

تحلیل قراردادهای

فرانچایز

نویسنده:

دکتر وحید ملامی

وکیل پایه یک دادگستری



۱۳۹۹

- www.ketab.ir
- | | |
|-----------------------|--|
| سرشناسه : | م. ج. وحید ۱۳۶۹ - |
| عنوان و نام پدیدآور : | تحلیل قراردهای فرانچایز / مولف وحید مقامی. |
| مشخصات نشر : | تهران: مهر کلام، ۱۳۹۹. |
| مشخصات ظاهری : | ۱۷۶ ص؛ ۲۱/۵×۲۸/۵، م. |
| شابک : | 978-622-6896-05-4 |
| وضعیت فهرست نویسی : | فایپا |
| موضوع : | فرانچایز (خرده فروشی) |
| موضوع : | Franchises (Retail trade) |
| موضوع : | فرانچایز (خرده فروشی) -- قوانین و مقررات |
| موضوع : | Franchises (Retail trade) -- Law and legislation |
| شناسه افزوده : | عباس قاقاهنده - ناظر چاپ |
| رده بندی کنگره : | HF۵۴۲۹/۲۳ |
| رده بندی دیویی : | ۶۵۸/۸۷۰۸ |
| شماره کتابشناسی ملی : | ۷۴۴۱۱۲۷ |



شاب: ۹۷۸-۶۲۲-۶۸۹۶-۰۵-۴

«مستولیت صحت مطالب کتاب با مؤلف است»

کتاب حقوق محفوظ و متعلق به انتشارات مهر کلام است.

قیمت: ۱۶۰۰۰ تومان

شاب: غزال

تیراز: ۵۰ نسخه

شاب اول: ۱۳۹۹

مؤلف: دکتر وحید مقامی

تحلیل قراردادهای فریج

www.mehr-kalam.ir

شماره تماس: ۳۳۴۰۳۴۴

دفتر مرکزی: تهران، میدان آملاب، خیابان متبرقی خاویز، پلاک ۷۴



فهرست مطالب

مقدمه.....	۱۱
بخش اول: کلیات.....	۱۳
فصل اول: مفهیم قرارداد فرانچایز.....	۱۵
بحث اول: تطور، تاریخی، بحث.....	۱۶
۱- ظهور فرانچایز در ایالات متحده.....	۱۷
۲- ظهور فرانچایز در فرانسه.....	۲۰
۳- ظهور فرانچایز در برخی از کشورهای عربی.....	۲۱
۴- قوانین حاکم بر قرارداد فرانچایز.....	۲۲
بحث دوم: تعریف قرارداد فرانچایز.....	۲۵
۱- تعریف انجمن فرانچایز بریتانیا.....	۲۷
۲- تعریف انجمن بین المللی فرانچایز.....	۲۸
۳- تعریف انجمن فرانچایز فرانسه.....	۲۸
۴- تعریف از دیدگاه حقوق فرانسه.....	۲۹
۵- تعریف از دیدگاه حقوق لبنان.....	۲۹
۶- تعریف فرهنگ حقوقی.....	۳۰
۷- تعریف مؤسسه حقوق بین المللی خصوصی.....	۳۰
۸- عناصر فرانچایز.....	۳۲

۳۴ بحث سوم: انواع قراردادهای فرانچایز و نمونه‌های ...

۳۵ قراردادهای انتقال فناوری

۳۷ قرارداد لیسانس

۳۸ قرارداد فرانچایز و قرارداد لیسانس

۳۹ قرارداد جوینت ونچر

۴۵ فصل دوم: انواع قراردادهای فرانچایز

۴۵ ۱- فرانچایز تولید

۴۶ ۲- فرانچایز توزیع

۴۷ ۳- فرانچایز بازاریابی

۴۸ ۴- فرانچایز خدماتی

۴۹ ۵- فرانچایز مدیریت

۵۱ فصل سوم: الگوهای اجرایی فرانچایز

۵۱ نخست: امتیاز فروشگاه (داخلی)

