



دانشکده حقوق و علوم سیاسی
پایان نامه کارشناسی ارشد رشته حقوق مالکیت فکری

عنوان پایان نامه:

موازن حقوقی قراردادهای فرانچایز و لیسانس علامت تجاری در نظام حقوقی ایران و مالزی

استاد راهنما:

دکتر حمید عزیزی مرادپور

استاد مشاور:

دکتر میثم اسلامی

استاد داور:

دکتر مهدی زاهدی

پژوهشگر:

سید مسعود هاشمی صالحی

پاییز 1401



15	بخش اول: کلیات و مفاهیم نظری تحقیق
16	فصل اول : تعریف مفاهیم و ماهیت قراردادهای لیسانس علامت تجاری
16	مبحث اول : تعریف قرارداد لیسانس
17	مبحث دوم : ماهیت قرارداد لیسانس
20	مبحث سوم : انواع قراردادهای لیسانس
20	گفتار اول : انواع قراردادهای لیسانس به اعتبار رقابت
20	بند اول : لیسانس انحصاری
20	بند دوم : لیسانس غیر انحصاری
21	بند سوم : لیسانس منفرد
21	گفتار دوم : انواع قرارداد های لیسانس به اعتبار هدف
22	گفتار سوم : انواع قرارداد های لیسانس به اعتبار دخالت اراده
29	فصل دوم : تعریف مفاهیم و ماهیت قراردادهای فرانچایز
29	مبحث اول : تعریف قرارداد فرانچایز
32	مبحث دوم : ماهیت قرارداد فرانچایز
34	مبحث سوم : انواع قراردادهای فرانچایز
38	فصل سوم : علامت تجاری موضوع قراردادهای فرانچایز و لیسانس
44	بخش دوم: تکوین و شرایط قراردادهای لیسانس و فرانچایز علامت تجاری
44	فصل اول : شرایط شکلی و ماهوی قراردادهای لیسانس علامت تجاری
44	مبحث اول: شرایط شکلی قراردادهای لیسانس علامت تجاری
49	مبحث دوم : شرایط ماهوی اعتبار قراردادهای لیسانس علامت تجاری
62	فصل دوم : شرایط شکلی و ماهوی قراردادهای فرانچایز علامت تجاری
62	مبحث اول : شرایط شکلی قراردادهای فرانچایز علامت تجاری
73	مبحث دوم : شرایط ماهوی اعتبار قراردادهای فرانچایز علامت تجاری

78	بخش سوم: آثار قراردادهای لیسانس و فرانچایز علامت تجاری
79	فصل اول : آثار قراردادهای لیسانس علامت تجاری
79	مبحث اول : مفهوم آثار و تقسیم بندی آنها
80	مبحث دوم : آثار کلی قراردادهای لیسانس علامت تجاری
87	مبحث سوم : آثار قرارداد لیسانس علامت تجاری مطابق حقوق ایران
90	مبحث چهارم : آثار قرارداد لیسانس علامت تجاری مطابق حقوق مالزی
91	فصل دوم : آثار قرارداد فرانچایز علامت تجاری در حقوق ایران و مالزی
91	مبحث اول : آثار کلی قراردادهای فرانچایز
101	مبحث دوم – آثار قرارداد فرانچایز علامت تجاری در حقوق ایران و مالزی
105	بخش چهارم: انحلال قراردادهای لیسانس و فرانچایز علامت تجاری
106	فصل اول: انحلال قراردادهای لیسانس علامت تجاری
106	مبحث اول: موارد انحلال
109	مبحث دوم: انحلال قرارداد لیسانس در حقوق ایران
110	مبحث سوم: انحلال قرارداد لیسانس در حقوق مالزی
110	مبحث چهارم: آثار انحلال قرارداد لیسانس
111	فصل دوم : انحلال قراردادهای فرانچایز علامت تجاری
111	مبحث اول : موارد انحلال
116	مبحث دوم: آثار انحلال قرارداد فرانچایز
119	ضمائم
149	نتیجه گیری
151	منابع و مآخذ

چکیده

امروزه ماهیت کلی قراردادهای استفاده از علامت تجاری که در قالب قراردادهای لیسانس و فرانچایز منعقد می گردند به واسطه اهمیت آنها در توسعه تجارت و خدمات ، کانون توجه کشور ها و نهادهای تجاری قرار گرفته است. تعیین ساختار حقوقی مشخص و جامع در راستای متحدالشکل کردن مقررات بین المللی راجع به موضوعات فوق الذکر که عمدتاً در عرصه بین المللی ظاهر می شوند، از الزامات اساسی چنین قراردادهایی است. یکی از مهم ترین موضوعات چنین قراردادهایی حقوق مالکیت فکری مخصوصاً علامت تجاری می باشد. گفتنی است که در پایان نامه حاضر به جنبه های مختلف قراردادهای فرانچایز و لیسانس علامت تجاری پرداخته شده است و از زوایای مختلفی بررسی شده اند. در این پژوهش با استفاده از روش تحلیلی - توصیفی و استفاده از منابع کتابخانه ای به مباحث مختلف مربوط به قراردادهای لیسانس و فرانچایز علامت تجاری در سیستم حقوقی ایران و مالزی پرداخته شده است. سیستم حقوقی مالزی بر خلاف ایران با وضع قانون خاص در زمینه فرانچایز توانسته است به بسیاری از سوالات مربوطه پاسخ مثبت ارائه دهد.

کلمات کلیدی : قرارداد فرانچایز ، قرارداد لیسانس ، علامت تجاری ، مالکیت فکری

الف) بیان مسأله :

با توجه به بسط و توسعه روز افزون تجارت و تمایل شدید بنگاه های صنعتی و تجاری به گسترش فعالیت های خود انعقاد قرارداد های لیسانس^۱ و فرانچایز^۲ از اهمیت بسزایی برخوردار گشته و از سوی دیگر بسیاری از واحد های تجاری و اقتصادی نوپا عمدتاً در کشورهای جهان سوم خواهان استفاده و به کار بستن تکنولوژی و سایر مصادیق حقوق مالکیت فکری^۳ شرکت های تجاری بویژه علامت تجاری^۴ در راستای پیشبرد اهداف تجاری خویش می باشند. در سالیان اخیر در کشور ما نیز گرایش به انعقاد قراردادهای مزبور بالاخص در حوزه علامت تجاری بمنظور بهره مندی و برخورداری از ظرفیت های تجاری و فروش شرکت های بزرگ به شدت افزایش یافته است. نتایج بررسی و مذاقه هر چه بیشتر در قوانین و مقررات کشور حکایت از این دارد که مقررات مدون و کاربردی به طور خاص در خصوص این نوع از قراردادهای وجود ندارد و اساس استنادی چنین قراردادهایی بیشتر از اصول کلی حقوقی و ماده 10 قانون مدنی تبعیت می کند که در عمل با توجه به پیچیدگی های خاص این نوع قرارداد ها خلاء قانونی کاملاً مشهود است. اهمیت موضوع بیشتر زمانی جلوه می نماید که قانون حاکم بر قرارداد در یک قرارداد بین المللی قانون ایران باشد و متعاقباً در صورت حدوث اختلاف، مواد قانونی که مشخصاً به این موضوعات بپردازد وجود ندارد. نظر به اینکه قراردادهای فرانچایز و لیسانس علامت تجاری با توجه به ماهیت خاصی که دارند لاجرم با موافقت نامه های فرعی همچون موافقت نامه محرمانگی^۵ و موضوعات مستحدثه ای همچون بهره مالکانه^۶ و تقسیم و تسهیم منافع و دیگر موضوعات فنی و تخصصی سروکار دارند از آنجاییکه حکم مشخصی در خصوص موارد یادشده در قانون داخلی ما وجود ندارد، نیاز مبرم به وجود قانون مدون در این زمینه کاملاً محسوس می باشد. در یک دهه گذشته بسیاری از کشورهای در حال توسعه مانند مالزی و امارات متحده عربی مبادرت به تدوین و تصویب قانون فرانچایز و لیسانس نموده اند که با الهام از چنین اقدامی می توان پیشنهاد پوشش چنین نقیصه ای را توسط اقدامات مشابه ارائه داد. در پژوهش حاضر می توان با مد نظر قراردادن رویه

¹ (license)

² (franchise)

³ (intellectual property rights)

⁴ (trademark)

⁵ (confidentiality)

⁶ (loyalty)

عملی و حقوقی کشور مالزی و بررسی مقررات مشابه و همچنین با استناد به منابع موجود حقوق داخلی ایران رویه کاربردی و سودمندی را پیشنهاد نمود.

