

بررسی فرانچایز با رویکردی بر لایحه تجارت و رویه قضایی

سید محمد اندرخور^{۱*}، سیده محدثه کوثری^۲، مهدیه مهدوی راد^۳، فریده کاظمی^۴، سمیرا

یخکشی^۵

^{۱*} مدرس دانشگاه آزاد اسلامی واحد نکا، نکا، ایران

^۲ دانشجوی رشته حقوق، دانشگاه آزاد اسلامی واحد نکا، نکا، ایران

^۳ دانشجوی رشته حقوق، دانشگاه آزاد اسلامی واحد نکا، نکا، ایران

^۴ دانشجوی رشته حقوق، دانشگاه آزاد اسلامی واحد نکا، نکا، ایران

^۵ دانشجوی رشته حقوق، دانشگاه آزاد اسلامی واحد نکا، نکا، ایران

چکیده

امروزه با توجه به توسعه تجارت و تلاش فعالان اقتصادی برای نفوذ بیشتر در بازارهای تجاری، اهمیت ابزارهای توسعه تجاری نمایان شده است. در این راستا یکی از ابزارهای مهم توسعه تجاری، بهره برداری از مالکیت های صنعتی که برای عموم شناخته شده است، می باشد. قرارداد فرانچایز شیوه ای است برای تعامل صاحبان مالکیت های صنعتی با متقاضیان بهره برداری از این دسته حقوق. هرچند حقوقدانان ایران با دریافت اهمیت موضوع فعالیتهای ارزشمندی در حوزه قراردادهای فرانچایز انجام داده اند، با این همه ادبیات حقوقی ایران در این زمینه ضعیف بوده و همچنان مجموعه ای از مسائل علمی و کاربردی وجود دارد که مبهم باقی مانده است. به علاوه هر چند در وضعیت حقوقی کنونی، مقررات مدون ویژه ای در خصوص قرارداد فرانچایز وجود ندارد لیکن قانونگذار با شناخت اهمیت این دسته از قراردادهای، تلاش برای تدوین مقرراتی در این خصوص نموده است. محتوای لازم برای نگارش این پژوهش با استفاده از روش تحلیلی – توصیفی و استفاده از منابع کتابخانه ای بوده است.

واژگان کلیدی: فرانچایز، توسعه تجاری، مالکیت صنعتی

بیان مساله

یکی از مسائل حائز اهمیت در راستای رشد و توسعه ی صنعت و تجارت هر کشوری در حوزه ی داخلی و خارجی، فرانچایز است. قرارداد فرانچایز یکی از قراردادهای مطرح در حوزه ی حقوق مالکیت فکری (مالکیت صنعتی) است. این قرارداد به طور معمول در حوزه مالکیت های صنعتی مطرح می گردد. به موجب این قرارداد شخصی که دارنده حقی بر نام تجاری، علامت تجاری، دانش فنی، طرح صنعتی و مانند آن است در این قرارداد امتیازدهنده (دارنده حق کسبوکار) و طرف مقابل، امتیازگیرنده به شمار می آید. ایشان به موجب این قرارداد توافق می کنند که امتیازگیرنده حق استفاده از مالکیت صنعتی متعلق به امتیازدهنده را برای مدت معین با کمک و نظارت امتیازدهنده در مقابل مابه ازائی داشته باشد. در شرایط کنونی قانونگذاری، به رغم خلأ قانونی و فقدان مقررات ویژه برای چنین قراردادهایی، اخیراً لایحه تجارت که در حال بررسی در مجلس شورای اسلامی است در فصلی مستقل به بررسی این قرارداد پرداخته است. لایحه مذکور به جهت ارسال مجزا و با فاصله فصلهای مختلف، مورد ایراد شورای نگهبان قرار گرفت و به مجلس اعاده شد تا پس از بررسی و تدوین کامل به شورا ارسال شود. با توجه به اهمیت و کاربردهای قرارداد فرانچایز، پژوهش حاضر درصدد است، مسائل مختلف پیرامون این قرارداد را با رویکردی به لایحه یادشده و نیز رویه قضایی مورد بررسی قرار دهد، تا از سویی ضمن تبیین مفهومی قرارداد فرانچایز، مسئله حقوق و تعهدات طرفین این قرارداد تبیین شود و از این رهگذر مشخص شود که آیا قرارداد مذکور موجب سوء استفاده و لطمه به اعتماد مصرف کننده خواهد شد یا خیر. در رابطه با قرارداد فرانچایز، قوانینی وجود دارند که بایستی به عنوان منبع مورد بررسی و مطالعه قرار گیرند از این رو در پژوهش حاضر در ذیل هر عنوان مطالب مرتبط از قوانین فوق مطرح و بررسی شده است. این قوانین عبارتند از: اصول حقوق قراردادهای اروپا، کنوانسیون پاریس، اصول حقوق اروپا در مورد قراردادهای نمایندگی تجاری، فرانچایز و توزیع موافقتنامه راجع به جنبه های تجاری حقوق مالکیت فکری، قانون نمونه افشای اطلاعات فرانچایز و اصول قراردادهای تجاری بین المللی. با توجه به اینکه منابع مذکور جنبه بین المللی داشته و قوانین داخلی کشورها تکمیل کننده این قوانین هستند صرفاً به بررسی مطالب مهم اکتفا شده و از بیان مطالب غیرمرتبط پرهیز شده است. در خصوص ماهیت و احکام و آثار قرارداد فرانچایز، فعالیت های علمی زیادی در نظام حقوقی ایران صورت گرفته است. یکی از آثار علمی مورد توجه در این خصوص کار ارزشمندی است تحت عنوان «قراردادهای بهره برداری از علامت تجاری (فرانچایز)» (مشهدیان، ۱۳۸۸) که به دلیل خلأ قانونی موجود، نگارنده در این اثر علمی با توجه به منابع خارجی و نمونه قراردادهای منعقد شده تا آن زمان، به بررسی شروط و تعهدات طرفین در قرارداد پرداخته و با تطبیق قرارداد فرانچایز با سایر عقود معین قانون مدنی مثل قرارداد اجاره و صلح، در صدد تعیین ماهیت این قرارداد برآمده تا از این طریق قوانین و قواعد حاکم بر این قرارداد مشخص شود. یکی دیگر از آثار علمی نگارش یافته در خصوص قرارداد فرانچایز، کتاب «قراردادهای فرانچایز» (نجات زادگان، ۱۳۹۴) است، در این کتاب نیز نویسنده با توجه به منابع خارجی ضمن ارزیابی و ارتباط قرارداد فرانچایز با حقوق مالکیت فکری و حقوق رقابت شرایط، اوصاف، آثار و انحلال قرارداد را مورد بررسی قرار داده است.

کتاب «قرارداد فرانچایز در پرتو حقوق مالکیت فکری» (عسگری، ۱۳۹۹) نیز اثر دیگری است که نویسنده در آن به بررسی ارتباط قرارداد فرانچایز با حقوق مالکیت فکری و سایر عقود پرداخته و سپس نقش قرارداد فرانچایز در اقتصاد سایر کشورها نظیر برزیل کانادا مصر و ... را تبیین نموده است. اگر چه از آثار مزبور میتوان به عنوان پیشینه این جستار یاد کرد لیکن باید توجه داشت که اثر فعلی با وجود شباهت ها و نقاط مشترک، با آثار مذکور دارای تفاوت های چشمگیری است با این توضیح که از سویی با توجه به لایحه ی تجارت در حال بررسی در مجلس شورای اسلامی، پژوهش حاضر دارای نوآوری هایی از این جهت خواهد بود. از سوی دیگر منابع پیشگفته، علاوه بر مباحث حقوقی، قسمتی از حجم خود را به مطالب اقتصادی

اختصاص داده اند، در حالی که پژوهش حاضر، متمرکز بر مباحث حقوقی خواهد بود و درصدد پاسخویی به این سوال است که قرارداد فرانچایز چه موضوعاتی را در برمی گیرد؟ و همچنین شرایط شکلی قرارداد فرانچایز و ضمانت اجرای آن با نگاهی به لایحه تجارت، چیست؟