۵۲ دوم: امتیاز منطقه

۵۵ فصل چهارم: ویژگی‌ها و اهمیت قرارداد فرانچایز

۵۵ بحث اول: ویژگی‌های قرارداد فرانچایز

۵۶ ۱- قرارداد غیرمعین

۵۶ ۲- قرارداد الزام آور دو جانبه

۵۶ ۳- قرارداد معوضی

۵۷ ۴- قرارداد مشخص می‌باشد و یک قرارداد احتمالی نیست

۵- قرارداد مستمر "زمانی".....	۵۷
۶- قرارداد الحاقی.....	۵۷
۷- قراردادی که بر اساس اعتبار شخصی انجام می‌شود.....	۵۹
۸- قرارداد تجاری.....	۵۹
۹- قرارداد متضمن آموزش.....	۶۰
۱۰- قرارداد سیاسی و اقتصادی.....	۶۱
بحث اول: اهمیت قرارداد فرانچایز.....	۶۱
۱- مزایایی قرارداد فرانچایز برای اعطاءکننده.....	۶۱
۲- مزایای قرارداد فرانچایز برای گیرنده.....	۶۲
۳- مزایایی که اجرای قرارداد فرانچایز در زمینه بین‌المللی.....	۶۳
۴- محدودیت‌های آن در اجرای قرارداد.....	۶۴
بخش دوم: ماهیت حقوقی قرارداد فرانچایز.....	۶۵
فصل اول: تشخیص قرارداد فرانچایز از قراردادهای مشابه.....	۶۷
بحث اول: قرارداد فرانچایز و قرارداد امتیاز تجاری.....	۶۸
بحث دوم: قرارداد فرانچایز و قرارداد اجازه استفاده.....	۷۰
بحث سوم: قرارداد فرانچایز و قرارداد وکالت تجاری.....	۷۱
بحث چهارم: قرارداد فرانچایز و نمایندگی تجاری.....	۷۱
فصل دوم: ماهیت ویژه قرارداد فرانچایز.....	۷۱
بحث اول: موضوع در قرارداد فرانچایز.....	۷۳
۱- دانش فنی.....	۷۴
۲- کمک فنی.....	۸۴

۸۴	۳- عناصر مالکیت فکری
۹۲	۳-۱- گواهی نامه اختراع
۹۶	۳-۲- نشانه و الگوهای صنعتی
۹۷	۳-۳- آرم
۹۷	۳-۴- اسم تجاری
۱۰۱	۳-۵- علامت تجاری
۱۱۳	۳-۶- نام دامنه
۱۱۳	بحث دوم: انعقاد قرارداد فرانچایز
۱۱۵	۱- مرحله ها
۱۱۶	۱-۱- آغاز مذاکرات اولیه
۱۱۸	۱-۲- پیشنهاد اعرار مذاکره
۱۲۴	۲- عقد نهایی قرارداد فرانچایز
۱۲۴	۲-۱- آماده سازی قرارداد فرانچایز
۱۲۴	۲-۱-۱- ایجاب و قبول
۱۲۶	۲-۱-۲- ساختار (نگارش) قرارداد فرانچایز
۱۲۹	فصل سوم: نظام قرارداد فرانچایز
۱۳۰	بحث اول: تعهدات طرفین قرارداد فرانچایز
۱۳۰	۱- تعهدات اعطاءکننده فرانچایز
۱۳۱	۱-۱- التزام به اعلام در دوره بیش از قرارداد
۱۳۳	۲-۱- التزام به انتقال کمک فناوری
۱۳۶	۳-۱- التزام به انتقال دانش فنی
۱۳۸	۴-۱- التزام به نقل علامت‌های مشخص

۱-۵- التزام به انتقال اصلاحات	۱۴۱
۱-۶- التزام به فروش انحصاری	۱۴۲
۱-۷- تعهد به ضمانت	۱۴۴
۱-۸- تعهد به آموزش کارگران	۱۴۵
۲- تعهدات گیرنده	۱۴۶
۱-۲- التزام گیرنده به پرداخت بها	۱۴۶
۲-۱- بهای ثابت	۱۴۷
۲-۲- بهای درصدی	۱۴۸
۲-۲- تعهد گیرنده، تأمین انحصاری از اعطاء کننده	۱۵۰
۲-۳- تعهد پیرامون دستورات اعطاء کننده	۱۵۳
۲-۴- تعهد به حفظ احوال کار	۱۵۳
۲-۵- تعهد به اجازه بررسی	۱۵۵
۲-۶- تعهد به اداره مؤسسه با نام مشخص	۱۵۵
۲-۷- تعهد به اعلام اصلاحات فوری و درستی	۱۵۶
۲-۸- همکاری در راه دفاع از حقوق فکر	۱۵۷
۲-۹- تعهد به ایجاد قرارداد در بیمه	۱۵۷
۲-۱۰- تعهد به ضمانت نامه بانکی	۱۵۷
۲-۱۱- تعهد به بازاریابی تولیدات اعطاء کننده	۱۵۸
۲-۱۲- تعهد به عدم بازاریابی کالاهای رقیب	۱۵۹
۲-۱۳- حفظ کیفیت کالا	۱۵۹

