Coffee Beanery franchise? (choose one)

- Advertisement (list publication) _____
- Existing store (list location and country) _____
- Web Site (explain) _____
- Other (explain) _____

What is your Country or Territory of interest?

1st preference: _____

2nd preference: _____

Have you ever been a Franchisee? _____ If yes, identify company _____

Have you ever been a Master Franchisor? _____ If yes, identify company _____

Have you ever operated a Restaurant(s)? _____ If Yes, Single or Multiple Units?

What credentials do you possess that would qualify you to be a Master Franchisee for ()?

Why do you feel you would be successful in operating a Master Franchise?

일반 정보

당신은 어떻게 Coffee Beanery 프랜차이즈에 관심을 갖게 되었습니까? (하나 선택)

- 광고 (게재 목록) _____

- 기존 상점 (목록 위치 및 국가) _____
- 웹 사이트 (설명) _____
- 기타 (설명) _____

관심 있는 국가 또는 지역은 무엇입니까?

첫 번째 선호도 : _____

두 번째 선호도 : _____

프랜차이즈가 한 적이 있습니까? _____ 있으면 회사를 기재하십시오 _____

마스터 프랜차이즈가 되셨습니까? _____ 예인 경우 회사를 기재하십시오 _____

혹시 레스토랑을 운영 한 적이 있습니까? _____ 예, 단일 또는 복수 단위? _____

(_____)의 마스터 프랜차이즈가 되는 데 필요한 자격 증명은 있습니까?

왜 마스터 프랜차이즈 운영에 성공할 것이라고 생각하십니까?

FINANCIAL INFORMATION

Annual Salary: _____ Bonus: _____ Profit Sharing: _____

금융 정보

연봉 : _____ 보너스 : _____ 이익 : _____

Current Assets

Current Liabilities

Checking account _____ Notes payable (banks) _____

Savings account _____ Notes payable (other) _____

Stocks & Bonds _____ Mortgage _____

Loans Receivable _____ Real Estate _____

Real Estate Income _____ Mortgage _____

Home (fair market value) _____ Other _____

Other real estate owned _____

Life insurance (cash value) _____

Other assets (list) _____

TOTAL ASSETS \$ _____ TOTAL LIABILITIES \$ _____

NET WORTH (total assets less liabilities) \$ _____

유동 자산

유동 부채

수표 계좌 _____ 지급 할 메모 (은행) _____

저축 계좌 _____ 지불 할 메모 (기타) _____

주식 및 채권 _____ 모기지 _____

대출 미수금 _____ 부동산 _____

부동산 소득 _____ 모기지 _____

집 (적정 시장 가치) _____ 기타 _____

소유하고 있는 다른 부동산 _____

생명 보험 (현금 가치) _____

기타 자산 (목록) _____

총 자산 \$ _____ 총 책임 \$ _____

NET WORTH (부채를 제외한 총 자산) \$ _____

How much liquid capital do you or your group have to invest in both the necessary infrastructure and stores?

\$ _____

Do you currently have a source of financing? Yes ____ No ____

Will you have a partner(s) or other investors? Yes ____ No ____

Please provide detailed resumes of all operating partners.

귀사 또는 귀사의 그룹이 필요한 인프라와 매장 모두에 투자해야하는 유동성 자본은 얼마입니까?

\$ _____

현재 자금 조달 원이 있습니까? 예 아니오 ____

파트너 (들) 또는 다른 투자자가 있습니까? 예 아니오 ____

모든 운영 파트너의 자세한 이력서를 제출하십시오.

Bank Reference

Name: _____

Address: _____
Account # _____ Contact: _____
Checking _____ Savings _____

Please provide any additional information that you feel would support our decision to move forward, relative to your abilities and previous business experience that would provide for a successful launch of () concept within your country.

귀하의 국가에서 () 컨셉을 성공적으로 시작할 수 있도록 귀하의 능력 및 이전 비즈니스 경험을 비추어 성공할 것으로 생각되는 추가 정보를 제공해주십시오.

Please include your company financial statement and corporate portfolio.

회사 재무제표와 회사 포트폴리오를 포함하십시오.

I authorize a background check and investigation (including preparation of credit reports) of all statements and financial information disclosed herein, and release all parties from liability for any damage that may result from furnishing any information to you.

Signature

Date

본인은 여기에 명시된 모든 진술 및 재무 정보에 대한 배경 조사 및 조사 (신용 보고서 준비 포함) 권한을 부여하며 귀하에게 정보를 제공함으로써 발생할 수 있는 모든 손해에 대해 귀하에게 책임지지 않도록 합니다.

서명

날짜

(5) MOU(Memorandum of Understanding)

- 업무협약(Memorandum of Understanding)은 약칭으로 MOU로 표시하며, MOU의 전 단계로는 계약에 앞서 참여의사를 표시하는 의향서(LOI, Letter Of Intent) 등이 있음
- 일반적인 의미에서의 MOU는 양 기관간에 계약이나 전략적 제휴를 하는 경우 정식계약의 체결에 앞서서 양 기관간의 이해나 기본적인 합의 사항을 확인하는 문서이다. 따라서 MOU는 본 계약에서 명시하게 되는 구체적인 계약의 조건들(책임과 의무사항, 업무내용, 절차 등)은 정식계약에서 구체적으로 논의하여 맺기로 하고, 우선 본 계약을 위해 양 기관이 협력하기로 약속하는 문서임
- MOU를 체결하면 제3자가 끼어들 여지를 미리 차단하자는 효과를 기대하는 경우도 있으며, 구체적인 조건 협의에 들어가기 전에 미리 공동협력 의지를 대외에 홍보용으로 천명할 필요가 있을 때에도 시급히 추진하게 됨
- 따라서, MOU의 주요 내용은 "A기관과 B기관은 어떠한 업무를 공동으로 추진하기 위해 상호 협력하기로 한다"는 것이 그 골자가 되며 어떤 공동 업무를 왜 공동으로 추진하려고 하는 지에 대한 것을 "목적" 부분에 명기하게 됨
- 다음으로 양 기관의 "협력과 역할"에 대해 정의함. 즉, "A기관은 원래 어떤 일을 잘 하는 기관이며, B기관은 어떤 분야의 일을 잘 하는 기관이니 각자가 잘 하는 분야의 역할을 제공한다"는 기본적 역할 정의가 들어가며, 상호 민감한 부분이나 Binding이 될 만한 조건들은 보통 제외시킴
- 그 다음으로는 일반적인 계약서 등에 들어가는 계약기간(유효기간), 비밀유지의무(상호간 취득정보 누설방지 조건), 향후 업무추진 방향과 일정계획이 들어갈 수 있음
- 이러한 MOU는 상호 구속적인 조건을 두지 않으며 큰 부담이 없는 내용을 계약으로 체결하는 것이 일반적임
- MOU의 법적 효력은 의향서(LOI) 등과 마찬가지로 합의내용의 구체성 및 표현의 구속력 여부에 따라 개별적으로 판단해야 할 것으로 봄
- 예비적 합의 성격의 MOU라면 원칙적으로 계약서와 동일한 효력을 갖는다고 볼 수 있으나, 업무협약 위반의 경우에도 법률적인 강제성은 없으며 도덕적인 비난이나 업무협약의 파기 등을 통하여 의사를 표현할 수 있을 뿐임
- 그러므로, MOU의 내용을 이행하여 소기의 목적을 달성하기 위해서는 양 기관 기관장의 관심, 실무위원회 또는 운영위원회를 통한 상호간의 업무협조, 실무 간사간의 원활한 의사소통 등의 다양한 방법이 강구되어야 할 것임
(자료. 업무협약(MOU) 체결 매뉴얼. 특허청)