بستر شکل گیری و توسعه قرارداد فرانچایز

در قرون وسطا، قبل از سال ۱۸۰۰ میلادی معاملاتی بین اربابان و اشخاص عادی صورت می گرفت که بی شباهت به قرارداد فرانچایز نبود. در این دوران اربابان، حق و مجوزی را برای اداره کشتی ها و فعالیتهای تجاری در بازار به اشخاص عادی اعطاء نموده و در مقابل ما به ازائی دریافت می کردند، امتیازگیرنده نیز از یکسری حمایت ها مثل انحصار تجارت در منطق های خاص برخوردار می شد. این رویه در قرون وسطا ادامه پیدا کرد و بخشی از حقوق اروپا شد. در سال ۱۸۹۸ ویلیام متزگر به موجب قرارداد فرانچایز اولین فروشنده رسمی شرکت جنرال موتورز شد. از سال ۱۹۰۰ میلادی تا ۱۹۵۰ در ایالات متحده آمریکا قراردادهای فرانچایز برای فروش خودرو، تجارت بستنی استودیوهای رقص، خدمات نظافتی و... منعقد شد که نمونه بارز و موفق آن که هم اکنون توسعه جهانی یافته قرارداد فرانچایز برای رستورانهای زنجیره ای فست فود کی اف سی است و و مک دونالد است. کی اف سی یک رستوران زنجیره ای غذاهای حاضری در ایالت کنتاکی آمریکا، شهر لوئیسول است که تخصصش در تهیه مرغ سوخاری است. این رستوران در ۲۰ مارس ۱۹۳۰ تأسیس شده و در ۲۴ سپتامبر ۱۹۵۲ با انعقاد قرارداد فرانچایز حق استفاده از علامت و نام تجاری خود را در ایالت یوتا اعطاء نمود. در حال حاضر کی اف سی دومین رستوران بزرگ جهان است که در بیش از ۱۴۵ کشور شعبه دارد که به نظر می رسد این دستاورد نتیجه ی بهره برداری از ظرفیت قرارداد فرانچایز است.

مک دونالد یک رستوران زنجیره ای است که در سال ۱۹۵۴ توسط ریچارد و موریس مک دونالد در شهر سن برناردینو تأسیس شد و اولین قرارداد فرانچایز خود را در سال ۱۹۵۵ منعقد نمود. اکنون رستوران زنجیره ای مک دونالد بزرگترین رستوران جهان است.

از نقطه نظر قانونگذاری نیز در سال ۱۹۷۰ میلادی برای اولین بار در ایالت کالیفرنیا آمریکا مقرراتی برای تنظیم تنظیم این مقررات موجب توسعه فرانچایز در آمریکا شد. ۱۰ قرارداد فرانچایز و اعطای امتیاز تصویب شد. در نتیجه می توان گفت نخستین قراردادهای فرانچایز به صورت ابتدایی در کشورهای اروپایی منعقد شده ولیکن به مرور زمان این قرارداد در ایالت متحده آمریکا توسعه یافته و به شکل تخصصی و دقیق تر منعقد شده است از این رو مهد شکل گیری قرارداد فرانچایز، کشورهای اروپایی و محل توسعه ی آن، کشور ایالات متحده آمریکا است.

پیشینه ی قرارداد فرانچایز در ایران

پیش از انقلاب، رستوران های مک دونالد و کی اف سی با انعقاد قرارداد فرانچایز در ایران فعالیت داشتند ولیکن پس از انقالب فعالیت رستورانهای مذکور خاتمه یافت (فخریان، ۱۳۹۶). در حال حاضر تعدادی از فروشگاهها و رستوران ها با استفاده از قرارداد فرانچایز در نقاط مختلف کشور فعالیت دارند که از نمونه موفق آنها می توان به فست فودهای زنجیره ای هایداد، فروشگاه های زنجیره ای افق کوروش، فروشگاه های زنجیره ای رفاه اشاره نمود. در خصوص سابقه تقنینی قرارداد فرانچایز در ایران قابل ذکر است که در نظام حقوقی ایران، در هیچ یک از قوانین و مقررات به قرارداد فرانچایز اشاره نشده است. به همین

دلیل در دکتربین حقوقی همیشه سؤال از ماهیت این قرارداد بوده است. در خصوص مفاد این قرارداد نیز به قوانین خارجی و راهنمای فرانچایز که توسط مؤسسه بین المللی یکسان سازی حقوق خصوصی منتشر شده، استناد و مراجعه می شود. البته گفتنی است که قوانین و مقرراتی وجود دارد که هرچند صریحاً به قرارداد فرانچایز، نحوه تکوین و مفاد آن اشاره ای نکرده ولی با پیش بینی حقوق ناظر بر علائم تجاری، مقرراتی شکلی و ماهوی وضع نموده که بایستی در انعقاد قرارداد فرانچایز در ایران رعایت گردد. در سال ۱۳۱۰ قانون ثبت علائم و اختراعات، نخستین بار به حقوق علائم تجاری اشاره نمود که با وضع قانون ثبت اختراعات، طرح های صنعتی و علائم تجاری مصوب ۱۳۸۶ نسخ گردید. در سال ۱۸۸۳ میلادی معادل ۱۲۶۲ شمسی، کنوانسیون پاریس برای حمایت از مالکیت صنعتی در شهر پاریس منعقد شد و چندین بار مورد اصلاح قرار گرفت. ایران برای نخستین بار در سال ۱۳۳۷ به این کنوانسیون ملحق گردید و در ادامه در آذر ماه، ۱۳۷۷ الحاق دولت ایران به آخرین اصلاحات این کنوانسیون نیز تصویب شد. این کنوانسیون در رابطه با مالکیت صنعتی بوده و شامل موضوعات؛ ثبت اختراع، علائم و نشان های تجاری، طراحی های صنعتی، اسامی تجاری نشانه های جغرافیایی و جلوگیری از رقابت غیرمنصفانه می شود. در حال حاضر مقررات حاکم بر علائم تجاری در ایران، قانون ثبت اختراعات، طرح های صنعتی و علائم تجاری مصوب ۱۳۸۶ به انضمام آئین نامه اجرایی این قانون و کنوانسیون پاریس می باشد. بنابراین تاکنون در کشور ایران مقرراتی ناظر بر قرارداد فرانچایز وضع نشده و قوانین پیش گفته صرفاً یکسری مقرراتی را در خصوص علائم تجاری مطرح نموده که با توجه به موضوع قرارداد فرانچایز در انعقاد آن مؤثر خواهد بود. اخیراً قانونگذار در پی به روز رسانی قانون تجارت لایحه ای تدوین نموده که در لایحه مذکور فصلی مجزا به قرارداد فرانچایز اختصاص یافته است، با پذیرش و تصویب این لایحه، نخستین قانون در خصوص قرارداد فرانچایز در ایران وضع می شود که با توجه به نقش قرارداد مذکور در رشد و توسعه ی اقتصادی کشور مفاد این قانون از اهمیت به سزائی برخوردار است.

انواع قرارداد فرانچایز

قرارداد فرانچایز از جهات مختلف قابل تقسیم بندی است که مهم ترین این تقسیم بندی ها، تقسیم بندی فرانچایز از حیث موضوع یا هدف قرارداد، روش های واگذاری و اجرای قرارداد است. قرارداد فرانچایز بر اساس موضوع یا هدف آن به چهار نوع؛ فرانچایز تولید، فرانچایز خدماتی، فرانچایز توزیعی (پخش) و فرانچایز صنعتی تقسیم می شود که به شرح ذیل تعریف مختصری از هر یک ارائه می شود.