فرانچایز قراردادی است که بر اساس آن، امتیازدهنده^۷ (مالک علامت)، بهره برداری از علامت تجاری، عرضه محصولات دارای علامت تجاری و شیوه کسب و کار و مدیریت مورد نیاز برای تولید آن محصولات را در برابر مبلغی معین و برای مدت زمانی معین به امتیاز گیرنده^۸ واگذار می‌کند. امتیازدهنده بر امکانات و شرایط و نحوه تولید محصولات توسط امتیازگیرنده نظارت کامل داشته تا از کیفیت، سلامت و ایمنی محصولات او اطمینان حاصل کند و بدین ترتیب از شهرت و اعتبار علامت تجاری خود که قرار است بر روی محصولات امتیازگیرنده درج شود حفاظت و حراست کند بنابراین فرانچایز را نباید تنها به حق استفاده از علامت تجاری محدود کرد بلکه در این قرارداد علاوه بر علامت تجاری ممکن است دیگر حقوق مالکیت فکری مانند اسرار تجاری نیز مورد بهره برداری قرار گیرد از اینرو می‌توان چنین بیان داشت از آنجائیکه فرانچایزگیرنده به موجب قرارداد و در مقابل پرداخت عوض، حق استفاده از نام و علامت تجاری، اسرار تجاری^۹، دانش فنی^{۱۰} و گاهی حق اختراع^{۱۱} فرانچایز دهنده را به دست می‌آورد لذا این نوع از قراردادها با قوانین مربوط به حقوق مالکیت فکری در ارتباط مستقیم هستند، از همین رو در بعضی کشورها قواعد حاکم بر این قراردادها در ضمن قوانین حقوق مالکیت فکری آمده است. همچنین در این نوع قرارداد ممکن است شرایطی برای ارائه دانش فنی، آموزش مدیریت سیستم و جلب مشتری، کنترل کیفیت و غیره تعیین شود.

مثال بارزی از قراردادهای فرانچایز، رستوران‌های مک‌دونالد است که با انعقاد قراردادهای فرانچایز متعدد در کشورهای مختلف به توسعه کسب و کار خود پرداخته است. مجموعه هتل‌های هیلتون نیز به همین شکل توسعه یافته‌اند.

لیسانس علامت تجاری نیز قراردادی است که در آن اجازه استفاده از علامت تجاری از سوی لیسانس دهنده به لیسانس گیرنده اعطاء می‌شود. نظارت در قرارداد لیسانس نسبت به قرارداد فرانچایز محدودتر است. برای مثال در قرارداد لیسانس، امتیاز دهنده تنها به بررسی محصولات و فرآیند تولید آنها می‌پردازد و نسبت به سایر موضوعات نظارتی ندارد. در حالیکه در قرارداد فرانچایز نظارت گسترده بوده و بر روش تولید و امکانات و شرایط امتیاز گیرنده،

⁷ (franciser)

⁸ (franchisee)

⁹ (trade secret)

¹⁰ (know how)

¹¹ (patent)

مواد اولیه تولید محصولات، آموزش پرسنل و غیره نیز اعمال می‌شود. در لیسانس علامت تجاری، معمولاً شخصیت لیسانس‌گیرنده اهمیت چندانی ندارد و از این رو معمولاً لیسانس‌گیرنده مجاز است تا مجوز خود را به ثالث انتقال دهد و با ممنوعیتی در این باب مواجه نیست، در حالیکه در قرارداد فرانچایز، شخصیت امتیاز‌گیرنده از باب تأثیری که ممکن است بر شهرت و اعتبار علامت بگذارد حائز اهمیت است و بدین جهت امتیاز‌گیرنده فقط با اجازه امتیاز‌دهنده می‌تواند قرارداد فرعی منعقد کند.

در برخی از کشورهای دنیا از جمله ایالات متحده آمریکا، کانادا، استرالیا، روسیه، چین و مالزی و بسیاری از کشورهای دیگر موضوع قراردادهای فرانچایز و لیسانس علامت تجاری در قالب عقود معین و رویه قضایی به صورت جامع مورد پیش‌بینی قرار گرفته است.

در حقوق ایران موضوع قراردادهای فرانچایز و لیسانس علامت تجاری در قالب عقود معین بحث نشده است. اگر چه در مقررات پراکنده‌ای مثلاً در ماده 44 قانون ثبت علائم تجاری به مجوز بهره‌برداری و برخی از شرایط لیسانس‌علائم تجاری اشاره شده است، مع الوصف می‌توان اذعان داشت که مقوله مربوط به قراردادهای فرانچایز و لیسانس علامت تجاری در حقوق ایران تا حد قابل توجهی ناشناخته مانده است و حتی تجار و بازرگانان نیز در مواردی قدرت تمیز این قراردادها را از همدیگر ندارند و بعضاً به جای هم به کار می‌برند.

در این خصوص می‌توان اذعان داشت در کشور ایران قراردادهای فرانچایز و لیسانس علامت تجاری با امان نظر به آزادی قراردادهای حاکمیت اراده بدون وجود مستند قانونی منعقد می‌گردد بنحویکه منشا التزام طرفین ناشی از قانون نمی‌باشد بر این اساس توافقات و تراضی طرفین تاجائیکه در تناقض و مخالفت با قوانین موضوعه نباشد می‌تواند موجب تعهد و التزام قراردادی گردد و در صورت حدوث هرگونه اختلاف ناشی از قرارداد های مذکور دادگاه با ملاک قرار دادن ماده 10 قانون مدنی و قواعد عمومی قراردادهای اختلافات فی مابین را حل و فصل می‌کند. با توجه به اینکه قرارداد فرانچایز و لیسانس علامت تجاری در قوانین جمهوری اسلامی ایران مورد پیش‌بینی قرار نگرفته است بنابراین در زمره عقود غیر معین قرار دارد.

قرارداد فرانچایز را می‌توان مجموعه‌ای از حقوق مالکیت فکری از قبیل علامت تجاری، نام تجاری، برند و دیگر موضوعات مرتبط به همراه دانش فنی و اسرار تجاری دانست که به منظور فروش کالا و خدمات خاصی مورد استفاده قرار می‌گیرد.

قراردادی که بر اساس قوانین و در تبعیت کامل از قواعد عمومی قراردادهای منعقد شده باشد، قطعاً از خاصیت الزام آور بودن برخوردار خواهد بود در ضمن مستند و دلیلی وجود ندارد که قرارداد فرانچایز از اصل لزوم قراردادهای

تبعیت نکند و یا قاعده لزوم بر آن حاکمیت نداشته باشد. این مورد اشاره به این مطلب دارد که فرانچایز دهنده و فرانچایز گیرنده نتوانند بدون تجویز قانون و یا بدون تراضی قرارداد را به صورت یکجانبه فسخ کنند.