<💡 TIP >

- 아래 업무협약(MOU) 양식샘플은 특허청의 업무협약(MOU) 체결 매뉴얼 내 자료로 프랜차이즈에 특화된 양식이 아닌 일반적인 업무협약(MOU) 양식임
- 업무협약(MOU)의 필요성과 마스터 프랜차이즈 계약체결 전 단계를 알고자하는 프랜차이즈 기업은 「IV. 외식기업의 태국 진출전략 > 2. 태국 진출전략(진출유형) > 나. 파트너 신청 시 주의사항」 참조하길 권함

Memorandum Of Understanding

A Organization and B Organization, contract to cooperate with each other for benefits between both organizations with faith and sincerity as followed.

The 1st one (Purpose)

The memorandum of understanding is for the purpose of having cooperative relations for orders and accomplishment of the contents supply business which takes advantage of the network through strategic business alliance between both organizations.

The 2nd one (Mutual faith)

Both organizations cooperate to consider the convenience of the other party with first priority for orders and accomplishment in the business.

The 3rd one (Mutual agreement execution)

1. Both organizaions sincerely execute the contends of the understanding memorandum according to faith and sincerity.

2. All facts that find from both organizations for joint discussion process will not be able to expose outside without any prior consultation and all responsibilities that occur concerning a violation are charged on a violator.

The 4th one (Other facts)

1. The understanding memorandum supposes that B will have the right to supply the broadcasting contents in the A.

2. The separate detail contract will be drawn up and come to an agreement

concerning business conditions and concrete methods.

3. Facts that are not referred in the understanding memorandum will be decided by both companies for separate way.

4. The understanding memorandum is available for a year as long as it is not revised under agreement of both organizations.

Both organizations make every effort for the successful propulsion and an accomplishment of the enterprise, in order to identify that the understanding memorandum is formed, both organizations need to draw up 2 copies of the form and seal registration, keep an copy each.

Month, Date, 2010

A Organization

President △△△

B Organizations

President ○○○

업무제휴 협약서(Memorandum Of Understanding)

‘갑’ 기관과 ‘을’ 기관은 신의와 성실로 상호 협조하여 양 기관의 업무 수행상 원활할 수행을 위하여 다음과 같이 업무제휴 협약을 체결한다.

제1조 (목적)

본 업무협약은 양 기관간 전략적 업무제휴를 통해 양 기관의 업무를 수행함에 있어 ‘갑’과 ‘을’은 상호 협력관계를 갖는 것을 목적으로 한다.

제2조 (상호 신의)

양 기관은 본 업무의 수행을 위해서 상대방의 편익을 최우선으로 고려하여 협력한다.

제3조 (합의 이행)

1. 양 기관은 신의성실의 원칙에 입각하여 본 업무협약의 내용을 성실히 이행한다.

2. 양 기관간 공동협의 과정에서 습득한 모든 사항은 양 기관 간 사전 협의 없이 외부에 유출할 수 없으며, 이를 위반하여 발생하는 모든 책임은 그 위반 당사자가 부담한다.

제4조 (기타 사항)

1. 본 업무협약은 '갑' 기관과 '을' 기관의 업무수행과 관련하여 협력할 것을 전제로 한다.
2. 본 업무협약서에 언급하지 아니한 사항에 대해서는 양 기관간 별도 협의하여 정하기로 한다.
3. 본 업무협약서는 양 기관의 합의 하에 수정되지 않는 한, 1년간 효력을 발휘한다.

본 업무의 성공적인 추진 및 수행을 위하여 양 기관은 맡은 바 최선의 노력을 다하며, 업무협약서가 성립함을 증명하기 위해 2부를 작성하여 양 기관이 기명 날인한 후 1부씩 보관한다.

20 년 월 일

'갑' 기관
△△△ (인)

'을' 기관
○○○ (인)

3 태국 진출단계별 전략

외식 프랜차이즈 기업이 태국 진출 시 법률 및 제도적 제한, 지식재산권 보호, 한류 열풍, 진출국의 소득수준, 진출국의 노무 및 세무 등을 종합하여 볼 때, 합자투자나 직접 진출보다는 마스터 프랜차이즈 방식이 유리함

'마스터 프랜차이즈방식'으로 진출할 경우 '①해외진출 준비단계'와 '②해외진출 확정단계'만으로도 해외진출이 가능할 수 있으며, '③해외개업 준비단계', '④해외사업 관리단계'는 현지파트너에 의해 운영될 가능성이 많음

마스터 프랜차이즈 방식의 중요한 요소로는 실질적으로 현지에서 사업을 운영하는 '**파트너의 선정과 계약, 관계유지**'와 브랜드나 노하우 보장을 위한 '**지식재산권 보호**', 매장의 운영에 필요한 핵심 원재료나 식재료를 원활하게 공급할 수 있는 '**물류 유통시스템 구축**', 현지 파트너가 가맹본부의 룰(rule)과 이념(concept)이 현지에 잘 적용시킬 수 있는 '**프랜차이즈 계약과 매뉴얼, 교육**' 등을 들 수 있음. 각 단계별로 중요한 전략은 다음과 같음

가. 진출단계별 주요 전략

(1) 해외진출준비

(가) 주요 항목

| 절차 | 내용 | 주요 법률/제도 |
|------------------------------------|---|-------------|
| 1 진출 검토 | <ul style="list-style-type: none"> ○ 진출 동기, 내부 검토 및 외부 문의에 의한 검토 | |
| 2 목적의 명확화 Self 역량 진단 진출유형 탐색 | <ul style="list-style-type: none"> ○ 현황 점검을 통한 해외 사업 목표 수립 및 인력 구성 ○ 해외 진출 사업 추진 역량에 대한 자가 진단 1주 ○ 4가지 진출 형태에 대한 탐색 및 결정 | 진출유형 결정 |
| 3 기초 조사 해외진출 사업계획 | <ul style="list-style-type: none"> ○ 해외 진출 사업을 위한 목표 시장에 대한 개괄적인 조사 ○ 해외 사업의 경쟁력 검토 및 재무 계획을 통한 사업 계획서 작성 | |
| 4 지식 재산권 취득 | <ul style="list-style-type: none"> ○ 상표권, 특허 및 실용신안, 도메인 관련 지식 재산권 취득 | 상표권 등 지식재산권 |