ماهیت حقوقی

تعیین احکام و آثار یک قرارداد مستلزم تعیین ماهیت حقوقی آن است. از این رو جهت انعقاد و اجرای قرارداد فرانچایز بایستی مشخص شود که قرارداد مذکور در زمره عقود معین بوده یا حسب ماده ۱۰ قانون مدنی یک قرارداد خصوصی محسوب می شود. با توجه به اینکه در نظام حقوقی ما در هیچ یک از قوانین نامی از قرارداد فرانچایز و احکام آن نیست نویسندگان و حقوقدانان تلاش داشته با مقایسه قرارداد فرانچایز و سایر عقود معین قرارداد پیش گفته را در زمره یکی از عقود دانسته و احکام و آثار آن را بر قرارداد فرانچایز اعمال نمایند. به همین منظور در این مبحث با پرهیز از تکرار، قرارداد فرانچایز با سایر عقود معین به طور اجمالی مقایسه و تحلیل میشود. عقد بیع: وفق ماده ۳۳۸ قانون مدنی عقد بیع یک عقد تملیکی است، حال آنکه قرارداد فرانچایز از عقود عهدی بوده و در آن صرفاً اجازه ی استفاده از سیستم تجاری تحت علامت یا نام تجاری مشخص اعطاء می شود بنابراین به موجب قرارداد فرانچایز مالکیت سیستم، علامت یا نام تجاری به امتیازگیرنده منتقل نمی شود.

همچنین در قرارداد فرانچایز شروطی در خصوص نحوه استفاده از علامت تجاری، کیفیت کالا و خدمات وجود دارد که اگر قرارداد مذکور را بیع محسوب نماییم شروط فوق خلاف مقتضای تملیکی عقد بیع بوده و طبق ماده ۲۳۳ قانون مدنی موجب بطلان عقد است. عقد اجاره: با توجه به تعریف عقد اجاره در ماده ۴۶۶ قانون مدنی، عقد مذکور نیز مانند عقد بیع از جمله عقود تملیکی است بدین نحو که در قرارداد اجاره مستأجر مالک منافع عین مستأجره می شود ولی در قرارداد فرانچایز مالکیتی برای امتیازگیرنده ایجاد نمی شود و تنها اجازه استفاده از حقوق موضوع قرارداد را کسب می نماید. عقود تملیکی موجب حق عینی هستند بدین نحو که مورد معامله از شخصی به شخص دیگر منتقل می شود مانند بیع عین معین که موجب انتقال مال از فروشنده به خریدار است (صفایی، ۱۳۸۴). تملیکی بودن در عقد اجاره به این صورت است که مستأجر مالک منافع مورد اجاره شده و در مدت اجاره مانند مالک صلاحیت استفاده از عین را دارد (کاتوزیان، ۱۳۸۶). علاوه بر این در قرارداد فرانچایز شرایط خاصی حاکم است که در قرارداد اجاره وجود ندارد از جمله نظارت و کنترل کیفیت، رعایت حقوق رقابت، تعهد به حفظ اسرار تجاری و ... از این رو قرارداد فرانچایز نمی تواند یک عقد اجاره محسوب شود.

عقود موجب حق انتفاع: به اعتقاد برخی از حقوقدانان، حق انتفاع، حق عینی است و موضوع آن باید شیء مادی باشد (کاتوزیان، ۱۳۸۴). پس قرارداد فرانچایز که در خصوص اموال فکری است به جهت غیر مادی بودن، نمی تواند در قالب عقود موجب حق انتفاع قرار گیرد. در صورتی که عین را مختص اموال مادی نداشته و این نظر را نپذیریم، علل دیگری نیز وجود دارد که مانع انطباق قرارداد فرانچایز با عقود موجب حق انتفاع می شود؛ اولاً در قرارداد فرانچایز علاوه بر اجازه و حق انتفاع از علامت تجاری، حقوق دیگری مثل دانش فنی نیز اعطاء میگردد. ثانیاً در این قرارداد امتیازدهنده بر نحوه اجرای قرارداد نظارت کامل دارد البته قابل ذکر است که قرارداد فرانچایز شباهت زیادی با قرارداد واگذاری حق انتفاع به صورت رقبی دارد زیرا در هر دو قرارداد، اجازه ی استفاده از منفعت برای مدت معینی واگذار می گردد.

وکالت: به اعتقاد برخی (کاتوزیان، ۱۳۸۵) موضوع عقد وکالت انجام اعمال حقوقی است نه امور مادی. در حالی که موضوع اصلی قرارداد فرانچایز انجام اعمال مادی تحت نام یا gh تجارت دیگری است، ضمن اینکه وکیل به نام و حساب موکل خود عمل می نماید در حالی که امتیازدهنده به نام و حساب خود فعالیت می کند.

عقد صلح: به موجب مواد ۷۵۲ و ۷۵۸ قانون مدنی عقد صلح ممکن است در مقام رفع تنازع یا در مقام معاملات منعقد شود. به اعتقاد برخی عقد صلح ابتدایی یا در مقام معامله نمی تواند آثار قرارداد فرانچایز را داشته باشد زیرا از یک طرف عقد صلح در جهت رفع نیازهای افراد در مقام تسامح معاملات است بنابراین صلح یک نوع عقد مسامح های محسوب می شود که علم اجمالی به موضوع آن کفایت می کند اما در قرارداد فرانچایز آثار اقتصادی آن، مستلزم ذکر جزئیات و علم تفصیلی است از طرف دیگر عقد صلح از عقود مغایره ای است ولی در قرارداد فرانچایز طرفین برای کسب سود بیشتر در رقابت با یکدیگر نبوده بلکه با فعالیت مشترک از منافع یکدیگر حمایت می کنند. حال آنکه به نظر می رسد مانعی برای انعقاد قرارداد فرانچایز در قالب عقد صلح وجود ندارد زیرا طبق ماده ۷۵۸ قانون مدنی، عقد صلح توان به ثمر رساندن آثار سایر قراردادها را دارد و همانطور که در ادامه بیان خواهد شد با توجه به موضوع قرارداد فرانچایز، گاه علم اجمالی به موضوع معامله کفایت می کند بنابراین این قرارداد در زمره عقود تفصیلی قرار ندارد. ضمن اینکه در قرارداد فرانچایز طرفین علاوه بر همبستگی و فعالیت مشترک جهت توسعه کسب و کار، هر یک جهت دستیابی به سود بیشتر نیز تلاش می کنند بنابراین در کنار اهداف و منافع مشترک، اهداف مستقلی دارند.

با عنایت به مقایسه ی فوق قرارداد فرانچایز ممکن است در قالب عقد صلح یا به عنوان یک قرارداد خصوصی وفق ماده ۱۰ قانون مدنی، منعقد گردد. در این حالت قرارداد تابع قواعد عمومی قراردادها بوده و احکام و آثار خاصی بر آن بار نیست مگر

اینکه احکام عرفی و مدنظر طرفین در قالب شروط ضمن عقد ذکر شوند از این رو انعقاد قرارداد فرانچایز با توجه به اهمیت اقتصادی و پیچیدگی آن، در کشور ما می تواند منشأ اختلافات متعددی باشد که رجوع به قواعد عمومی قراردادها، دستگاه قضایی را در حل و فصل آن با دشواری و ناتوانی روبرو می سازد. بنابراین رشد و توسعه اقتصادی کشور و جذب سرمایه گذاری مستلزم وضع قانونی کامل و جامع در خصوص قرارداد فرانچایز است. در حال حاضر با توجه به اینکه در لایحه ی تجارت، قرارداد فرانچایز تعریف شده و احکام خاصی برای آن پیش بینی شده است در صورت تصویب لایحه ی مذکور قرارداد فرانچایز در زمره عقود معین قرار می گیرد و تابع احکام مقرر می شود. عقد معین «عقدی است که در قانون عنوان معین دارد و قانون گذار، به لحاظ اهمیت و کثرت استعمال در عرف، شرایط و آثار آن را معین کرده است مانند بیع و اجاره و قرض و ...» و «عقدی که در قانون صورت و عنوان خاص ندارد و شرایط و آثار آن بر طبق قواعد عمومی تعیین می شود، عقود بی نام یا غیرمعین است مانند قرارداد مربوط به طبع و نشر کتاب و ...» (کاتوزیان، ۱۳۸۱). بنابراین در صورت تصویب لایحه تجارت مفاد آن تعیین کننده مقررات حاکم بر قرارداد فرانچایز خواهد بود در نتیجه آثار این مقررات در جامعه حقوقی و اقتصادی کشور مستلزم توجه و حساسیت در تدوین و نگارش مفاد آن است.