- بخش سوم: انقضای قرارداد فرانچایز ۱۶۱
- فصل اول: اسباب انقضای قرارداد فرانچایز ۱۶۳
- ۱- انقضای مدت قرارداد فرانچایز ۱۶۴
- ۲- فسخ قرارداد ۱۶۶
- ۳- ابطال قرارداد ۱۶۸
- فصل دوم: پیامدهای انقضای مدت قرارداد فرانچایز ۱۷۱
۱. حفظ اسرار ۱۷۱
۲. استناع از بهره‌برداری از عناصر قرارداد ۱۷۲
۳. عدم ایجاد تعالیتی مشابه "عدم رقابت" ۱۷۳
۴. پرداخت هزینه‌های معطلت‌دار ۱۷۳
۵. قطع تمامی حقوق لایسنس و اینترنت ۱۷۴
۶. التزام به پس دادن اموال و ابزارها ۱۷۴

همچون دیگر قراردادهای نوین، قرارداد فرانچایز نیز ماحصل پیشرفت اقتصادی، که با پیشرفت تکنولوژی توأم بوده است، می باشد. آنچنان که می بایستی پذیرفت: قراردادهای نوین نتیجه جهانی شدن به شمار می آید. دنیا به دهکده‌ای جهانی تبدیل شده است که نقطه عطف آن را می توان در سازمان تجارت و تعرفه گمرکی (*GATT*)، که به صورت تدریجی زه را برای ظهور سازمان تجارت جهانی (*WTO*) فراهم نمود، مشاهده نمود. امری که باعث تضعیف شدن نقش پروژه‌های خرد و کوچک شد. به گونه‌ای که تجارت و نوسانات تجاری در بازارهای جهانی به اندازه زیادی بر مؤسسات تجاری تکیه کرده است. در سایه وجود فواید رقابتی، قرارداد فرانچایز یکی از روش‌هایی است - که بر پایه دانش تکنولوژی و فنی که تحت یک نام یا علامت تجاری از سوی یک شرکت ارائه می شود - محدوده تجارتی را توسعه می دهد و این ساختار در بسیاری از کشورهای پیشرفته رو به افزایش است. در واقع فرانچایز انتقال فناوری، تحت یک اسم یا علامت تجاری می باشد از این رو در جریان انتقال دانش فناوری، علامت تجاری، آنچه را که از انعقاد قرارداد بین اعطاء کننده امتیاز (*Franchisor*) و گیرنده امتیاز (*Franchisee*) صورت می گیرد حاصل می شود را در بر می گیرد.

آنچه مسلم است ورود به اینگونه فعالیت‌ها نیازمند معرفت حقوقی، مالی و اطلاعاتی گسترده‌ای می باشد که گیرنده امتیاز (*Franchisee*) باید پیش از امضای آن قرارداد به این معارف آگاهی داشته باشد تا بتواند در روند ورود به این نوع از فعالیت‌های سرمایه‌گذاری، از عهده مشکلات و پیامدهای ناشی از تعهدات مالی، برآید. شایسته است اشاره کنیم که سرمایه‌گذاری از طریق فرانچایز در صنایع بزرگ، همچون صنعت نفت، خودرو، دارو و صنایع وابسته به آن، و در امور تولیدی و خدماتی،

همچون تولید مواد غذایی و وسایل و دستگاه‌های الکترونیکی و خدمات حمل و نقل و خدمات حفاظتی، نظافتی، رایانه‌ای و خدمات آموزشی و سفر و گردشگری رواج دارد.

به مقتضای قرارداد فرانچایز، روابط تجاری بین اعطاء کننده فرانچایز (*Franchisor*) و گیرنده امتیاز (*Franchisee*) ایجاد می‌شود به طوریکه این روابط بر تولید یک کالا یا خدمات و توزیع آن و بازاریابی آن از سوی گیرنده امتیاز در یک منطقه معین و در طول مدت معلوم و بر اساس شروط مورد توافق مبتنی بر اینکه اعطاء کننده (*Franchisor*) به ارائه تخصص و سازمان‌ها و آموزش و پشتیبانی فنی برای بدست‌آورنده فرانچایز استوار است. چنین گیرنده امتیاز اجازه دارد همه مستلزمات و مقدمات این فعالیت از جمله نام و علامه تجاری یا خدماتی و امورات اداری، بازاریابی، مالی و تبلیغاتی، به همراه ارائه همکاری و آموزش نظارت در اثناء مدت قرارداد، در ازای مبلغ معینی که بر آن توافق کرده‌اند، را بدست‌برد.

این موضوع در سه بخش مورد بررسی قرار می‌دهیم در بخش اول به مفاهیم کلی که به مسائل مقدماتی امر (مفهوم شناسی انواع و ویژگی‌های قرارداد فرانچایز)، و در بخش دوم به ماهیت حقوقی قرارداد فرانچایز می‌پردازیم که به مسائلی همچون تمایز قرارداد فرانچایز با سایر قراردادهای مشابه، ماهیت ریتم قرارداد، و آنچه که در واقع اساس بحث، نظام حقوقی قرارداد فرانچایز می‌باشد، در بر می‌گیرد و در بخش پایانی به انقضای و پایان این قرارداد اشاره می‌کنیم.