در دهه های 80 و 90 میلادی کشور مالزی سیاست دروازه باز را اتخاذ نمود که نتیجه آن روان شدن سیل عظیم سرمایه گذاری خارجی و رشد و شکوفایی اقتصادی این کشور بود. یکی از مهمترین دستاوردهای این تغییر جهت اقتصادی، مقوله فرانچایز بود که عمدتاً با حضور شرکت های آمریکایی تحقق یافت. با توسعه فعالیت فرانچایزی و حدوث مشکلات حقوقی و فنی در سال 1994 انجمن فرانچایز مالزی^{۱۲} جهت سامان بخشیدن به امورات مربوط به فرانچایز و حل و فصل موضوعات ناشی از فرانچایز تشکیل یافت. با توجه به اهمیت فرانچایز در کارآفرینی و رشد و شکوفایی اقتصاد، مالزی در سال ۱۹۹۸ قانون مخصوص فرانچایز را به تصویب رساند که در برگیرنده موارد حقوقی و کلیات مربوط به فعالیت فرانچایزی می باشد و ساز و کار قانونی لازم برای توسعه فرانچایز در این کشور را به روشنی مشخص کرده است. این قانون به Franchise Act 1998 معروف است که به عنوان یکی از جامع ترین و بروزترین مقررات در حوزه فرانچایز شناخته شده است. دولت مالزی از سال 2002 به بعد اقدامات تشویقی و امتیازات انگیزشی زیادی را برای حوزه فرانچایز در نظر گرفته است و همواره فعالان اقتصادی را ترغیب نموده است تا مبادرت به فعالیت های فرانچایزی بکنند از این میان می توان به اعطای تسهیلات بلند مدت و برخی معافیت های مالیاتی در این خصوص اشاره داشت.

با مطالعه اجمالی منابع مرتبط با موضوع پژوهش در نظام حقوقی مالزی نتایجی که به دست آمده است، اشاره به این مطلب دارد که قانون خاصی تحت عنوان قانون لیسانس علامت تجاری در مالزی تدوین نشده است و این در حالیکه در بسیاری از کشورهای توسعه یافته از قبیل آمریکا، انگلستان، ایرلند و سوئد قانون خاصی در خصوص لیسانس علامت تجاری وضع شده است که در بردارنده موازین حقوقی حاکم بر قراردادهای لیسانس علامت تجاری می باشند. باید اذعان داشت که قوانین متعددی در کشور مالزی تصویب شده است که در بردارنده حکم کلی راجع به لیسانس می باشند به عنوان مثال می توان به قانون کپی رایت (copy right) مصوب 1987 این کشور اشاره داشت که در فصل چهارم این قانون اصول کلی مربوط به چگونگی اعطای لیسانس و طرح دعوی در مواقع نقض چنین امتیازی مرقوم گشته است. قدر مسلم اینکه این کشور می بایست به لحاظ موقعیت اقتصادی و افزایش میزان تجارت بین الملل و توسعه تکنولوژی به مانند قانون فرانچایز، قانون خاصی را با الهام از سایر مقررات مربوطه در حوزه لیسانس علامت تجاری تصویب نماید هرچند که نباید از این نکته غافل شد که تصویب

¹² (Malaysia franchise association)

دستورالعمل‌ها و آیین‌نامه‌های خاص دولتی در خصوص لیسانس در این کشور رو به افزایش می‌باشد که نقشه راه تصویب قانون مدون در آینده نزدیک را ترسیم می‌نماید.

مبتهی بودن فرانچایز و لیسانس بر روش و نظام خاص که همواره بوسیله فرانچایز دهنده به روز می‌شود، باعث می‌گردد که محصولاتی معین که تحت علامت تجاری متعلق به اعطا کننده امتیاز ارائه می‌شود، صرف نظر از محل جغرافیایی عرضه آن، شکل و ظاهر و کیفیت واحد داشته باشد، امری که باعث شده است پدیده‌ای تحت عنوان جهانی شدن علائم^{۱۳} در تجارت امروز جای خویش را کاملاً باز کند.

در پژوهش حاضر سعی خواهد شد تا نظام حقوقی حاکم بر قراردادهای فرانچایز و لیسانس علامت تجاری را با تاکید برچالش‌های موجود و همچنین قوانین مالزی که نمونه‌ای موفق از رویکرد حقوقی در این حوزه بوده است را مورد بررسی قرار دهیم. ضمن اینکه بررسی در دو حوزه قراردادی و قانونی فرانچایز و لیسانس علامت تجاری در این پژوهش از اولویت برخوردار خواهد بود.

ب) هدف پژوهش:

هدف پژوهش حاضر ضمن تبیین جایگاه قرارداد های فرانچایز و لیسانس علامت تجاری در عرصه تجارت بین الملل و ترسیم نقش علامت تجاری در روند اجرای قرارداد های مذکور، اقدام به شناسایی چالش های حقوقی متصوره برای این نوع قراردادها می‌باشد. در این پژوهش سعی خواهد شد تا با مطالعه تطبیقی و بررسی همه جانبه قراردادهای فرانچایز و لیسانس آسیب شناسی منطقی به عمل آمده و پیشنهادات حقوقی لازم در خصوص چگونگی بهره برداری و کاربرد علامت تجاری در این قرارداد ها ارائه گردد

ج) اهمیت و ضرورت پژوهش:

با توجه به اینکه انعقاد قراردادهای فرانچایز و لیسانس در سراسر دنیا در حال افزایش می‌باشد و با توجه به اینکه ایران در حوزه فرانچایز و لیسانس سابقه تقنینی ندارد که این امر منجر به بروز مشکلات اجرایی و حقوقی قرارداد ها شده است و همچنین به دلیل اینکه متاسفانه موضوع مهم علامت تجاری و تبعات حقوقی آن در قراردادهای

¹³ (global branding)

مذکور نادیده گرفته می شود، پرداختن به موارد یاد شده و بررسی چالش های حقوقی و تقنینی و ارائه پیشنهادات لازم در این خصوص از ضروریات این پژوهش می باشد.

د) تعریف نظری و عملیاتی مفاهیم:

مالکیت معنوی:

مالکیت فکری، به ابداعات و دستاوردهای ذهنی اشاره دارد که شامل علائم تجاری، اختراعات، طرح های صنعتی، آثار ادبی و هنری، نمادها، نامها، نشان ها، تصاویر و طراحی های مورد استفاده در تجارت می گردد. دارایی های فکری، به دو دسته «مالکیت صنعتی»، متشکل از پتنت ها، برند ها، نشان های تجاری، طراحی های صنعتی و نشان های جغرافیایی و «مالکیت ادبی یا همان کپی رایت»، شامل آثار ادبی و هنری، مانند رمان، شعر، نمایشنامه، فیلم، موسیقی، انواع نقاشی، عکس، مجسمه سازی و طرح های معماری تقسیم می شود.

علامت تجاری:

در بند الف ماده 30 قانون ثبت اختراعات، طرح های صنعتی و علائم تجاری مصوب 1386 علامت تجاری این گونه تعریف شده است:

علامت یعنی هر نشان قابل رویتی که بتواند کالاها یا خدمات اشخاص حقیقی یا حقوقی را از هم متمایز سازد. همچنین، ماده 1 قانون ثبت علائم و اختراعات مصوب 1310 در تعریف علامت تجاری مقرر می دارد: «علامت تجاری عبارت از هر قسم علامتی است اعم از نقش - تصویر - رقم - حرف - عبارت - مهر - لفاف - و غیر آن که برای امتیاز و تشخیص محصول صنعتی، تجاری یا فلاحتی اختیار می شود.