نتیجه گیری

خاستگاه و مهد شکل گیری قرارداد فرانچایز، کشورهای اروپایی هستند اما شکل توسعه یافته و تخصصی این قرارداد برای نخستین بار در کشور آمریکا منعقد شد. اولین قانون در خصوص این قرارداد نیز در سال ۱۹۷۰ میلادی در ایالت کالیفرنیا آمریکا تصویب شد اما در نظام حقوقی کشور ایران تاکنون قانونی در خصوص قرارداد فرانچایز وضع نشده است ولیکن قوانینی وجود دارند که به جهت تعیین تکلیف در خصوص موضوعات قرارداد فرانچایز رعایت آن ها در زمان انعقاد و اجرای قرارداد ضروری است. قانون ثبت اختراعات، طرحهای صنعتی و علائم تجاری مصوب ۱۳۸۶ و کنوانسیون پاریس که کشور ایران در سال ۱۳۳۷ به آن ملحق شده است مقرراتی را در مورد حقوق مالکیت صنعتی از جمله علامت تجاری، نام تجاری و طرح صنعتی تعیین کردند، با توجه به اینکه این حقوق موضوع فرانچایز قرار می گیرند، بایستی مقررات آن ها در قرارداد فرانچایز رعایت شود. اخیراً در راستای به روزرسانی قانون تجارت لایحه ای تدوین شده که این لایحه در فصلی مستقل به تعیین مقررات قرارداد فرانچایز پرداخته است. لایحه ی مذکور در حال بررسی در مجلس شورای اسلامی است.

در پژوهش حاضر با بررسی تعاریف ارائه شده از قرارداد فرانچایز در منابع و قوانین داخلی و خارجی، این نتیجه حاصل شد که رکن اصلی قرارداد فرانچایز اعطاء اجازه ی استفاده از علامت یا نام تجاری است و سایر حقوق مالکیت صنعتی که مجموعه ی آنها سیستم تجاری را تشکیل می دهد بایستی تحت نام و علامت تجاری مشخص به کار گرفته شود بنابراین تعریف ارائه شده از قرارداد فرانچایز باید به نحوی باشد که روشن سازد استفاده از علامت یا نام تجاری جزو جدایی ناپذیر این قرارداد است و سایر حقوق مالکیت صنعتی در سایه و کنار این حقوق موضوع فرانچایز قرار می گیرند. با توجه به این مطلب می توان قرارداد فرانچایز را به این شکل تعریف نمود: «فرانچایز قراردادی است که به موجب آن یک فعال اقتصادی که صاحب کسب و کاری است حق استفاده از علامت یا نام تجاری خود را با نظارت مستمر و همراه با دانش فنی کار، برای مدت معین و در محدوده ی جغرافیایی مشخص در قبال ما به ازائی به دیگری اعطاء می نماید». صاحب کسب و کار و حقوق مالکیت صنعتی، امتیازدهنده و طرف مقابل امتیازگیرنده نامیده می شوند. قرارداد فرانچایز ممکن است برای تولید یا توزیع کالا، ارائه خدمات یا فعالیت های صنعتی منعقد گردد، از این حیث به فرانچایز تولید، توزیعی خدماتی و صنعتی تقسیم می شود. همچنین با توجه به اختیار امتیازگیرنده برای تعداد واحدها و محل فعالیت امکان انعقاد قرارداد مشابه با سایرین به فرانچایز تک واحدی و چند واحدی،

فرانچایز اصلی و فرعی و فرانچایز توسعه تقسیم می شود. با توجه به بررسی سایر قراردادهای مشابه با قرارداد فرانچایز مشخص شد که فرانچایز به جهت موضوع، نظارت مستمر و استقلال امتیازگیرنده متفاوت از قراردادهای لیسانس توزیع کالا و نمایندگی تجاری می باشد.

لازمه ی اعتبار هر قراردادی رعایت یکسری شرایط شکلی و ماهوی است. شرایط شکلی تکوین قرارداد فرانچایز مطابق قانون ثبت اختراعات، ثبت در اداره مالکیت صنعتی و انتشار در روزنامه رسمی می باشد بدیهی است که کتبی بودن نیز لازمه و مقدمه ی ثبت این قرارداد است و ضمانت اجرای هر دو شرط عدم قابلیت استناد در برابر اشخاص ثالث است که این موضوع در آراء قضایی متعددی منعکس شده است. در لایحه تجارت علاوه بر ثبت قرارداد در اداره مالکیت صنعتی، ثبت در اداره ثبت شرکتها نیز ضروری می باشد و برای هر یک ضمانت اجرای متفاوتی در نظر گرفته شده است بدین صورت که نتیجه ی عدم ثبت قرارداد در اداره مالکیت صنعتی عدم قابلیت استناد در برابر اشخاص ثالث ناآگاه و نتیجه ی عدم ثبت در اداره ثبت شرکتها پلمپ محل کسب و کار امتیازگیرنده است. با توجه به ضمانت اجرای پیش بینی شده به نظر می رسد ثبت قرارداد فرانچایز جنبه ثبوتی نداشته بلکه الزام مذکور به دلیل سهولت در اثبات است. در لایحه تجارت نیز انتشار در روزنامه رسمی از دیگر شرایط شکلی انعقاد قرارداد است. در خصوص شرایط ماهوی نیز علاوه بر ضرورت رعایت شرایط عمومی مذکور در ماده ۱۹۰ قانون مدنی، به موجب لایحه تجارت، نظارت و کنترل امتیازدهنده، رعایت حقوق رقابت، تعیین مدت، تعیین تکلیف در مورد نحوه تبلیغات، انتقال فرانچایز یا فرانچایز فرعی و انحصار یا غیر انحصاری بودن قرارداد از شرایط ماهوی خاص قرارداد فرانچایز می باشد با توجه به بررسی صورت گرفته در پژوهش حاضر، تعهدات طرفین در قرارداد فرانچایز محدود به زمان اعتبار و اجرای قرارداد نیست بلکه پیش از انعقاد قرارداد (در مرحله ی مذاکره) و بعد از خاتمه ی آن نیز تعهداتی بر عهده دارند. در مرحله ی مذاکره تعهدی که برای طرفین متصور است ارائه اطلاعات مؤثر در قصد انعقاد قرارداد می باشد بدین معنا که اطلاعات مذکور باعث رغبت طرف مقابل به انعقاد قرارداد یا انصراف وی می شود. در لایحه تجارت تعهد مذکور صرفاً برای امتیازدهنده پیش بینی شده و ضمن تعیین نوع اطلاعات، ضمانت اجرای حق فسخ برای امتیازگیرنده در نظر گرفته شده است. با بررسی قوانین داخلی و بین المللی، این نتیجه حاصل شد که؛ برای اینکه یک قرارداد فرانچایز در راستای تحقق اهداف طرفین پیش رود بایستی حداقل تعهدات ذیل را برای طرفین در نظر گرفت؛ تعهدات امتیازدهنده: ۱ اعطاء اجازه استفاده از حقوق مالکیت فکری، ۲ تضمین اعتبار حقوق مالکیت فکری و استفاده مستمر از آن، ۳ ارائه اطلاعات و دانش فنی، ۴ مساعدت های علمی و عملی، ۵ حفظ و ارتقای شهرت و اعتبار شبکه کسب و کار، ۶ نظارت بر شیوه عملکرد امتیازگیرنده ۷ تأمین کالاهای مورد نیاز امتیازگیرنده و اخطار به وی در صورت کاهش ظرفیت تأمین کالاها، ۸ رعایت انحصار سرزمینی. تعهدات امتیازگیرنده: ۱ بکارگیری نام و علامت تجاری مطابق شرایط تعیین شده در قرارداد، ۲ استفاده از دانش فنی و تجربی در چارچوب قرارداد و عدم افشاء آن، ۳ پرداخت حق امتیاز، ۴ رعایت همه جانبه تمام استانداردها و دستورالعمل ها جهت حفظ اعتبار و شهرت تجاری سیستم فرانچایز، ۵ تدارک محل فعالیت و وسایل و مواد الزم جهت راه اندازی و بهره برداری از سیستم تجاری، ۶ استخدام نیروی انسانی متخصص، ۷ فراهم آوردن موجبات بازرسی امتیازدهنده، ۸ شرط تهیه مواد خام یا ملزومات از امتیازدهنده یا منبع تأیید شده، ۹ ارائه اطلاعات در طول اجرای قرارداد، ۱۰ تحصیل پوشش بیمه مسئولیت و حوادث.