(나) 단계별 핵심 key

1) 내부역량 분석

- 보유 아이템 : 태국 현재 트렌드에 맞는 아이템, 주고객층, 소득수준, 마케팅 방법 파악
- 재무현황 파악 : '마스터 프랜차이즈 방식'의 경우, '직접진출 방식'보다는 투자비용이 적게 들지만, 시장조사나 원재료 공급, 직원파견과 교육, 전문가 활용 등 상당한 비용이 투자됨
- 인력현황 파악 : 언어(영어, 태국어) 소통, 기획능력, 파견시 교육능력, 사업추진 능력, 계약관계 등 법률지식 보유 직원
- 물류 및 생산 시스템 : 식재료 생산 및 유통 시스템, 해외 공급 능력

2) 외부 분석

- 진출예정국 시장 기초조사 : 국가현황, 인구통계 및 정치·사회·문화현황, 경제현황, 프랜차이즈 시장현황 등 조사
- 「Ⅱ. 태국 개요 > 1. 국가현황」 참조

3) 지식재산권 보호조치

- **상표등록 및 특허등록 진행** : 등록대행 업체 활용, 태국은 특허 관련하여 PCT에 가입되어 있으나, 상표는 마드리드 협정에 가입하려 준비 중에 있음.
- 도메인 등록 진행
- 「Ⅲ. 태국 프랜차이즈 관련 법률과 제도 > 1. 진출 시 프랜차이즈 주요법률 > 나. 기업설립 및 인허가」 참조

4) 진출유형 선정

- 진출기업의 내부요소와 진출시장의 외부요소의 분석을 통한 진출방식 선정
- **유리한 진출 방식 선정** : 마스터 프랜차이즈 방식
- 「Ⅳ. 외식기업의 태국 진출전략 > 2. 태국 진출전략(진출유형) > 가. 가장 유리한 진출방식 선정」 참조

(2) 해외진출확정

(가) 주요 항목

| 절차 | 내용 | 주요 법률·제도 |
|----------------------------------|--|---------------------------|
| 5 해외사업 홍보채널 구축 | ○ 파트너 탐색 및 해외 사업 안내를 위한 홍보 채널과 상담 서식 준비 | |
| 6 1차 현지 시장 조사 | ○ 경쟁 브랜드, 외식 시장 트렌드 등 파트너 탐색을 위한 현지시장 조사 | |
| 7 파트너 기준 적극적 파트너탐색 | ○ 파트너 탐색에 앞서 해외 사업 파트너에 대한 기준 구축 ○ 박람회, 설명회, 직접 탐색 등의 루트를 통한 적극적 파트너 탐색 | |
| 8 파트너 선정 계약 가이드라인 구축 | ○ 마케팅 계획, 재무 상태 등의 검토를 통한 파트너 선정 ○ 파트너 계약을 위한 표준 계약서 검토 및 서식 준비 | 파트너선정 기준 마스터 프랜차이즈 계약 |
| 9 2차 현지 시장 조사 파트너 계약 체결 | ○ 개점 준비를 위한 입지 및 각종 협력사 탐색 ○ 현지 사업 운영 계획의 최종 점검을 통한 파트너와의 계약 체결 | |
| 10 현지 법인 설립 | ○ 직접 진출 및 합자(합작) 투자 진출에 대한 법인 설립 절차 진행 | 외국인 투자관련 법률 프랜차이즈관련 법률 |
| 11 입지 선정 | ○ 최종 입지 선정 및 점포 계약 | 부동산관련 법률 |
| 12 해외본부 운영매뉴얼 해외본부 및 점포 운영자교육 | ○ 현지 법인 또는 파트너사 운영을 위한 매뉴얼 제공 ○ 해외 본부 (가맹점주) 및 점포 운영자의 역량 향상 교육 | |

(나) 단계별 핵심 key

1) 파트너 선정

○ 파트너 기준 구축

- ① 재무 구조 : 파트너사 제공 자료를 통해 최근 3년 간 재무 구조 검토 또는 국가별로 신용 평가 기관을 통해서 자료 구매
- ② 현지 시장 및 업종 관련 경험 : 파트너사의 회사 소개 관련 자료를 통해 사업 현황 및 실적 검토
- ③ 현지 평판 및 네트워크 : 현지의 정부 기관, 협회 또는 타 기업 등 현지의 한인 네트워크를 통해 확인하거나, 현지 신용평가 기관으로부터 자료를 구매하여 비재무적인 요소에 대한 검토

- ④ 투자 의지 : 상담 신청서를 통해 기본적인 투자 의향을 파악할 수 있으며, 심층 미팅에서 현지 사업 개발 관련 사항 협의를 통해 파악
 - ⑤ 태국기업은 합작법인을 선호
- 파트너 탐색
 - ① 홍보 채널 구축 : 글로벌 홈페이지, 해외 사업 안내서, 매체를 통한 홍보
 - ② 적극적 파트너 탐색 : 박람회, 바이어 상담회(기업 설명회), 글로벌 브로커, 직접 문의
 - ③ 기타 루트 : 매장 방문 후 선제안, 계열사 또는 타 브랜드의 기존 파트너
 - 파트너 선정
 - ① 파트너 검토 : 기업의 기준에 따라 계약관계로의 발전 가능성을 판단하는 단계. 파트너에 대한 자료를 수집할 때에는 파트너로부터 기본적인 서류를 요구할 수 있으며, 유관 기관의 도움을 통해 관련 정보들을 얻을 수 있음
※ 계약 전 요청 가능 서류 - 최근 3년간 재무제표(자산 관련 증명서), 회사 소개서(경력 증명서), 신용 등급 증명서, 마케팅 계획서
 - ② 협상 단계 : 서로 얼마나 준비가 되어있는 기업인지, 그리고 브랜드의 확장을 위한 비전을 함께 공유할 수 있는 것인지를 평가. 즉, 서류를 통해 구조적인 평가가 끝났다면 협상 단계에서는 계약 조건에 대한 조율과 동시에, 파트너로서의 경영 철학을 평가하게 됨
 - ③ 본사 및 사업장 방문 : 서로의 본사 및 사업장 방문을 통해 현장을 확인하는 단계임
 - 「IV. 외식기업의 태국 진출전략 > 2. 태국 진출전략(진출유형) > 나. 파트너 선정 시 주의사항」 참조

2) 시장조사

- 1차 시장조사 : 1차 현지 시장 조사는 목표 시장이 사업성이 있을지를 파악하고, 실제오픈하기 위한 대략적인 사항들을 체크하는 것을 목적으로 해야 함
 - ① 경쟁 브랜드 조사
 - 조사목표 : 각 브랜드의 차별성 및 전략 파악, 식재료 수급 현황 파악
 - 주요 조사 사항 : 규모 및 일반 현황(경쟁 브랜드 위치 및 규모, 경쟁 브랜드 콘셉트, 경쟁 브랜드 주요 고객, 경쟁 브랜드 매장 운영 인력 수), 경쟁력(경쟁 브랜드 품질 (Quality), 경쟁 브랜드 서비스 (Service), 경쟁 브랜드 위생 및 청결 상태 (Cleanliness)), 식재료 수급 현황(경쟁 브랜드의 식재료 수급 현황 파악, 추가 식재료 공급 업체 파악)
 - ② 외식 시장 조사
 - 조사목표 : 현지 운영을 위해 메뉴, 설비, 인테리어 등의 표준화된 사항 중 변동이 필요한 사항 파악, 시공 및 인테리어 관련 업체 현황 파악
 - 주요 조사 사항 : 트렌드(현지 유명 브랜드 현황, 글로벌 브랜드 현황), 시공 및 인테리어(시공 및 인테리어 업체 파악, 시공 및 인테리어 비용), 식