قرارداد فرانچایز:

ماده 2 قانون نمونه موسسه بین المللی یکنواخت کردن حقوق خصوصی در این مورد بیان می دارد که حقوق اعطاء شده توسط فرانچایز دهنده که فرانچایز گیرنده را مجاز و ملزم می کند در ازای عوض مالی مستقیم یا غیرمستقیم، متعهد به تجارت فروش کالا یا (ارایه) خدمات از طرف خود، تحت یک سیستم طراحی شده توسط فرانچایز دهنده باشد که شامل دانش تجربی و مساعدت است و تا حدود زیادی شیوه ای را که در آن تجارت فرانچایز باید مورد بهره برداری قرار گیرد تعیین می کند و شامل کنترل عمده و مستمر بهره برداری از سوی فرانچایز دهنده

بوده و عمدتاً مرتبط با یک علامت تجاری، علامت خدماتی، نام تجاری یا آرم طراحی شده توسط فرانچایز دهنده است.

سازمان جهانی مالکیت معنوی نیز در کتاب راهنمای خود، فرانچایز را این گونه تعریف می‌کند: قراردادی است که به وسیله آن، فرانچایز دهنده که روشی ویژه برای پرداختن به تجارتی خاص را گسترش داده است، به فرد دیگری یعنی فرانچایز گیرنده اجازه می‌دهد که از این روش مطابق با دستورات وی و البته در مقابل پرداخت مابه‌ازاء استفاده کند.

تعریف دیگر ارایه شده مربوط به سند اصول حقوق اروپایی در مورد قراردادهای نمایندگی تجاری، فرانچایز و توزیع کالا است. در این سند فرانچایز به قراردادهایی که تحت آن فرانچایز دهنده در ازای عوض، حق انجام یک تجارت را در قالب شبکه خود و با اهداف فروش برخی از محصولات تحت نام فرانچایز دهنده، به فرانچایز گیرنده اعطا می‌کند و به موجب آن فرانچایز گیرنده حق و تعهد به استفاده از نام تجاری یا علامت تجاری و سایر حقوق مالکیت فکری، دانش تجربی و روش تجاری فرانچایز دهنده را دارد، تعریف شده است.

قرارداد ليسانس علامت تجاری :

کمیسیون اروپایی قراردادهای ليسانس علامت تجاری را به عنوان قرارداد قانونی که بین ليسانس دهنده و ليسانس گیرنده در خصوص اعطای امتیاز تولید و فروش و استفاده از علامت تجاری با لحاظ شرایط مورد توافق طرفین منعقد می‌گردد، تعریف می‌کند

ه) سوال‌ها و فرضیه‌های پژوهش :

سوالات:

سوال اصلی :

موازن حقوقی حاکم بر قراردادهای فرانچایز و ليسانس علامت تجاری در حقوق ایران و مالزی بر چه مبنایی استوار بوده و جایگاه حقوقی آنها در سطح بین‌المللی به چه شکلی می‌باشد؟

سوال فرعی:

سوال فرعی اول:

چالش های حقوقی مربوط به قراردادهای فرانچایز و لیسانس علامت تجاری شامل چه مواردی هستند؟

سوال فرعی دوم:

بخش عمده تعهدات در قراردادهای لیسانس و فرانچایز متوجه کدام طرف قرارداد می باشد؟

فرضیه ها :

فرضیه اصلی :

جایگاه حقوقی قراردادهای لیسانس و فرانچایز علامت تجاری در سطح بین المللی متغیر بوده و قطعاً نیاز به تسلط به محیط حقوقی کشور میزبان دارند. در مورد قراردادهای فرانچایز، قانون فرانچایز مالزی مبنای حقوقی و قانونی در این کشور برای فرانچایز شناخته می شود ، در ایران با توجه به عدم وجود سابقه تقنینی ماده 10 قانون مدنی و نکات مشترک سایر عقود معین و قانون ثبت اختراعات ، طرح های صنعتی و علائم تجاری مصوب 1386 ملاک عمل قرار می گیرد.

فرضیه فرعی:

فرضیه فرعی اول :

به نظر می رسد عدم بهره برداری از استانداردها و عرف های رایج بین المللی در قراردادهای مذکور توسط طرفین و خلاء قانونی اکثر سیستم های حقوقی دنیا از چالش های مهم قراردادهای فرانچایز و لیسانس باشد.

فرضیه فرعی دوم :

با امعان نظر بر پیچیدگی و فنی بودن قراردادهای مزبور و حساسیت امتیاز دهندگان نسبت به شهرت و اعتبار بین المللی خود ، به بنظر می رسد عمده تعهدات قراردادی متوجه گیرندگان امتیاز باشد.

و) روش تحقیق و جمع آوری اطلاعات:

در این تحقیق برای جمع آوری داده های مرتبط با موازین حقوقی و احکام و آثار قرارداد فرانچایز و لیسانس از منابع کتابخانه ای و اینترنتی استفاده شده است که بیشتر به صورت مطالعه تطبیقی می باشد و با روش تحلیلی و توصیفی داده های مورد قبول مورد ارزیابی قرار گرفته است.

ز) ابزار اندازه گیری یا روش های عملی جمع آوری داده ها:

از طریق مطالعه منابع اولیه و ثانویه ، اینترنت و رویه های قضائی

ح) گردآوری داده ها:

کتابخانه ای و مطالعه اسنادی

ط) روش تحلیل داده ها:

توصیفی تحلیلی

پلان پایان نامه

پایان نامه حاضر از چهار بخش شامل 1- کلیات و مفاهیم نظری تحقیق 2- تکوین و شرایط قراردادهای لیسانس و فرانچایز علامت تجاری 3- آثار قراردادهای لیسانس و فرانچایز علامت تجاری 4- انحلال قراردادهای لیسانس و فرانچایز علامت تجاری تشکیل یافته است هر بخش از چند فصل اصلی تشکیل یافته که در هر فصل مباحث اصلی بسته به موضوع آن بصورت مبسوط تشریح گردیده است بعنوان مثال در بخش اول مفاهیم کلی و مبانی قراردادهای لیسانس و فرانچایز علامت تجاری تبیین گردیده و در بخش دوم شرایط شکلی و ماهوی انعقاد قراردادها مطابق موازین حقوقی کشورهای هدف مورد بحث و بررسی قرار گرفته است و در بخش سوم آثار قراردادهای فوق الذکر مورد تشریح و تبیین واقع شده است و نهایتاً در بخش چهارم آثار انحلال چنین قراردادهائی مورد بحث و بررسی قرار گرفته است . مضافاً بر موارد مذکور اثر حاضر با یک رویکرد تطبیقی موضوع پایان نامه را بصورت اساسی از منظر دو سیستم حقوقی ایران و مالزی بررسی کرده است و حتی در برخی مواقع بر حسب لزوم نظام حقوقی سایر کشورها نیز مورد مذاقه قرار گرفته است در پایان از جملگی مطالب مطروحه در پایان نامه نتیجه گیری جامع به عمل آمده و فروضات مختلف در آن درج شده است و با توجه به چالش های موجود راهکارهای مناسبی تحت عنوان پیشنهادات به پایان نامه اضافه شده است .

بخش اول

کلیات و مفاهیم نظری تحقیق

فصل اول : تعریف مفاهیم و ماهیت قراردادهای لیسانس علامت تجاری

مبحث اول : تعریف قرارداد لیسانس

در معنای اصطلاحی لیسانس به معنای اعطای مجوزی رسمی برای انجام عملی است که در صورت فقدان جواز ، انجام آن کار با مانع مواجه می شود.^{۱۴} در لغت نامه دهخدا معادل واژه لیسانس اصطلاح " پروانه " درج گردیده است.^{۱۵}

بسیاری از حقوقدانان بر این عقیده هستند که لیسانس بین المللی معادل انتقال فن آوری می باشد و این در حالی است که شمار دیگری از حقوقدانان صرفاً آنرا انتقال فناوری تولید می دانند که البته این برداشت از اصطلاح لیسانس کاملاً مضیق و محدود می باشد و همچنین عده ای دیگر از حقوقدانان از لیسانس بعنوان فروش فناوری یاد کرده اند .