قرارداد فرانچایز مانند سایر عقود مدت دار پس از انقضاء مدت تعیین شده، خاتمه می یابد و پیش از انقضاء مدت نیز ممکن است حسب توافق طرفین یا به موجب حق فسخ قانونی یا قراردادی منحل شود. با عنایت به اینکه فسخ عقود لازم جنبه ی استثنائی دارد حسب قواعد عمومی قراردادها، در صورت تخلف هر یک از طرفین از تعهدات قراردادی، متعهدله در مرحله ی اول حق فسخ قرارداد را ندارد و بایستی ابتدائاً الزام متعهد به اجرای تعهد را بخواهد. با توجه به اهمیت اعتبار کسب و کار و

سرمایه در قرارداد فرانچایز، اجرای قواعد عمومی قراردادها در تمام فروض تخلف متعهد می تواند ضرر غیر قابل جبرانی را به سیستم تجاری وارد نماید از این رو ضروری به نظر می رسد در خصوص اکثر تعهدات طرفین، حق فسخ قانونی یا قراردادی پیش بینی شود تا از این رهگذر طرفین با اجرای کامل و دقیق تعهدات، محصول و خدماتی مشابه کیفیت اصلی به مصرف کننده ارائه نمایند. در لایحه تجارت صرفاً عدم ارائه اطلاعات در مرحله مذاکره موجب ایجاد حق فسخ برای امتیازگیرنده ناآگاه است و در خصوص سایر شروط و تعهدات ضمانت اجرای مذکور پیش بینی نشده است. همانطور که گفته شد پس از خاتمه قرارداد تعهدات طرفین خاتمه نیافته و به منظور حمایت از حقوق مالکیت صنعتی تعهداتی برای امتیازگیرنده و حقوقی برای امتیازدهنده در نظر گرفته شده است. تعهدات امتیازگیرنده بعد از خاتمه قرارداد: ۱- ممنوعیت استفاده از حقوق مالکیت فکری موضوع قرارداد فرانچایز، ۲- حفظ محرمانه اسرار تجاری. در لایحه تجارت به تعهدات مذکور اشاره ای نشده است. حقوق و امتیازاتی که برای امتیازدهنده متصور است و در لایحه تجارت نیز ذکر شده است: ۱- حق ممنوعیت امتیازگیرنده از راه اندازی کسب و کار مشابه در محدوده جغرافیایی موضوع قرارداد حداکثر تا مدت دو سال، ۲- حق اولویت در خرید کالاهای باقی مانده نزد امتیازگیرنده. با مطالعه صورت گرفته در پژوهش حاضر، محرز گردید که پیش بینی قانونی شرایط شکلی و ماهوی انعقاد قرارداد و پیش بینی قانونی یا قراردادی تعهدات طرفین، پیش از انعقاد عقد، در جریان و خاتمه آن است که می تواند تضمین کننده حقوق شخص ثالث مصرف کننده باشد، بنابراین تدوین و تصویب قانون و انعقاد قراردادی جامع با در نظر گرفتن تمام فروض، جهت جذب سرمایه گذاری، حفظ اعتماد مصرف کننده و در نتیجه توسعه صنعت و تجارت، امری ضروری است. در نهایت بررسی آراء قضایی مختلف نشان داد که با توجه به خلأ قانونی موجود، دادگاه ها و اشخاص به جز موارد اندکی که در قانون ثبت اختراعات قانون تجارت الکترونیکی و کنوانسیون پاریس پیش بینی شده است ناگزیر از مراجعه به قواعد عمومی قراردادها هستند از این رو آراء قضایی چندانی مختص به اختلافات حاصل از قرارداد فرانچایز وجود ندارد.

بسمه تعالی

نمونه قرارداد فرانسیز (اعطای نمایندگی)

مقدمه:

از آن جا که امتیازدهنده، مالک نام و علامت تجاری مؤسسه آموزشی..... بوده و از رسیدها، سربرگ ها، نشانگان، فرمول ها، روش تدریس، روش مدیریت و سیاست های اعتباری خاصی که خود ایجاد کرده است استفاده می کند؛ و همچنین که امتیازدهنده مجموعه بی نظیری از دانش مربوط به شیوه تدریس و اداره موسسات آموزشی را خلق کرده است؛ لذا امتیازگیرنده تمایل دارد تا به ارائه خدمات آموزشی با شیوه، آئین و برند امتیازدهنده بپردازد؛ و از آنجا که امتیازگیرنده اظهار می دارد دارای سرمایه لازم برای تهیه مکان مناسب، تجهیزات و پرداخت حق الزحمه پرسنل و اساتید می باشد؛ امتیازگیرنده تمایل دارد تا از حقوق امتیازدهنده نسبت به نام و علامت تجاری (برند)، در رابطه با یک مؤسسه آموزشی واقع در شهرستان..... به نشانی استفاده نماید؛

طرفین قرارداد: این قرارداد فی مابین به شماره ثبت و شناسه ملی به نمایندگی آقای به سمت مدیرعامل که از این پس «امتیازدهنده» نامیده می شود از یک سو، و آقا/خانم..... به شماره شناسنامه.....، صادره از، کدملی..... و به نشانی..... و به شماره تلفن..... که از این پس «امتیازگیرنده» نامیده می شود از سوی دیگر، به شرح ذیل منعقد می گردد:

طرفین به شرح زیر توافق نمودند:

ماده ۱- موضوع قرارداد :موضوع قرارداد عبارت است از اعطای اجازه استفاده از نام و علامت تجاری (برند) مؤسسه آموزشی، دانش تدریس، روش تجاری-مدیریتی، سیاست های تجاری و دانش مربوط به بهره برداری از یک مؤسسه آموزشی (نمایندگی)، واقع در حوزه جغرافیایی شهرستان به شرح و به کیفیت مندرج در پیوست شماره یک در برابر تادیه حق الامتیاز مشخص.

ماده ۲- مدت قرارداد:

۱-۲- مدت این قرارداد یک سال شمسی از تاریخ/...../۹۳ الی/...../۹۴ می باشد و امتیازگیرنده حق استفاده از امتیاز حاصله و موضوع قرارداد را جز در صورت تمدید کتبی قرارداد نخواهد داشت.

۲-۲- هر گونه درآمد حاصله قبل از تمدید قرارداد از نظر امتیازدهنده تحصیل مال نامشروع محسوب گردیده و در صورت استمرار بعد از انقضای قرارداد معادل حق الامتیاز دریافتی ماده ۳ در زمان اعتبار قرارداد، به عنوان جریمه از سوی امتیازدهنده قابل مطالبه می باشد.

تبصره ۱: امتیازگیرنده می بایست یک ماه قبل از انقضاء قرارداد ضمن ارائه مقاصد حساب درخواست کتبی خود را جهت تمدید قرارداد ارائه و ثبت نماید.

ماده ۳- حق الامتیاز و نحوه پرداخت آن:

۱-۳- حق السهم امتیازگیرنده بابت حق الامتیاز برابر ۸۳٪ و حق السهم امتیازدهنده برابر ۱۷٪ (۱۰٪ بابت فرانسیز، ۲٪ بابت تبلیغات و ۵٪ بابت حق آموزش و پرورش) مبلغ شهریه مصوب هر ترم به ازای هر دانشجو یا زبان آموز خواهد بود.