문화(메뉴 관련 현지 고객 특성 파악, 시설 관련 현지 고객 특성 파악)

③ 상권 조사

- 조사목표 : 주요 상권의 일반 현황 파악을 통한 1호점 입점 전략 수립, 목표 시장에서의 개발 계획 수립
- 주요 조사 사항 : 규모 및 일반 현황(주요 상권의 시장 규모, 주요 상권의 고객 특성 및 소비 수준, 주요 상권의 교통 편리성 및 주변 환경), 경쟁 수준(주요 외식 브랜드 입점 상황, 경쟁 브랜드 입점 상황, 수익성 및 안정성), 시간대별 특이 사항(사회 문화 및 종교적 요인으로 인한 특이 사항, 계절, 시간대별 상권 특성), 개발 전략의 수립(개발 희망 상권 파악, 1호점 입점 후보지 파악)

○ 2차 시장조사 : 점포를 오픈하기 위한 본격적인 준비를 하고 현지 협력 업체 탐색을 위한 시장 조사가 진행되어야 함

① 주요 입지 탐색

- 조사목표 : 주요 입지 리스트 현황 및 계약 조건 파악을 통한 입점 후보 리스트작성
- 주요 조사 사항 : 일반 현황(주요 입지 주변 환경, 주요 입지의 고객 특성, 주요 입지의 경쟁 브랜드 현황), 계약 조건(주요 입지 임차료, 주요 입지 기타 계약 조건), 교통 및 주거 환경(주요 입지 교통 편리성, 주요 입지 주변 주거 환경)

② 협력 업체 탐색

- 조사목표 : 시공 및 인테리어 업체 검토, 식재료 공급 업체 검토, 설비 및 물품 공급 업체 검토
- 주요 조사 사항 : 시공 및 인테리어 업체(주요 업체 실적, 작업 관련 사항 논의, 시공 및 인테리어 비용), 식재료/설비 및 물품 공급 업체(식재료/설비 및 물품 수출 가능 여부, 주요 업체 사업자 정보, 주요 업체 유통 시스템, 주요 업체 공급 비용)

○ **법률 및 제도적 규제 파악** : 프랜차이즈 관련 법률이 없으며 일반 상거래 관련 법률에 따름(상표권의 정당한 부여와 영업비밀 보호 관련 내용이 중요함)

○ 현지시장 및 문화적 특수성 파악

○ 「Ⅲ. 태국 프랜차이즈 관련 법률과 제도 > 1. 진출 시 프랜차이즈 주요법률 > 가. 프랜차이즈 관련 법률 소개」 참조

3) 파트너 계약 체결

- 계약 가이드라인을 구축 : 비밀유지계약서, 투자 의향서, 표준 계약서 검토
- **계약서 작성 및 체결** : 전문가의 도움, 주요 점검 사항 체크, 현지 법률의 검토, 해외진출 사업 계획과 비교, 변호사의 자문
- 「Ⅲ. 태국 프랜차이즈 관련 법률과 제도 > 1. 진출 시 프랜차이즈 주요법률

> 다. 계약체결』 참조

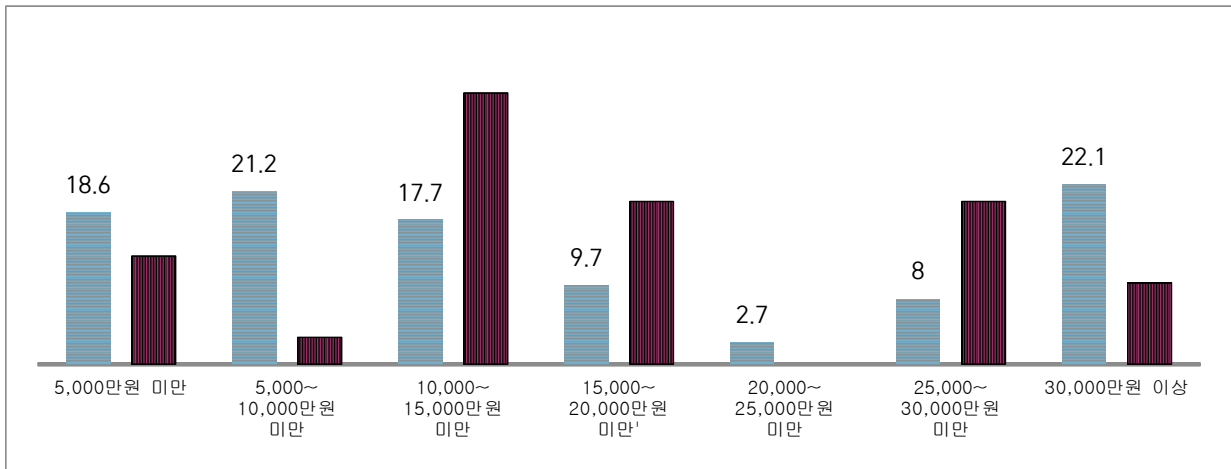
< TIP >

- 계약 조건을 논의 하는 과정에서 현지에 맞는 일종의 TEST UNIT의 개발을 공동 투자로 진행하고 성공적일 경우, 마스터 프랜차이즈로 전환한다는 조건으로 협의를 하는 방법도 있음. 이 경우 협상 과정에서 현지 전문가의 조언과 세부적인 계약서 조율 작업이 반드시 필요함

4) 해외본부 운영매뉴얼 해외본부 및 점포 운영자교육 작성

※ 마스터 프랜차이즈 계약금 책정 : 통상 마스터 프랜차이즈로 진출한 경우 국가별 최초 마스터 계약금은 1억~1.5억 수준이 가장 많으며, 그 다음으로는 1.5억~3억 이상의 계약을 체결하는 경우 많음

표 4-3 마스터 프랜차이즈 계약금현황



[참조. 2017 외식기업 해외진출 실태조사, aT한국농수산물유통공사]