لیسانس در تعریفی عام ، عبارتست از اعطای حق به دیگری در خصوص مالی ، بدون انتقال مالکیت آن.^{۱۶}

تعریف فوق در خصوص لیسانس نمی تواند تعریف متقن و دقیقی باشد چرا که مال به مفهوم اعم آن مورد استفاده قرار گرفته است در حالیکه در موضوع لیسانس بیشتر جنبه معنوی آن مورد لحاظ قرار می گیرد . در این خصوص باید ادعان داشت که مبحث اصلی لیسانس از موضوعات حقوق مالکیت فکری می باشد ، بطوریکه حق استفاده از حقوق مالکیت فکری اعطا می گردد ، بدون آنکه مالکیت آن منتقل شود .

در اندک مقرراتی که در خصوص لیسانس در کشور ما وجود دارد ، لیسانس تحت عنوان قراردادهای مجوز

بهره برداری ، قراردادهای اعطای مجوز و پروانه بهره برداری مورد اشاره قرار گرفته است.^{۱۷}

¹⁴ Collin,P.H., Dictionary of law ,Bloomsbury publishing , England,2004,P.179.

¹⁵ دهخدا، علی اکبر، 1377، لغت نامه دهخدا، تهران: انتشارات دانشگاه تهران، ج 13، چ2(دوره جدید)، ص 19871.

¹⁶ «Licensing is granting rights in property without transferring ownership of it»

Battersby, Gregory J. Grimes, Charles W., license Agreement".New York, ASPEN publishing 2004,PP.2-3.

¹⁷ ماده 19 و 44 ق.ا.ط.ص.ع.ت

لیسانس یک ساز و کار قانونی است که مطابق آن شخصی که دارنده امتیاز شناخته می شود (ليسانس دهنده)^{۱۸} به شخصی که متقاضی دریافت امتیاز می باشد (ليسانس گیرنده)^{۱۹} اجازه استفاده و بهره برداری از حقوق مربوط به مالکیت فکری را مطابق شرایطی که در قراردادهای فیما بین ملحوظ می گردد ، برای مدت خاصی و در محدوده سرزمینی مشخص اعطا می کند .

مبحث دوم : ماهیت قرارداد ليسانس

در قوانین ایران ، مطلب مفصلی در خصوص قراردادهای ليسانس طرح نشده است ، البته در مواد 44 و 43 قانون ثبت اختراعات ، طرح های صنعتی و علائم تجاری مصوب 1386 به طور مجمل موضوع ليسانس مورد اشاره قرار گرفته است با این توضیح که هر چند در مواد قانونی فوق الاشاره ، اشاره صریحی به ليسانس نشده است ولی با توجه به تعریف ليسانس که عبارت است از اعطای حق ، دلالت بر آن می کند .

پرداختن به ماهیت ليسانس از ابعاد مختلفی می تواند مفید فایده قرار گیرد ، به عنوان مثال در واکاوی قراردادهای ليسانس ، تفسیر و تحلیل قواعد حاکم بر قرارداد اهمیت ویژه ای دارد .

در حقوق آلمان از منظر بسیاری از حقوقدانان قراردادهای ليسانس به مثابه نوعی شرکت قلمداد شده اند ولی بسیاری از حقوقدانان آن کشور بر این عقیده هستند که قراردادهای ليسانس از حیث ماهیت شبیه قراردادهای اجاره می باشد . در حقوق فرانسه قراردادهای ليسانس از توافق طرفین و اراده انشائی ایشان تبعیت می کند ولی اگر طرفین در قراردادهای فیما بین در خصوص موضوعات خاصی قائل به سکوت باشند و یا ابهام و اجمال وجود داشته باشد ، در این صورت قراردادهای ليسانس با قراردادهای اجاره قیاس گردیده و از موازین کلی و حقوقی حاکم بر قراردادهای اجاره جهت پر کردن شکاف های قراردادی و رفع

¹⁸ Licensor

¹⁹ Licensee

ابهامات و موارد مجمل استفاده می گردد. ^{۲۰} البته گفتنی است که در حقوق آمریکا هم برخی از حقوقدانان قراردادهای لیسانس را از جهات خاصی به قراردادهای اجاره تشبیه کرده اند. ^{۲۱}

اگر بخواهیم موضوع فوق را مطابق حقوق ایران بررسی کنیم، قرارداد لیسانس شبیه به اجاره یا تملیک منفعت عین می باشد. البته فرض این نکته بشرطی است که ما قراردادهای لیسانس را در زمره حقوق عینی بدانیم. برخی از نویسندگان حقوق، حقوق فکری را مصداقی از حقوق عینی می دانند اما برخی دیگر اعتقادی به عینی بودن موضوع قرارداد لیسانس ندارند و بر این باور هستند که حقوق فکری نوعی مالکیت بر منافع می باشد. ^{۲۲} عده ای دیگر قرارداد لیسانس را موضوع حق انتفاع می دانند ^{۲۳} و سرانجام موضوع حقوق فکری را نوعی حق مالکیت البته از جنس حقوق عینی معرفی می کنند که عمدتاً موضوع آن موارد غیر مادی و نامحسوس می باشد. ^{۲۴}

تعریف کلاسیک از حقوق عینی، حقی است که به امور ملموس و اشیاء خارجی تعلق می گیرد، در حالیکه موضوع حقوق فکری، خلاقیت های ذهنی و تلاش های فکری است که اموری انتزاعی هستند، از اینرو است که برخی صاحب نظران تطبیق حقوق فکری با حقوق عینی و دینی را دشوار خوانده و آنرا نوعی حق خاص محسوب می دارند. ^{۲۵} برخی دیگری از حقوقدانان درک حقوق موصوف را رد کرده و بیان داشته اند که با اعمال مذاقه در سابقه فقهی مفهوم عینی چیزی که متبادر به ذهن می رسد، اشاره به این مطلب دارد که مقصود از عین، مالی است که در مقابل منفعت قرار می گیرد. پس هر چیزی غیر از منفعت می تواند در قلمرو عین باشد. اگر بخواهیم هویت مستقل برای حقوق فکری قائل باشیم در این صورت نمی توانیم قراردادهای لیسانس را به عنوان نوعی قرارداد اجاره در نظر بگیریم چون موضوع اصلی چنین

²⁰ Bitan, H., Droit et Expertise des contrats informatique, edition Lamy, francais, 2007, p.263

²¹ Stim, Richard, Licensing Your invention, Nolo, USA, 2004, p.1/4.

²² میرحسینی، حسن، 1385، مقدمه ای بر حقوق مالکیت معنوی، تهران: میزان، چ 2، ص 34

²³ حکمت نیا، محمود، 1386، مبانی مالکیت فکری، قم: پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی، چ 1، ص 157.

²⁴ میرحسینی، همان، ص 34

²⁵ کاتوزیان، ناصر، 1376، مقدمه علم حقوق، تهران: شرکت سهامی انتشار، چ 22، ص 263

عقدی باید وجود یک عین مشخص باشد. با امعان نظر بر اینکه اموال فکری علی الخصوص قرارداد های لیسانس در زمره مصادیق مصطلح عین یا منفعت نیستند. از اینرو نمی توان لیسانس را مانند عقد حق انتفاع در نظر گرفت چون موضوع چنین قراردادی باید از حقوق عینی باشد.