۲-۳- امتیازگیرنده موظف به معرفی شماره حساب بانکی خود در عهده بانک ملت به امتیازدهنده می باشد.

۳-۳- مبلغ شهریه مصوب هر ترم از طرف دانشجویان و زبان آموزان به صورت کامل به شماره حساب اعلامی از طرف امتیازدهنده واریز می گردد.

۳-۴- امتیازدهنده موظف است ظرف حداکثر ۱۵ روز کاری پس از شروع ترم سهم امتیازگیرنده را مطابق بند ۲-۱ به حساب وی واریز نماید.

۳-۵- هرگونه مالیات، عوارض و هزینه های احتمالی دیگر بر عهده امتیازگیرنده می باشد.

۳-۶- امتیازگیرنده حق هرگونه اعتراض نسبت به بندهای ماده ۲ این قرارداد را از خود سلب می نماید.

تبصره ۲: موارد ابلاغی و مکتوب که از سوی امتیازدهنده اعلام می گردد ملاک شهریه خواهد بود.

تبصره ۳: در صورت اعلام تخفیف شهریه از طرف امتیازدهنده حق سهم طرفین قرارداد به کسر از مبلغ تخفیف خواهد بود.

تبصره ۴: در صورتی که مبلغ تخفیف از طرف امتیازگیرنده اعلام گردد میزان تخفیف از سهم امتیازگیرنده کسر گردیده و حق سهم امتیازدهنده تغییری نخواهد یافت.

ماده ۴- تعهدات امتیازدهنده:

۴-۱- امتیازدهنده مکلف است دستورالعمل و نحوه انجام کار علی الخصوص نحوه برگزاری کلاس ها و جذب مدرسین را حداکثر ظرف یک ماه پس از انعقاد قرارداد، در اختیار امتیازگیرنده قرار دهد.

۴-۲- امتیازدهنده مکلف است کارکنان امتیازگیرنده به تعداد ... نفر را با هزینه امتیازگیرنده و با توجه به ضوابط آموزشی خود، فقط برای یک بار آموزش دهد.

۴-۳- امتیازدهنده مکلف است هر ماه، یک بار با اطلاع قبلی، به منظور کنترل رعایت استانداردهای آموزشی امتیازدهنده، از موسسه امتیازگیرنده بازرسی های دوره ای به عمل آورد.

۴-۴- امتیازدهنده می تواند هر زمان که بخواهد بدون اطلاع قبلی، از موسسه امتیازگیرنده، بازرسی های اتفاقی به عمل آورد.

۴-۵- امتیازدهنده مکلف است هر سه ماه یک بار به منظور بررسی صورت های مالی، نحوه وصول درآمد و هزینه ها، اسناد و صورت های امتیازگیرنده را مطالبه و بازرسی نماید.

۴-۶- امتیازدهنده مکلف است پس از پایان هر ترم، طبق اعلام امتیازدهنده، برای دانشجویان گواهی پایان ترم صادر نماید و در اختیار امتیازگیرنده قرار دهد.

۴-۷- امتیازدهنده نماینده ای را جهت هماهنگی با امتیازگیرنده و یا ارائه خدمات مشورتی در خصوص نحوه بهره برداری از موسسه آموزشی معرفی خواهد کرد.

۴-۸- صدور گواهی پایان دوره هولوگرام دار و مهر امتیازدهنده در صورت احراز شرایط مورد نظر امتیازدهنده برای نفرات اعلام شده از طرف امتیازگیرنده پس از حداکثر یک هفته بر عهده امتیازدهنده می باشد.

تبصره ۵: به جز گواهی موضوع بند ۴-۸، هرگونه صدور گواهی پایان دوره فاقد اعتبار می باشد.

۴-۹- امتیازدهنده موظف است قبل از شروع هر ترم کتب و سایر تجهیزات جانبی آموزشی (بسته آموزشی) خود را جهت استفاده دانشجویان و زبان آموزان معین و به امتیازگیرنده اعلام نماید.

ماده ۵- تعهدات امتیازگیرنده:

۵-۱- تهیه مکان آموزشی و کلیه تجهیزات آموزشی، مصرفی و غیرمصرفی مطابق با استانداردهای مورد تایید امتیازدهنده، به کیفیت مقرر در پیوست شماره چهار، بر عهده امتیازگیرنده است به طوریکه جامع شرایط لازم از نظر امتیازدهنده برای امور آموزشی فراهم باشد.

۵-۲- انجام مراحل و تشریفات جذب مدرس واجد شرایط و معرفی بر عهده امتیازگیرنده است.

۳-۵- امتیازگیرنده مکلف است هر گونه سند مالی یا حسابداری و یا دیگر صورتها و دفاتر را به محض مطالبه امتیازدهنده به منظور بازرسی در اختیار او قرار دهد.

۴-۵- پرداخت دستمزد کارمندان اداری و حق التدریس مدرسین و صدور فیش حقوقی برای آنها طبق دستورالعمل صادره از سوی امتیازدهنده، بر عهده امتیازگیرنده خواهد بود.

۵-۵- پرداخت کلیه مبالغ مربوط به مالیات، بیمه، عوارض، هزینه رفت و آمد و اسکان و پذیرایی و سایر هزینه های کارکنان امتیازگیرنده جهت آموزش، کنترل، نظارت و بازرسی دوره ای یا هرگونه هزینه دیگر بر عهده امتیازگیرنده خواهد بود
تبصره ۶: امتیازدهنده هیچگونه مسئولیتی در قبال دعاوی و شکایتهای اساتید، پرسنل و سایر اشخاص حقیقی و حقوقی ندارد.

۶-۵- پس از اعلام امتیازدهنده، امتیازگیرنده موظف به ثبت نام دانشجویان خود از طریق پرتال معرفی شده از طرف امتیازدهنده می باشد.

تبصره ۷: پس از راه اندازی پرتال ثبت نام که از طرف امتیازدهنده اعلام می گردد، کلیه ثبت نام های انجام گرفته توسط امتیازگیرنده و یا دانشجویان که خارج از سیستم پرتال انجام فاقد اعتبار قانونی بوده و از طرف امتیازدهنده برای شخص ثبت نام شونده گواهی پایان دوره صادر نمی گردد.

۷-۵- امتیازگیرنده مکلف است تا قبل از راه اندازی پرتال ثبت نام اینترنتی، اسامی و تعداد ثبت نام شدگان خود را در ابتدای هر ترم به امتیازدهنده اعلام نماید.

۸-۵- امتیازگیرنده مکلف است در زمان بازرسی های دوره ای و یا بازرسی های اتفاقی امتیازدهنده، کلیه اسناد و مدارک مربوطه را در اختیار بازرسی یا بازرسان امتیازدهنده قرار دهد.

۹-۵- امتیازگیرنده بدون اخذ رضایت کتبی امتیازدهنده، حق واگذاری موضوع این قرارداد و یا هر یک از وظایف و تکالیف مندرج در آن را چه به طور کلی و یا جزئی، به شخص یا اشخاص دیگر ندارد و حق الامتیاز صادره قائم به شخص بوده و در صورت فوت، حجر و موارد مشابه، قرارداد منفسخ می گردد.

۱۰-۵- امتیازگیرنده مکلف است در صورت لزوم تغییر نشانی، مراتب را کتباً به امتیازدهنده اطلاع دهد و موافقت ایشان را به دست آورد.

۱۱-۵- امتیازگیرنده متعهد می گردد تا کلیه شرایط و دستورالعمل های امتیازدهنده را دقیقاً رعایت و کلیه ضوابط و سایر دستورات امتیازدهنده را اجرا نموده و از منابع آموزشی معرفی شده توسط امتیازدهنده استفاده نماید.