(3) 현지 개업준비

(가) 주요 항목

| 절차 | 내용 | 주요 법률.제도 |
|------------------------------|---|----------|
| 13 메뉴 및 식재료 시스템구축 설비 및 물품 조달 | <ul style="list-style-type: none"> ○ 메뉴 확정, 식재료 수출 및 현지 조달 등의 시스템 구축 ○ 설비 및 물품에 대한 수출 및 현지 조달 | 수출입관련 법률 |

| 계획 | 등의 시스템 구축 | |
|-------------------|--|---------------|
| 14 점포 운영 매뉴얼 | ○ 현지 점포 운영에 대한 매뉴얼 제공 | 외식 및 식품 관련 법률 |
| 15 인허가 취득 및 매장 시공 | ○ 인허가 사항 취득 및 기타 요소의 최종 점검을 통한 ○ 매장 시공 및 인테리어 | 인허가관련 법률 |
| 16 매장 인력 채용 및 교육 | ○ 매장 운영을 위한 조리, 홀 등의 인력 채용 및 교육 | 노동관련 법률 |
| 17 오픈 마케팅 | ○ 온라인 및 오프라인 루트를 활용한 오픈 마케팅 | |
| 18 오픈 | ○ 오픈에 대한 최종 점검 및 오픈 리허설 | |

(나) 단계별 핵심 key

1) 메뉴 및 식재료 시스템구축 설비 및 물품 조달계획

- 식재료 및 설비의 조달 방법 결정(한국 또는 태국)

2) 점포운영매뉴얼

- 매장의 개점부터 운영까지의 현지에 맞는 매뉴얼 작성

3) 매장시공 및 인허가

- 매장 인허가 사항 파악, 매장운영 시 발생하는 Risk 체크, 태국의 현지인 전문가 활용

4) 매장 인력 채용 및 교육

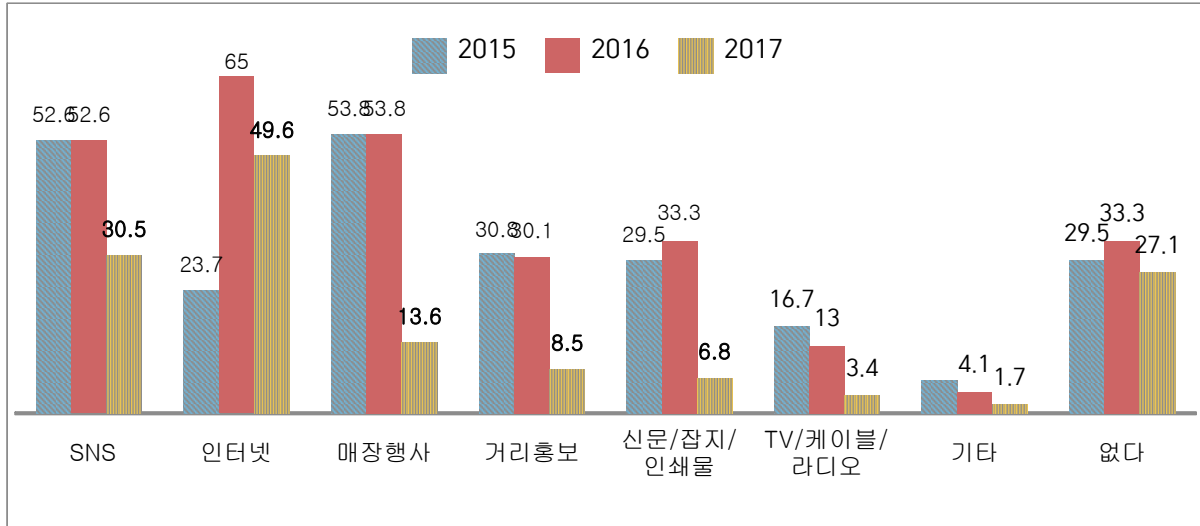
- 매장 직원 구인 방법 확보, 직원 운영 계획 수립, 급여 및 상여금 지급 계획 수립, 고용계약 체결
- 「Ⅲ. 태국 프랜차이즈 관련 법률과 제도 > 1. 진출 시 프랜차이즈 주요법률 > 라. 현지운영」 참조

5) 매장 홍보 마케팅

- 홍보 마케팅 수단과 방법 수립 : 주고객층 대상 홍보 및 마케팅 계획수립
- 한류의 활용

※ 현지 매장 홍보 및 프로모션 : 해외 매장 프로모션 진행시 SNS(블로그, 카페, 페이스북 등) 활용 다수. 다음으로 인터넷, 매장행사를 통한 활용이 많음

표 4-4 현지 매장 프로모션 현황



[참조. 2017 외식기업 해외진출 실태조사, aT한국농수산물유통공사]

(4) 해외사업 관리

(가) 주요 항목

| 절차 | 내용 | 주요 법률·제도 |
|--------------------|---|--|
| 19 글로벌 슈퍼바이징 사업 확장 | <ul style="list-style-type: none"> ○ 감리 및 본부 지원 계획 수립 ○ 해외 사업 확장 전략 수립 및 지속적 시장 개 | 세무 및 자금송금관련 법률 가맹계약체결 가맹점계약관계 분쟁해결 철수 및 폐업 |

(나) 단계별 핵심 key

1) 현지 파트너 관리

- 「IV. 외식기업의 태국 진출전략 > 2. 태국 진출전략(진출유형) > 나. 파트너 선정 시 주의사항」 참조

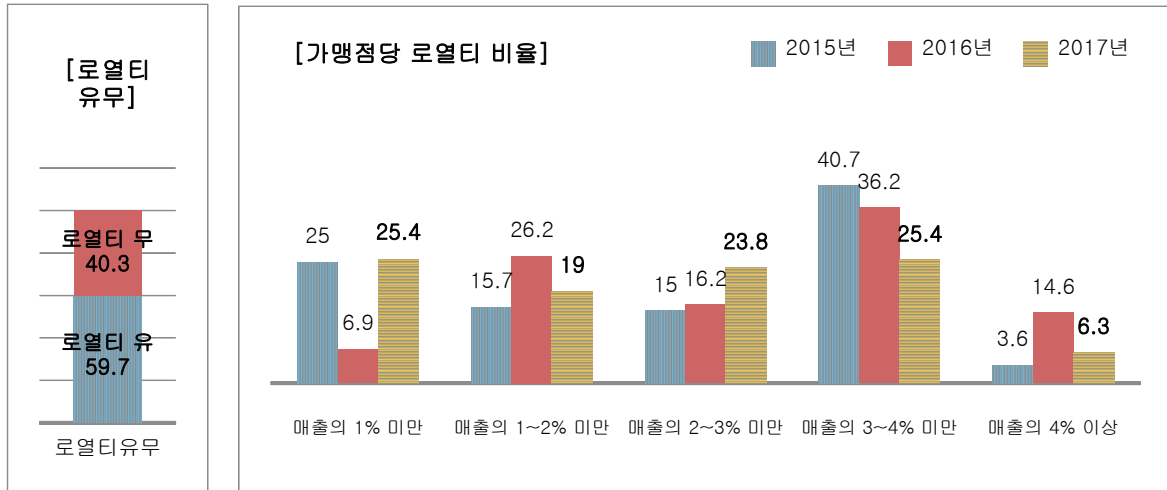
2) 가맹계약서 작성

- 「Ⅲ. 태국 프랜차이즈 관련 법률과 제도 > 1. 진출 시 프랜차이즈 주요법률 > 다. 계약체결」 참조

※ 가맹점 당 계약금 : 매장 당 계약금은 1천만 원 미만이 가장 많으며, 전년도 대비 전반적으로 계약금이 증가함

※ 가맹점 당 로열티 : 해외 진출 외식기업 59.7%가 가맹점당 로열티 있음.
가맹점당 매출의 4%미만대의 로열티를 책정하여 사업을 운영하는 경우가 골고루 분포함