با جمیع اوصاف یادشده، قراردادهای لیسانس بر خلاف تصور ظاهری مبتنی بر تملک منفعت یا انتقال حق نیست، بلکه چهارچوب کلی آن بر اعطای اجازه بهره برداری استوار است. باید اذعان داشت که ماده 50 قانون ثبت اختراعات، طرح های صنعتی و علائم تجاری مصوب 1386 اگر چه به عناصر و قواعد کلی این نوع قرارداد اشاره کرده است، ولی در فحوائی کلی بر اجازه بهره برداری اذعان داشته است.

در تحلیل نخست، فرض قرارداد لیسانس بعنوان مصادیقی از توافقات موضوع ماده 10 قانون مدنی مطرح است. حقوق سوئیس هم چنین قراردادهائی را در شمول عقود معین بررسی نمی کند، بلکه آنرا ناشی از توافق صرف طرفین و بعنوان قراردادی آزاد و مستقل در نظر می گیرد.²⁶

با این وجود بنظر می رسد جای دادن قراردادهای بسیار پیچیده و فنی لیسانس مخصوصا لیسانس بین المللی در فضا و قالب ماده 10 قانون مدنی، امری سخت و امکان ناپذیر باشد، عمدتا به این دلیل که وجود مقررات داخلی و سیستم های حقوقی مختلف دنیا به شدت دایره آزادی طرفین را محدود ساخته و طرفین را از درج جملگی شروط مورد توافق باز می دارد، به عنوان مثال اگر از قانون فرانسه به عنوان قانون قابل اعمال و حاکم بر قرارداد استفاده گردد قوانین حاکم بر اجاره مشخص کننده حقوق و تکالیف طرفین در صورت سکوت و اجمال قرارداد خواهد بود. با توجه به پیش بینی قراردادهای لیسانس در قانون ثبت اختراعات، طرح های صنعتی و علائم تجاری مصوب 1386 و الزام به درج شروط مشخص در این قراردادها به نظر می رسد قراردادهای مزبور ماهیت خاصی دارند.

²⁶ افشاری پور، غلامرضا، 1384، بررسی قراردادهای لیسانس بین المللی، پایان نامه کارشناسی ارشد حقوق خصوصی، دانشگاه پردیس قم،

مبحث سوم : انواع قراردادهای لیسانس

گفتار اول : انواع قرارداد های لیسانس به اعتبار مقوله رقابت یا نحوه انتقال

باید اذعان داشت که قراردادهای لیسانس از جنبه های مختلف قابلیت تقسیم بندی را دارند . تقسیم بندی قرارداد لیسانس از منظر کیفیت رقابت موضوعی است که در اکثر قراردادها با همان موضوع مطمح نظر قرار گرفته می شود و از اصولی ترین محور مذاکرات برای انعقاد قراردادهای لیسانس می باشد در این نوع تقسیم بندی ، قراردادهای لیسانس در سه دسته انحصاری^{۲۷} ، غیر انحصاری^{۲۸} و منفرد^{۲۹} جای می گیرند .

بند اول : لیسانس انحصاری

در این نوع از قراردادهای لیسانس، امتیاز دهنده متعهد می گردد تا موضوع قرارداد را در مدت زمان اجرای قرارداد به هیچ شخص ثالث اعطاء نکند . در این نوع قرارداد دو مولفه مهم در نظر گرفته می شود که یکی از آنها مدت زمان اجرای قرارداد و دیگری محدوده یا قلمرو اجرای قرارداد می باشد . لیسانس گیرنده در قرارداد لیسانس انحصاری طیب خاطر دارد که امتیاز دهنده مبادرت به اعطاء امتیاز لیسانس به اشخاص دیگر نخواهد کرد و در یک فضای عاری از دغدغه رقابت به فعالیت خواهد پرداخت .

ماده 8-613 قانون مالکیت فکری فرانسه با اذعان بر حق گیرنده امتیاز مبنی بر فعالیت آزادانه و انحصاری، بر اعتبار چنین قراردادهائی صحه گذاشته است .^{۳۰}

در اغلب موافقت نامه های انتقال تکنولوژی قلمرو اجرای قرارداد که نشانگر حد سرزمینی فعالیت گیرنده امتیاز می باشد، مشخص می گردد. شایان ذکر می باشد که کشورهای صنعتی و توسعه یافته بر مشروعیت و

²⁷ Exclusive

²⁸ Non - exclusive

²⁹ Sole license

³⁰ Office of the federal register, code of federal regulations, Government printing office, USA, 2010,P. 460

قانونی بودن چنین حقی اذعان دارند، چرا که دارنده امتیاز حق دارد به عنوان صاحب امتیاز، محدوده جغرافیایی اجرای قرارداد را بر حسب معیارهای شخصی خویش محاسبه و تعیین کند.³¹

بند دوم: لیسانس غیر انحصاری

در این نوع قرارداد ارائه دهنده امتیاز می تواند موضوع قرارداد لیسانس را به سایر اشخاص در محل قلمرو اعطاء نماید. در چنین شرایطی لیسانس گیرنده در یک فضای رقابتی قرار می گیرد که ممکن است با خود امتیاز دهنده یا سایر اشخاص به رقابت بپردازد.

بند سوم: لیسانس منفرد

در لیسانس منفرد که از آن بعضا بعنوان قرارداد لیسانس انحصاری مشروط هم یاد می شود ارائه دهنده امتیاز حق بهره برداری از موضوع لیسانس را در قلمرو اجرائی قرارداد برای خویش در نظر می گیرد. به این معنی که امتیاز دهنده ممکن است در آینده با شخص امتیاز دهنده به رقابت بپردازد معمولا این نوع قرارداد زمانی منعقد می گردد که بدلیل عدم تخصص امتیاز گیرنده و همچنین عدم آشنائی طرفین قرارداد لیسانس از یکدیگر لیسانس دهنده از کارآمدی و توانمندی مناسب لیسانس گیرنده اطمینان حاصل نمی کند از اینرو در اقدامی پیشگیرانه و از روی احتیاط حق بهره برداری از موضوع لیسانس را برای خویش نیز محفوظ می دارد.

بعبارت دیگر می توان بیان داشت که در لیسانس منفرد امتیاز دهنده حق هر گونه بهره برداری از موضوع قرارداد لیسانس را برای خویش در قلمرو اجرائی قرارداد محفوظ می داند ولی به مانند لیسانس انحصاری نمی تواند همان امتیاز را به شخص دیگر انتقال دهد.

گفتار دوم: قرارداد های لیسانس به اعتبار هدف

موضوع قرارداد لیسانس می تواند موسع و دارای بخش های مختلف همچون حق ساخت، حق بهره برداری و حق فروش باشد. این درحالیست که هدف از انعقاد قرارداد ممکن است برخی از این موارد باشد و انتقال جملگی

³¹ زاهدی، مهدی، اعمال و رویه های محدود کننده تجاری در قراردادهای انتقال فناوری"، مجله پژوهش حقوق و سیاست، دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه علامه طباطبایی، سال نهم شماره 23، ص 12

موارد مذکور مطمح نظر طرفین واقع نگردد. بعنوان مثال اگر موضوع قرارداد ليسانس حق ساخت باشد امتياز گيرنده نمی تواند آنرا مورد بهره برداری قرارداده و يا توزيع کند.^{۳۲}

گفتار سوم : انواع قرارداد های ليسانس به اعتبار دخالت اراده
با توجه به عنوان مذکور اينگونه ليسانس به دو دسته اختیاری و اجباری تقسيم می شوند .