۱۲-۵- امتیازگیرنده مکلف به اجرای کلیه ضوابط، آیین نامه ها و دستورالعمل های مربوط به نمایندگی است که از طرف امتیازدهنده در هنگام عقد و یا در طول مدت اعتبار قرارداد به وی اعلام می گردد.

۱۳-۵- امتیازگیرنده مکلف است اسامی و مشخصات کارکنان خود را برای یادگیری ضوابط و دستورالعمل های آموزشی امتیازدهنده طی فهرستی که پیوست شماره ۲ محسوب می گردد به امتیازدهنده معرفی نماید.

۱۴-۵- امتیازگیرنده خود مسئول نقض تعهدات قراردادی با اشخاص ثالث و یا کارمندان خویش بوده و امتیازدهنده از این بابت هیچ مسئولیتی به عهده نخواهد داشت.

۱۵-۵- امتیازگیرنده مکلف است در روابط قراردادی خود با اشخاص ثالث و روابط استخدامی خود با کارکنان و اساتید تصریح نماید که هیچ رابطه حقوقی و یا استخدامی میان امتیازدهنده و آنها وجود نداشته و هیچ دعوایی علیه امتیازدهنده از جانب اشخاص ثالث و یا کارکنان و اساتید مسموع نخواهد بود.

- ۱۶-۵- امتیازگیرنده مکلف به رعایت قوانین کار و تامین اجتماعی در رابطه با مستخدمان و کارکنان خود می باشد.
- ۱۷-۵- امتیازگیرنده موظف به استفاده از کلیه کتب و تجهیزات جانبی آموزشی (بسته آموزشی) است که از طرف امتیازدهنده برای استفاده دانشجویان و زبان آموزان معین و اعلام می گردد.
- ۱۸-۵- هزینه های آموزشی (کتب و بروشور) ارسالی از طرف امتیازدهنده از جمله هزینه های پستی بر عهده امتیازگیرنده می باشد.
- ۱۹-۵- هزینه برگزاری آزمون و حق التدریس کلیه دوره های تربیت مدرس، آموزش حین خدمت، تافل و دوره های تربیت اساتید و همچنین صدور گواهی پایان دوره جهت برگزاری کلیه دوره های مربوطه بر عهده امتیازگیرنده می باشد.
- ۲۰-۵- امتیازگیرنده موظف است انعقاد قراردادهای آموزشی اختصاصی در سطح سازمانها و دوائر دولتی و خصوصی را با هماهنگی امتیازدهنده انجام دهد.
- ۲۱-۵- امتیازگیرنده مجاز به تعیین نمایندگان حقوقی با هماهنگی امتیازدهنده و تأیید آموزش و پرورش و پرداخت حقوق و دستمزد آنها می باشد.
- امتیازگیرنده مکلف است ظرف سی روز از تاریخ امضای این قرارداد، بر طبق پیوست شماره سه، بهره برداری از مرکز آموزشی خود را بر اساس مفاد این قرارداد آغاز نماید.
- ۲۲-۵- اخذ مجوزهای مربوطه برای بهره برداری از موسسه آموزشی از مراجع اداری مربوطه به عهده
- ۲۳-۵- امتیازگیرنده می باشد.
- ماده ۶- اصل وحدت عملکرد: امتیازگیرنده متعهد است از همان سربرگ ها، نشانگان، لباس تجاری، فرمول ها، روش تدریس، روش اداره موسسه، سیاست های موسسه و فنونی استفاده کند که امتیازدهنده آن ها را به کار می برد و هرگونه تغییر، طراحی و راهکار از سوی امتیازگیرنده که برخلاف رویه معمول امتیازدهنده باشد از موارد تخلف و انفساخ قرارداد می باشد.
- ماده ۷- ضمانت حسن اجرای قرارداد: هم زمان با امضای این قرارداد، برای تضمین حسن انجام این قرارداد، امتیازگیرنده مکلف به تودیع یک فقره ضمانت نامه بانکی غیر مشروط، قابل تمدید و ... به مبلغ ۵۰۰٫۰۰۰٫۰۰۰ ریال به امتیازدهنده می باشد. در صورت هر گونه خسارت از اقدامات امتیازگیرنده و یا عدم پرداخت بدهیها و سایر تخلفات قراردادی، امتیازدهنده می تواند مطالبات خود را از محل آن استیفا کند و امتیازگیرنده حق هرگونه اعتراض را از خود سلب و اسقاط می نماید.
- ماده ۸- قید انحصار:
- ۸-۱- امتیازگیرنده مکلف است تنها و تنها در طول مدت اعتبار این قرارداد با عنوان گیرنده امتیاز موسسه..... فعالیت نماید و از به کار بردن هر گونه برند دیگر یا انجام فعالیت شخصی یا تبلیغات برای دیگر موسسات آموزشی و یا سایر فعالیت های مرتبط و مشابه پرهیز نماید.
- ۸-۲- امتیاز اعطائی به امتیازگیرنده تنها محدود به حوزه جغرافیایی شهرستان..... می باشد.
- ماده ۹- شرط عدم رقابت: امتیازگیرنده متعهد می شود به موجب این قرارداد، در طول مدت این قرارداد و نیز چهار سال پس از خاتمه این قرارداد به هر علت، از رقابت با امتیازدهنده به هر شکل پرهیز نماید.
- ماده ۱۰- محرمانه بودن اطلاعات: امتیازگیرنده مکلف است از افشای دستورالعمل ها، فنون آموزشی، اسرار تجاری امتیازدهنده و یا سایر اطلاعاتی که به واسطه این قرارداد به آن ها دسترسی پیدا کرده است برای اشخاص ثالث خودداری ورزد. این مسئولیت شامل افشای اطلاعاتی که توسط کارمندان امتیازگیرنده نیز به عمل آید خواهد شد.
- ماده ۱۱- رعایت حقوق مالکیت فکری:

۱۱-۱- این قرارداد صرفاً اذن و اجازه استفاده از برند امتیازدهنده را با رعایت شرایط و الزامات مقرر شده از سوی وی و محدود به مدت این قرارداد به امتیازگیرنده اعطا می کند و امتیازگیرنده نمی تواند مدعی هیچ حق یا منفعتی نسبت به حقوق، علامت و نام تجاری امتیازدهنده و یا دانش فنی، اطلاعات و اسرار تجاری او گردد.

۱۱-۲- امتیازگیرنده در اجرای این قرارداد مکلف به رعایت حقوق مالکیت فکری اعم از حقوق مادی و معنوی امتیازدهنده نسبت به کلیه آنچه می تواند موضوع مالکیت فکری قرار گیرد می باشد؛ در غیر این صورت ناقض حقوق تلقی شده و به موجب مقررات حاکم تحت تعقیب حقوقی و کیفری قرار خواهد گرفت.

۱۱-۳- تعهدات مذکور در این ماده محدود به مدت قرارداد نبوده و جنبه دائمی دارد.

۱۱-۴- در صورت نقض حقوق مالکیت فکری امتیازدهنده از سوی امتیازگیرنده، تضمین حسن انجام کار امتیازگیرنده به طور کامل و به تشخیص انحصاری امتیازدهنده ضبط خواهد شد.

۱۱-۵- امتیازگیرنده مکلف است امتیازدهنده را از هر گونه نقض حقوق مربوط به علامت تجاری (برند) امتیازدهنده که در حوزه جغرافیایی او واقع شده است مطلع سازد.
ماده ۱۲- قوه قاهره:

۱۲-۱- در صورت بروز هرگونه وقایع غیر قابل پیش بینی و خارج از کنترل (مانند تصمیم دولت مبنی بر لغو مجوزهای صادره و یا عدم اجازه عملیات موضوع قرارداد و یا هر تصمیم دیگری که بر اجرای قرارداد تاثیرگذار باشد، سیل، زلزله، طوفان، جنگ و غیره) که اجرای کل و یا بخشی از قرارداد را برای طرفین غیر ممکن سازد و یا موجب تاخیر در ایفای تعهدات طرفین شود، تعهدات طرفین به حالت تعلیق درآمده و طرفی که به قوه قاهره دچار شده، در اثر نقض تعهد مسئول شناخته نمی شود.
۱۲-۲- در صورتی که شرایط قوه قاهره بیش از یک ماه به طول انجامد هر یک از طرفین حق خواهد داشت با دادن اخطار کتبی به طرف مقابل، قرارداد را فسخ نماید.