표 4-5 가맹점당 로열티현황



[참조. 2017 외식기업해외진출실태조사, aT한국농수산물유통공사]

4 태국 프랜차이즈 성공사례

가. 탐앤탐스

(1) 기업현황

- 기업명 : (주)탐앤탐스
- 브랜드명 : 탐앤탐스
- 업 종 : 커피
- 홈페이지 : www.tomntoms.com
- 진출일 : 2010
- 진출방식 : 탐앤탐스 태국 법인
- 현지 매장수 : 약 37개(2017년 기준)

(2) 기업소개

- 탐앤탐스(TOM N TOMS)는 오리지널 스페셜티 커피 전문점으로 고품격 커피와 갓 구운 따뜻한 프레즐 그리고 좋은 사람들이 함께하는 편안한 분위기로 지금 대한민국을 비롯해 전 세계에서 활발하게 사업을 운영 중에 있음
- 현재 국내에서는 362개(가맹점 306개, 직영점 56개, 2017년말기준) 매장을 보유하고 있으며, 해외에서는 2009년부터 호주 시드니, 싱가포르, 태국 방콕 등에 진출한 이후 8개국(태국, 중국, 미국, 필리핀, 호주, 싱가포르 말레이시아 등) 83개 매장(2018기준)을 운영 중임

(3) 진출현황

(가) 진출배경

- 탐앤탐스(TOM N TOMS)는 2010년 방콕 수쿰빗 소재 케이빌리지에 첫 매장을 연 후 2017년 현재 37개로 현지에선 스타벅스에 이어 2위 브랜드로 인식되고 있음
- 탐앤탐스(TOM N TOMS)의 해외 매장이 83개임을 볼 때, 태국 매장이 50%

이상 차지할 정도로 해외진출 시장에서 태국은 중요한 위치를 차지하고 있음

- 탐앤탐스(TOM N TOMS)의 매장은 대부분 가맹점과 직영점, 공동투자 매장으로 구성되어 있으며, 가맹점이 대부분임

(나) 진출전략

1) 현지화와 차별화 조화

- 탐앤탐스(TOM N TOMS)가 태국에서 성공한 주요 요인은 '현지화와 비현지화의 조화'에 있음
- 동남아시아 사람들은 열대과일에 익숙하여 단맛 선호도가 높음. 탐앤탐스는 현지인들의 입맛을 공략하기 위해 딸기와 홍시로 만든 음료를 출시하여 좋은 반응을 얻음
- 딸기와 홍시로 만든 음료를 출시한 이유는 단순히 단맛을 내기 위해 개발한 것이 아니라 최근 동남아시아에 불고 있는 K-푸드의 관심에 따라 전략적으로 개발된 것으로, 매장에서 딸기와 홍시가 한국산 제품임을 강조하고 있음.
- 단맛을 선호하는 현지인들의 입맛을 공략하면서도 현지 식품과는 차별화된 이미지를 부각시킨 것임
- 최근에는 현지 열대과일을 활용한 로컬 신메뉴 '레이니 스플래시' 2종을 출시하여 탐앤탐스 고유의 메뉴와 로컬 메뉴의 조화를 꾀하고 있음
- 메뉴뿐만 아니라 해외에는 존재하지 않는 24시간 카페를 과감히 도입하고, 흡연공간에 대한 규제가 따로 존재하지 않는 해외에서도 국내 매장과 똑같이 흡연공간을 따로 분리하는 등 차별화 전략을 꾀함
- 기타 비즈니스 상담을 할 수 있는 비즈니스 룸 조성, 프레즐과 커피 제조 과정을 확인할 수 있는 오픈바를 설치하여 다른 커피 브랜드와 차별화되는 전략을 펼치고 있음.

2) 입점전략

- 태국에서의 탐앤탐스의 입점 전략은 쇼핑몰, 호텔, 주요 외식상권 등 대형 상권과 부유층 젊은이들이 많이 찾는 유명 휴양지에 입점하고 있음
- 현재 운영 중인 매장의 대부분이 대형 쇼핑몰이나, 호텔 1층 등 각 지역의 가장 중심이 되는 상권에 존재함

- 예를 들어, 태국 37호점 '아타라몰(A TA RA MALL)'점은 태국 동부 촌부리 주의 최대 번화가인 시라차(Si Racha) 지역에 오픈했는데, 시라차는 편리한 교통과 대형 쇼핑센터, 맛집, 스파 등이 즐비한 Hot Place임
- 태국 32호점 '하비토'는 방콕의 번화가 수쿰빃에 위치하고 있으며, 최고의 쇼핑센터 '하비토 몰(HABITO MALL)' 1층에 자리하고 있음. 수쿰빃은 편리한 교통, 유명 맛집, 호텔, 스파 등이 밀집해 평소에도 유동인구가 높은 지역인 만큼 현지인과 관광객을 동시에 공략함

3) 마케팅 전략

- 탐앤탐스는 한국 커피전문점 브랜드라는 장점을 살려 싸이의 '강남스타일' 플래시몹으로 화제몰이를 하고, '늑대소년'을 비롯한 한국의 흥행 영화 초대 이벤트도 실시하는 등 한류를 활용하는 마케팅과 프로모션을 활발하게 진행함
- 허니 버터 브레드와 프레즐 등 대표 인기 메뉴를 직접 구워 제공하고 있으며, 메뉴의 제조 과정을 직접 확인할 수 있는 오픈바를 설치해 먹는 즐거움과 동시에 보는 즐거움을 선사하고 있음
- 와이파이 존과 발렛파킹, '24 HOURS OPEN' 콘셉트와 같은 편의시설 서비스를 태국에도 그대로 도입해 한국의 커피문화를 전파하고 있음
- 탐앤탐스 '하비토'점은 MD상품 특화매장인 '탐스커버리'로, 매장에 대형 MD상품 진열장을 배치해 놓고, 한국에서 많은 사랑을 받고 있는 '요거트 파우더'와 '액상커피'와 같은 MD상품과 가정용 커피 머신과 추출 도구, 텀블러와 같은 다양한 제품들을 진열하고 판매하고 있음

< TIP >

- 해외진출 전략수립 시 현지화와 차별화 조화의 조화가 중요
- 마케팅 방법으로 한류 및 K-푸드 열풍의 적극적인 활용이 필요함

나. SIZZLER

(1) 기업현황

- 기업명 : Sizzler inc
- 브랜드명 : Sizzler
- 업 종 : 패밀리 레스토랑
- 홈페이지 : www.sizzler.com / www.minor.com
- 진출일 : 1992
- 진출방식 : 합작투자(Minor International Pcl.)
- 현지 매장수 : 약 30개