بند اول : ليسانس اختیاری :

کليات قرارداد ليسانس اختیاری با ميل و توافق طرفین و مانند ساير قراردادها از طريق اعلام اراده صريح و يا ضمنی منعقد می گردد .

در خصوص ليسانس اختیاری و ارادی موضوع چالشی وجود ندارد چون اصل صحت قراردادها و حاکمیت اراده طرفین ايجاب می نماید که طرفین قرارداد ليسانس به دلخواه و با تشخيص خویش مبادرت به انعقاد قرارداد ليسانس نمایند . اين نوع قرارداد ليسانس از نقطه نظر شکلی و اصول کلی قراردادها دقیقاً هم رتبه ساير قراردادها می باشد و هيچ وجه ممیزه ای ندارد . آن چیزی که می باسیتی مورد مذاقه قرارگيرد ليسانس اجباری يا ليسانس قانونی می باشد.^{۳۳}

بند دوم : ليسانس اجباری :

منظور از ليسانس اجباری يا ليسانس قانونی مجوزهایی برای بهره برداری بدون کسب اجازه از صاحب يا مالک فناوری می باشد که از ناحیه ارگان های ذیصلاح با تحصيل شرایط به خصوصی و با هدف تحقق ایده خاصی برای اشخاص ثالث اعم از اشخاص حقیقی يا حقوقی و يا خصوصی و دولتی صادر می گردد.^{۳۴}

³² Dulian pollaud F. Droit de la propriete industriel , montehrestien, p.41
Cited by Cornish W.R., Intellectual property , p.145

³³ Statutory license

³⁴ Abbott, Fredrick M., compulsory Licensing for public health , world bank publication , USA, 2005,P.7.

قسمت دوم بند الف ماده 5 کنوانسیون پاریس و ماده 31 موافقت نامه تریپس و ماده 17 قانون ثبت اختراعات ، طرح های صنعتی و علائم تجاری مصوب سال 1386 که از لحاظ محتوایی مشابهت زیادی با مفاد ماده مزبور در سند تریپس دارد ، به این نوع از لیسانس می پردازد .³⁵

مجوز صدور چنین امتیازی در کنوانسیون پاریس ، به منظور فائق آمدن بر چالش سوء استفاده از قدرت انحصاری پیش بینی شده است .

یکی دیگر از اسناد بین المللی که به این نوع از لیسانس صحه گذاشته است ، موافقت نامه تریپس می باشد .³⁶ موافقت نامه تریپس در موارد ذیل صدور لیسانس اجباری را تجویز نموده است :

مورد اول زمانی است که مساعی برای اخذ لیسانس ارادی طبق نرم و عرف تجاری به صورت منصفانه مقدور نباشد و دارنده امتیاز هم از اعمال چنین لیسانسی امتناع ورزد .

مورد دیگر زمانی است که با توجه به شرایط کشور و در راستای منافع عمومی نیاز مبرم به اخذ چنین لیسانسی باشد .³⁷

امکان استفاده از لیسانس اجباری مطابق فحوای کلی موافقت نامه تریپس جایی است که صاحب اختراع در صد فعالیت با استفاده از رویه های ضد رقابتی می باشد .³⁸

³⁵ رهبری، ابراهیم (1399)، حقوق انتقال فناوری، انتشارات سمت، تهران.

³⁶ TRIPS, Trade related aspects of intellectual property rights.

³⁷ بند ب ماده 31

³⁸ بند ک ماده 31

و سرانجام در خصوص اختراعات وابسته^{۳۹}، امکان صدور چنین امتیازی پیش بینی شده است که مطابق آن دارنده اختراع به هیچ عنوان راضی به اعطای لیسانس همان اختراع که کمک شایانی به پیشرفت و توسعه علمی در همان رشته می کند، امتناع می ورزد.^{۴۰}

در برخی مواقع مشاهده می گردد که دارنده امتیاز یا یک فناوری خاص برای مدت طولانی آنرا بلا استفاده گذاشته و مورد بهره برداری قرار نمی دهد. در موارد خاص ممکن است یک شرکت تجاری جهت ادامه دادن به فعالیت های منحصرانه خویش مبادرت به خرید اختراع یا امتیاز می کند ولی در عمل آنرا مورد بهره برداری قرار نمی دهد و از این طریق موجبات عدم بهره مند شدن آحاد جامعه و عدم پیشرفت و ترقی علمی را فراهم می سازد و به نوعی آنرا حبس می کند به نحوی که برای سالیان متمادی بدون رقیب جدی فعالیت می کند.^{۴۱}

این در حالیست که بند 11 ماده 613 قانون مالکیت فکری فرانسه اذعان می دارد که اگر از تاریخ اعطای جواز اختراع سه سال بگذرد و یا از تاریخ تسلیم اظهارنامه مربوطه چهار سال سپری گردد و دارنده آن مبادرت به استفاده از آن نکند برای شخص متقاضی که واجد صلاحیت می باشد، لیسانس اجباری صادر می گردد.

گفتار چهارم : انواع قرارداد های لیسانس به اعتبار امکان انتقال

قراردادهای لیسانس از این منظر به دو دسته قابل انتقال و غیر قابل انتقال تقسیم می شوند.⁴²

در اکثر قراردادهای بین المللی که مدت زمان اجرای آنها طولانی می باشد و یا بلحاظ فنی و ساختار اجرائی بسیار پیچیده می باشند، موضوع انتقال و واگذاری چنین قراردادهایی در مذاکرات فیما بین طرفین از اولویت ویژه ای برخوردار است و در صورت حصول توافق، موضوع قابلیت انتقال یا فرض خلاف آنرا در ماده ای مستقل تحت همان عنوان درج می کنند چرا که طرفین با لحاظ امکان انتقال، احتمال عقیم ماندن و خاتمه زو درس قرارداد را بدلیل

³⁹ Dependent patent

⁴⁰ پیشین، ص 146.

⁴¹ Libecap, Gary D., Advances in the study of entrepreneurship, innovation and economic Growth, V. 15, Emerald Group Publishing, USA, 2004, P.189.

⁴² Transferable and non transferable

عدم آمادگی طرف دیگر و یا ناتوانی وی در اجرای تعهدات قراردادی به حداقل ممکن می‌رسانند . البته این موضوع در قراردادهای انتقال فناوری و سایر قراردادهای حوزه مالکیت فکری بسادگی سایر قراردادهای بین‌المللی نیست ، مهم‌ترین دلیل آنرا در این نکته می‌توان ریشه‌یابی کرد که معمولاً با توجه به ارتباط مستقیم موضوعات حقوق مالکیت فکری با اعتبار ، شهرت و جایگاه دارنده امتیاز معمولاً هرگونه اعطاء چنین امتیازی با در نظر گرفتن شخصیت مستقل طرف دیگر و با رعایت تمامی جوانب مورد تاکید دارنده امتیاز انجام می‌پذیرد چه بسا ممکن است در فرایند انتقال و واگذاری امتیاز به اشخاص ثالث دیگر دغدغه‌های اساسی دارنده امتیاز مطرح نظر قرار نگیرد و موجبات ورود ضرر و زیان مادی و معنوی را به ارائه دهنده امتیاز فراهم کند .