ماده ۱۳- فسخ قرارداد:

۱۳-۱- در صورتی که امتیازگیرنده، استانداردهای کیفی لازم را رعایت ننماید، یا مرتکب اعمالی شود که از نظر امتیازدهنده مخل اعتبار و حیثیت و شهرت امتیازدهنده می باشد، امتیازدهنده می تواند فوراً و بلافاصله و بدون نیاز به هیچ گونه تشریفات نسبت به فسخ قرارداد و تسویه حساب با امتیازگیرنده و اخذ خسارات مربوطه اقدام نماید.

۱۳-۲- در صورتی که امتیازگیرنده از تعهدات و شرایط مندرج در این قرارداد، تخلف نمایند امتیازدهنده می تواند مراتب را یک هفته قبل به اطلاع طرف دیگر رسانده، و پس از آن، بدون نیاز به طی هیچگونه تشریفات نسبت به فسخ قرارداد و تسویه حساب با امتیازگیرنده و اخذ خسارات مربوطه اقدام نماید.

۱۳-۳- در صورت فسخ قرارداد طبق بند فوق، امتیازدهنده هیچگونه مسئولیتی در برابر امتیازگیرنده و دانشجویان وی نخواهد داشت و امتیازگیرنده، شخصاً و به تنهایی مسئول و پاسخگوی هرگونه ادعا و خسارت حاصله می باشد و بدین وسیله متعهد می گردد تا خسارات وارد بر امتیازدهنده و دانشجویان را به طور کامل جبران نماید.

۱۳-۴- در صورت فسخ قرارداد، امتیازگیرنده ملزم و متعهد است تا بلافاصله تمام مدارک مربوط به امتیازدهنده اعم از دستورالعمل ها و گواهینامه ها، سربرگ و مهر موسسه را به وی مسترد و کل مطالبات امتیازدهنده را تا زمان فسخ تسویه نماید. امتیازدهنده همچنین حق خواهد داشت تا از محل ضمانت نامه مندرج در ماده ۷ این قرارداد، نسبت به وصول مطالبات و خسارات خود اقدام نماید.

۱۳-۵- در صورتی که امتیازگیرنده به هر دلیلی بخواهد قرارداد را فسخ کند مراتب را یک ماه قبل با ذکر دلایل، به اطلاع امتیازدهنده رسانده و در صورت پذیرش و تسویه حساب کامل، قرارداد فسخ خواهد شد. در هر صورت، امتیازگیرنده مکلف است تا پایان ترم آموزشی به همکاری خود ادامه داده و به تعهدات خود پایبند باشد مگر در شرایطی که امتیازدهنده به نحو دیگری مقتضی بداند.

۱۳-۶- در صورت فسخ قرارداد، امتیازگیرنده حق ادامه استفاده از نام و علامت تجاری امتیازدهنده را نخواهد داشت. در صورت ادامه استفاده بعد از فسخ قرارداد، به دلیل ایراد خدشه و لطمه به شهرت و اعتبار نام تجاری امتیازدهنده، کل تضمین حسن انجام کار، ضبط و علاوه بر آن تحت تعقیب کیفری به دلیل نقض حقوق فکری امتیازدهنده قرار خواهد گرفت.

ماده ۱۴- حل اختلاف: کلیه اختلافات ناشی از اجرای این قرارداد ابتدا از طریق مذاکرات مستقیم، سازش میان طرفین و نظریه امور حقوقی امتیازدهنده به طور دوستانه حل و فصل می گردد. در صورت عدم حل و فصل به طریق فوق، از طریق مراجعه به مراجع حوزه قضائی تهران بزرگ، قابل پیگیری خواهد بود.

ماده ۱۵- توزیع نسخ: این قرارداد بر طبق ماده ۱۰ قانون مدنی به شماره..... در تاریخ..... در تهران، چهار راه جهان کودک، کوچه کیش، پلاک ۴۶، شامل ۱۵ ماده و ۵۶ بند و ۷ تبصره و در دو نسخه که هر یک حکم واحد را دارند در تهران و در اقامتگاه امتیازدهنده تنظیم و به امضای طرفین رسید.

امتیاز گیرنده

امتیاز دهنده

مؤسسه آموزشی

منابع

۱. اشمیتوف، کالیو ام. (۱۳۹۸). حقوق تجارت بین الملل «ترجمه بهروز اخلاقی، فرهاد امام، سید محمد اسبقی نمینی، محمود باقری، امیرحسین طیبی فرد و اسماعیل همت دوست». ج ۱، تهران: انتشارات سمت.
۲. امام خمینی، سید روح الله (۱۴۰۹). تحریر الوسیله. ج ۲، قم: انتشارات اسماعیلیان
۳. امامی، حسن. (۱۳۷۹). حقوق مدنی. ج ۱، چ بیست و یکم، تهران: انتشارات اسلامی
۴. انصاری، مرتضی. (۱۳۹۸). مکاسب، ج ۱، چ بیست و هشتم، قم: انتشارات مجمع الفکر الاسلامی
۵. جعفری لنگرودی، محمد جعفر. (۱۳۹۱). مجموعه محشی قانون مدنی، چ چهارم، تهران: انتشارات گنج دانش
۶. رهبری، ابراهیم. (۱۳۸۸). حقوق اسرار تجاری، تهران: انتشارات سمت
۷. شمس، عبدالحمید. (۱۳۸۲). حقوق مالکیت بر علائم تجاری و صنعتی. چ اول، تهران: انتشارات سمت
۸. شهیدی، مهدی. (۱۳۹۰). حقوق مدنی، تشکیل قراردادهای و تعهدات. ج ۱، چ دهم، تهران: انتشارات مجد
۹. صابری، روح الله. (۱۳۸۷). قراردادهای لیسانس، تهران: مؤسسه مطالعات و پژوهشهای حقوقی شهر دانش
۱۰. صفایی، حسین. (۱۳۸۴). قواعد عمومی قراردادهای، چ سوم، نشر میزان
۱۱. صفری، محسن؛ مشهیدیان، شهاب. (۱۳۸۹). قرارداد بهره برداری از علامت تجاری فرانچایز، چ اول، تهران: انتشارات جنگل
۱۲. عسگری، میثم. (۱۳۹۹). قرارداد فرانچایز در پرتو حقوق مالکیت فکری، چ اول، شرکت چاپ و نشر بازرگانی. فخریان، امیرخسرو. (۱۳۹۶). هر آنچه که در مورد فرانچایز باید بدانید. چ اول، انتشارات بازاریابی
۱۳. کاتوزیان، ناصر. (۱۳۸۱). دوره مقدماتی حقوق مدنی، اعمال حقوقی (قرارداد-ایقاع)، چ هشتم، تهران: انتشارات شرکت سهامی انتشار.
14. Black, Henry Campbell; Nolan, Joseph. R. & Connolly M. J. (1984). Blacklaw dictionary (5th ed). United states of America: west publishing company.
15. Bueno Diaz, Odaria. (2006). Franchising in European contract law. European law publishers, 102- 107.
16. Harper, Douglas. (2000). Online Etymology Dictionary.
17. Hesselink, M., Rutgers, J., Bueno Diaz, O., Scotton, M., & Veldman, M. (2006). Principles of European Law Study Group on a European Civil Code Commercial Agency, Franchise and Distribution Contracts (PEL CAFDC). European Law Publishers.
18. Mendelsohn, Martin. (2005). The Guide to Franchising (7th ed). Thomson Learning
19. Sherman, Andrew J. (2003). Franchising and Licensing (3rd ed). American Management Association.
20. World Intellectual Property Organization (WIPO), Franchising Guide, Geneva, 1994.