(2) 기업소개

- 씨즐러(Sizzler)는 미국 캘리포니아주 미션비에호에 본사를 둔 패밀리 레스토랑 브랜드로. 1958년에 Sizzler Family Steak House 1호점을 개점하여, 현재 전 세계 6개국에 총 200여개의 매장을 운영하고 있음
- 대한민국에도 1995년에 들어왔으나, 2012년 12월 27일에 모두 철수하였음
- 50년 이상 된 Sizzler는 스테이크, Seafood 및 Salad Bar로 구성되어 가족, 친구가 합리적인 가격으로 훌륭한 식사를 즐길 수 있는 패밀리 레스토랑 브랜드임

(3) 진출현황

(가) 진출연혁

- Sizzler는 태국 최대 외식업 및 리조트 사업 그룹인 Minor International Pcl.와 합작투자하여 1992년 방콕에 진출함
- Minor International Pcl.은 아시아 지역에 약 500개 외식업 지점과 다양한 리조트 사업을 펼치고 있으며, 현재 Sizzler를 포함하여 태국 최대 인기 외식업 체인인 The Pizza company, Swensen's, Burger King, Daily Queen 등을 운영하고 있음
- 현재 약 30여개의 가맹점을 방콕 도심 고급타운이나 고급백화점 및 쇼핑센터 중심으로 운영 중이며, 태국 내에는 Outback보다 Sizzler의 선호도가 높음.

(나) 진출전략

- Sizzler는 샐러드바에 태국의 달고 맛있는 과일들을 놓거나 태국 전통 수프인 'Tomyamkung(뚝얌꿍)을 제공하는 등 현지인의 입맛에 맞는 메뉴를 개발하여 높은 매출을 올림
- 가격은 현지 물가에 비해 비싼 편이나, Low Fat과 Casual Dining을 강조하거나, 요일별 프로모션을 통하여 고객들이 쉽게 접근할 수 있도록 구성함
- 방콕 센트럴이나 태국 방콕의 중심가 시암 센터(Siam Center) 등 주로 대형 백화점 및 고급 쇼핑 센터나 고급 주거 단지 내 운영 매장을 입점함
- 입점지역으로는 방콕 지역에 약 90% 집중되어 있으며, 그 외 촌부리(파타야), 치앙마이, 푸켓과 같은 남부와 북부 주요 관광지 및 인구 밀집 지역에 분포해 있음

< TIP >

- 해외진출을 성공하기 위하여 자금이나 네트워크, 경험 등 풍부한 현지의 능력 있는 파트너를 선정이 중요함

다. 본촌치킨

(1) 기업현황

- 기업명 : 본촌인터내셔널(주) ○ 브랜드명 : 본촌치킨
- 업 종 : 패밀리 레스토랑
- 홈페이지 : www.bonchonthailand.com
- 진출일 : 2011년
- 진출방식 : 마스터 프랜차이즈
- 현지 매장수 : 33개(2018년 기준)

(2) 기업소개

- 본촌치킨은 2002년 부산에서 시작되어 2005년 미국 뉴욕에 해외1호점을 낸 이

후부터 미국, 필리핀, 인도네시아, 태국, 캄보디아 등 6개국에서 151개(2017년 기준) 매장을 운영하고 있는 한국 외식 브랜드임

- 본촌치킨은 한국에서 보다는 뉴욕타임스, 워싱턴포스트, CNN 등 해외 우수언론이 미국을 휩쓸고 있는 '한국식 치킨' 열풍을 소개하고 있는 등 해외에서 유명한 브랜드임
- 본촌은 바삭한 껍질과 달콤하고 짭조름한(Soy Garlic) 혹은 매콤한(Hot) 특제소스 맛으로 성공하여, 앞으로는 '치맥(치킨&맥주)'의 개념에서 한 발 더 나아가 빠른 서비스로 한식을 제공하는 프랜차이즈 패스트푸드 레스토랑 기업으로 발전할 포부를 가지고 있음

(2) 진출현황

(가) 진출연혁

- 태국의 본촌치킨은 미국 유학 중 본촌치킨을 먹어보고 그 맛에 반해버린 태국인 유학생 3명이 태국 내 사업권을 계약하면서 시작되었음. 이후 2011년 처음 방콕 1호점을 시작한지 얼마 되지 않아 온 소셜미디어 등에서 태국 현지인들의 폭발적인 반응을 얻을 정도로 유명해 짐
- 2018년 현재 현재 태국에서 가장 돋보이는 한국 레스토랑 프랜차이즈 중 하나로 자리 잡음

(나) 진출전략

1) 현지화와 차별화의 조화

- 본촌은 국내에서는 치킨전문점이지만 태국에서 가족이 즐길 수 있는 한국식 레스토랑으로 운영됨
- 한국식의 마늘간장맛, 매운맛 2가지의 치킨이 주 메뉴이며, Coleslaw, 김치 Coleslaw 등이 따라 나옴
- 치킨과 맥주와 함께 태국인을 위해 불고기 덮밥, 제육볶음, 김치볶음밥, 순두부찌개 등 한식 식사 메뉴와 얀운센(태국식 당면샐러드) 등 식사메뉴로 구성되어 있음
- 샐러드 종류가 다양하며, 사과, 린찌, 딸기, 파인애플 등을 재료로 한 '과일소주'(Soju Cocktails)와 '폭탄주'(SojuBomb 소주와 맥주를 섞은 음료) 등 주

류도 준비되어 있음

- 어린아이들을 위한 홈메이드 아이스크림도 판매를 하고 있으며, 최근 출시된 떡볶이도 인기 메뉴 중의 하나임

2) 가격정책

- 본촌치킨은 날개/다리/순살 중 원하는 부위로 조각 숫자에 따라 S/M/L로 주문을 받고 있으며, 함께 곁들이는 메뉴로 김치찌개, 순두부찌개, 떡볶이 등 다양한 한식을 제공하고 있음
- 2인이 치킨 M(날개 기준 10조각) 사이즈에 찌개 1종류와 밥을 곁들여 먹을 경우, 비용은 대략 500바트(한화 약 1만 7천원) 정도로 일반적인 태국 식사에 비해 2배 이상 높은 가격임

3) 입점전략

- 방콕과 파타야 중심으로 출점하고 있으며, 센트럴Central과 The Mall계열 등 백화점, 그리고 The Circle 등 커뮤니티몰에 입점하고 있음.
- 주로 커뮤니티몰의 비중이 높는데, 커뮤니티몰(Community Mall)은 태국에서 새롭게 각광받고 있는 유통시설로, 태국 유통 시장의 주요 인프라로 자리잡고 있음. 소매매장과 서비스 시설이 갖춰져 있으며 대표적으로 J-Avenue(일본식)와 K-Village(한국식)가 있음

4) 마케팅

- 본촌치킨은 굳이 한국적인 이미지를 드러내놓지 않고 한류에 편승하지 않으면서 음식맛과 메뉴의 구성만으로 현지인의 니즈를 충족시키는데 성공함. 한류 스타 마케팅 없이 이정도의 성과를 냈다는 점이 더욱 돋보임
- 매장 인테리어 및 메뉴 등 전체적인 느낌은 한국적인 색채를 드러내지 않은 채 글로벌 브랜드를 표명하고 있음. 다만, 매장의 POP 등에서 한국 이미지를 적극적으로 어필함(한글 문구와 색동 디자인 등을 사용)

< TIP >

- 한류 마케팅 없이 철저히 현지인의 요구에 따른 맛과 메뉴 구성으로 성공함
- 떡볶이 등 현지 매장운영자의 의견을 받아 들여 메뉴 구성을 변경함

라. 투다리

(1) 기업현황

- 기업명 : (주)이원 ○ 브랜드명 : 투다리
- 업종 : 레스토랑(국내에서는 주점으로 영업)
- 홈페이지 : www.tudari.co.kr / www.tudarithailand.com
- 진출일 : 2010.9
- 진출방식 : 합작진출 - Food Blessing.Co.,Ltd 태국 식품회사와 합작하여 Tudari FBC.Co.,Ltd(현지법인) 설립
- 현지 매장수 : 17개(2018년 기준)

(2) 기업소개

- 꼬치구이 전문 브랜드 '투다리'는 1995년 일찍이 중국에 진출해 태국, 인도네시아, 베트남까지 확장하면서 24년 전통의 저력을 유감없이 발휘하고 있음.
- 투다리는 1987년 제물포역 3평 남짓한 공간에서 시작하여 2018년 1월 현재 국내와 해외 2,000여점 운영하는 대한민국 대표 프랜차이즈 브랜드로 발전함(투다리 외에도 남가네 설악추어탕, 한모듬 순대국, 오사카오쇼 등을 운영하고 있음)
- 1995년 8월 중국법인 청도土大力쾌찬유한공사 설립으로 해외사업을 시작하여, 중국에 127개, 태국에 17개, 인도네시아에 1개의 매장을 두고 있음

(3) 진출현황

(가) 진출연혁

- 2010년 9월 Food Blessing.Co.,Ltd 태국 식품회사와 합작하여 Tudari FBC.Co.,Ltd(현지법인)를 설립하여 태국에 진출함
- 투다리 현지 파트너는 현대적인 자동화공장 운영을 통하여 각종 제품 및 소스류를 위생적인 환경에서 직접 생산, 공급하고 있으며, 앞으로 태국 현지법인인 Tudari FBC.Co.,Ltd를 통한 활발한 가맹사업을 전개해 나가 태국 전역에 투다리 점포를 확장해 나갈 계획임
- 2011년 1호점을 열었으며 현재 17개(2018년 기준) 매장을 운영하고 있음
- 투다리 태국 2호인 시암 파라곤점은 태국의 유명 여배우가 운영하는 곳으로도 유명하고, 태국 태국 스타들도 자주 방문하고 있음

(나) 진출전략

1) 현지화와 차별화 조화

- 태국 투다리는 한국과는 달리 선술집이라기보다는 가족들이 찾는 레스토랑에 가까움
- 태국은 한국처럼 2차, 3차로 옮겨 다니며 술을 마시는 문화가 없기 때문에, 태국에 개점할 때 현지 운영진의 의견을 받아 들여 매장 컨셉을 술집에서 레스토랑으로 변경함
- 메뉴도 한국 투다리의 기본 메뉴인 꼬치(Skewers), 탕(Soup) 요리뿐 아니라 각종 한국식 밥 요리(불고기 덮밥, 닭지 비빔밥 등), 면 요리(라볶이, 자장면 등), 스페셜 요리(떡갈비, 보쌈 등) 등으로 구성되어 있음. 신당동 떡볶이도 한국 투다리에는 없는 태국 투다리만의 메뉴로 이것도 현지 운영진의 의견을 받아 들여 도입함
- 메뉴뿐만 아니라 매장의 규모나 디자인도 레스토랑에 맞게 한국의 투다리 매장보다 훨씬 규모가 크고 고급스럽게 분위로 조성함
- 태국 투다리는 한국의 꼬치구이 전문점이 아닌, 고급 레스토랑의 이미지로 포지셔닝함

2) 출점전략

- 태국 투다리는 레스토랑 개념인 '투다리'와 패스트푸드 개념인 '투다리 익스프레스'로 나눠 운영되고 있음
- 시암파라건, 센트럴월드에서 있는 투다리와 달리, 센트럴 라프라오에서 첫 선을 보인 '투다리 익스프레스'는 좀 더 저렴하면서도 더 많은 사람들이 부담 없이 즐겨 찾을 수 있는 식당 컨셉으로 운영됨
- 레스토랑 개념인 '투다리'의 주 고객이 가족이나 단체라면, '투다리 익스프레스'는 학생과 젊은 직장인들을 대상으로 하고 있음
- 앞으로 센트럴 라프라오점 외에 적극적으로 '투다리 익스프레스'를 늘릴 계획에 있음

< TIP >

- 현지화 전략 시 현지에서 실제 매장을 운영하고 있는 운영진 내지 파트너의 의견을 적극적으로 수용함

해외 주요국 프랜차이즈 법률정보 조사

2018년 12월 인쇄

2018년 12월 발행

편저·발행



농림축산식품부



한국농수산물유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

전라남도 나주시 문화로 227 한국농수산물유통공사

TEL: 061)931-0743 FAX: 061)804-4540

보고서 작성



프랜차이즈산업연구원

The Institute for Franchise Industry Studies

서울시 서초구 신반포로 314 임송빌딩 5층

TEL: 02)2233-4777 FAX: 02)2233-8985

동 자료는 The외식(<http://www.atfis.or.kr>) 사이트를 통해
무료로 다운받아 볼 수 있습니다.



공공누리 제4유형의 개별조건



출처표시

이용자는 공공저작물을 이용할 경우, 다음과 같이 출처 또는 저작권자를 표시해야 합니다.

ex) 공공누리에 따라 000(공공기관의 명칭)의 공공저작물 이용 온라인에서 출처 웹사이트에 대한 하이퍼링크를 제공 하는 것이 가능한 경우에는 링크를 제공하여야 합니다.

이용자는 공공기관이 이용자를 후원한다거나 공공기관과 이용자가 특수한 관계에 있는 것처럼 제3자가 오인하게 하는 표시를 해서는 안됩니다.



상업적 이용금지

비영리 목적으로만 이용 가능

상업적 이용이 금지된 공공물저작물은 영리행위와 직접 또는 간접으로 관련된 행위를 위하여 이용될 수 없습니다. 다만, 별도의 이용을 허락 받아 공공저작물을 상업적으로 이용하는 것은 가능합니다.



변경금지

저작물을 변경 혹은 2차 저작물 작성금지

공공물저작물의 변경이 금지될 수 있습니다. 또한 내용상의 변경 뿐만 아니라 형식의 변경과 원저작물을 번역·편곡·각색·영상제작 등을 위해 2차적 저작물을 작성하는 것도 금지 대상 행위에 포함됩니다.