در مورد علامت تجاری هرگونه انتقال و واگذاری لیسانس علامت تجاری توسط گیرنده آن به سایر اشخاص می‌بایستی مطابق مفاد قرارداد و موازین حقوقی قانون حاکم بر آن قرارداد باشد چرا که رویه بین‌المللی بر عدم انتقال لیسانس علامت تجاری صحه می‌گذارد ، به عبارتی دیگر اصل بر عدم انتقال موضوع قرارداد لیسانس علامت تجاری می‌باشد ، مگر اینکه طرفین در جریان انعقاد قرارداد یا حتی پس از آن نسبت به تحقق چنین امری توافق و تراضی داشته باشند.^{۴۳}

یکی از مهمترین آثار انتقال چنین قراردادهایی انتقال حقوق و تعهدات قراردادی می‌باشد و با توجه به اهمیت و حساسیت موضوع معمولاً ارائه دهنده لیسانس اشرافیت کامل بر روند انتقال دارد و یا سیستمی را کارسازی می‌کند که گیرنده امتیاز مطابق اصول کلی آن اقدام به انتقال نماید ، در غیر این صورت چنین انتقالی فاقد اثر حقوقی بوده و نمی‌تواند از منظر ارائه دهنده لیسانس معتبر تلقی گردد . با این وصف حائز اهمیت است که در متن قرارداد اصلی قید گردد که قرارداد ثانویه نمی‌تواند متضمن موارد جدید و خارج از مفاد قرارداد اصلی باشد .

⁴³ Mckendrick Ewen (contract law) Fifth edition, published by Palgrave Macmillan, 2003.

از دیگر آثار انتقال قرارداد لیسانس علامت تجاری می توان به تغییر سمت متعاقدین قرارداد اشاره داشت که بعضاً لیسانس گیرنده اول با واگذاری تمام تعهدات و حقوق قراردادی خویش از قلمرو اجرایی قرارداد خارج می گردد و شخص ثالث معرفی شده به عنوان طرف اصلی قرارداد در نظر گرفته می شود.^{۴۴}

معمولاً در انتقال چنین قراردادهایی لیسانس دهنده شرط تجدید ماده مربوط به عوضین قراردادی را مطرح می کند تا با لحاظ شرایط مستحدثه و شخصیت طرف جایگزین شده مبادرت به تعیین مابه ازای قراردادی و ضمانت اجرایی احتمالی نماید.

گفتار پنجم : انواع قرارداد های لیسانس به اعتبار طرفین قرارداد

اگر بخواهیم از این منظر قرارداد های لیسانس را دسته بندی نمائیم می بایستی قراردادهای لیسانس را به دو دسته متقابل یا غیر متقابل^{۴۵} تقسیم بندی کنیم .

بند اول : قرارداد لیسانس متقابل

بعضاً در دنیای تجارت بین الملل مشاهده می گردد که طرفین قرارداد به لحاظ فناوری و مالکیت فکری تقریباً در سطح همگونی قراردارند ، از اینرو ممکن است توافق کنند که بجای پرداخت حق امتیاز ، طرف مقابل نیز اجازه بهره برداری از فناوری خویش را در قبال استفاده از فناوری طرف دیگر اعطاء نماید ، بعبارتی در قرارداد لیسانس متقابل ، هر یک از طرفین قرارداد به طرف دیگر قرارداد اجازه بهره مندی و استفاده از دارایی فکری خود را اعطاء می کند در واقع دارایی فکری هر یک از طرفین به عنوان ما به ازای قراردادی محسوب می گردد^{۴۶} معمولاً این شیوه از اعطای امتیاز لیسانس در یک قرارداد واحد پیش بینی می گردد ، هرچند که ممکن است طرفین بر این نکته تراضی داشته باشند که برای هر یک از دارایی فکری خویش قرارداد مستقل و علیحده ای را امضاء نمایند .

⁴⁴ Available at : <http://www.ICCwbo.org/html>

⁴⁵ Cross or reciprocal license

⁴⁶ Hovenkamp, Herbert et al, IP and antitrust : An analysis of antitrust principles applied to intellectual property law, Aspen publishers online, USA, 2002,P.45/4.

به نقل از رهبری، ابراهیم ، حقوق انتقال فناوری، انتشارات سمت، 1399، ص 147

با توجه به اینکه موضوع این نوع قرارداد دو دارائی فکری و فناوری می باشد طرفین معمولاً از عدم نقض مفاد قرارداد اطمینان حاصل می کنند چرا که هرگونه نقض عمدی توسط یکی از طرفین ممکن است به طرف دیگر این فرصت را بدهد تا مقابله به مثل نمایند یا اینکه از دیگر گزینه های ممکن در این خصوص استفاده کند .

بند دوم : قرارداد لیسانس غیر متقابل

شایع ترین و متداول ترین نوع لیسانس از منظر دسته بندی فوق ، لیسانس غیر متقابل می باشد ، در این لیسانس گیرنده امتیاز در قبال پرداخت ما به ازای قراردادی^{۴۷} در چهارچوب قرارداد و مطابق مفاد آن مبادرت به استفاده از فناوری می کند . در این نوع لیسانس عوضین قراردادی ، عبارتست از فناوری و مبلغ مشخصی که به عنوان حق امتیاز (رویالیتی) در قرارداد مطرح می گردد و یکی از طرفین اعطا کننده امتیاز می باشد در حالیکه طرف دیگر گیرنده آن امتیاز است .

گفتار ششم : انواع قرارداد های لیسانس به اعتبار موضوع قرارداد

قراردادهای لیسانس از نقطه نظر اعتبار موضوع قرارداد به دو دسته پیوندی^{۴۸} و بسته ای^{۴۹} تقسیم بندی می شوند .^{۵۰}

مالکیت فکری دارای مصادیق متعدد می باشد که ممکن است در یک قرارداد لیسانس کل مصادیق و یا تعدادی از آنها و حتی ممکن است یک مصداق واحد مد نظر قرار گیرد . در قرارداد های لیسانس پیوندی ، مصادیق متعددی از مالکیت فکری و چندین نوع دارائی فکری به انضمام اسرار تجاری مورد اشاره قرار می گیرند . این در حالیست که در قراردادهای لیسانس بسته ای ، موضوع قرارداد مشتمل بر صرفاً یک نوع مصداق حقوق مالکیت فکری مانند حق اختراع یا یک نوع فن آوری می باشد که در قالب یک بسته قراردادی اعطاء می گردد .

⁴⁷ consideration

⁴⁸ Hybrid

⁴⁹ Package

⁵⁰ Halligan , Mark, intellectual property law, IICLE press, USA, 2008,pp.5-13.

به نقل از همان.

گفتار هفتم: انواع قرارداد ليسانس در حقوق مالزی

الف: ليسانس انحصاری

بر اساس سیستم حقوقی مالزی، قرارداد ليسانس انحصاری صرفاً به گیرنده مجوز اجازه می دهد تا از حقوق مالکیت معنوی متعلق به مجوز دهنده استفاده و بهره برداری کند. این به این معنی است که همه طرف های دیگر در قرارداد، از جمله ليسانس دهنده، مجاز به استفاده یا فعالیت در خصوص موضوع ليسانس نیستند.

ب: ليسانس غیر انحصاری

برخلاف ليسانس انحصاری، ليسانس غیر انحصاری به ليسانس دهنده و ليسانس گیرنده این اجازه را می دهد تا همزمان از موضوع ليسانس بهره برداری کنند. مضافاً بر آن قرارداد ليسانس غیر انحصاری به امتیاز دهنده این اجازه را می دهد تا موضوع ليسانس را به سایر متقاضیان اعطا کند تا از حقوق مالکیت معنوی یکسان استفاده یا بهره برداری کنند.

ج) ليسانس انحصاری - اشتراکی

مطابق این نوع ليسانس، امتیاز دهنده اختیار دارد تا مجوز بهره برداری از موضوع ليسانس را به بیش از یک ليسانس گیرنده اعطا کند، اما متعهد می شود که خود وی در قلمرو جغرافیایی قرارداد در مدت زمان اجرای قرارداد از موضوع ليسانس استفاده نکند. این نوع ليسانس معمولاً ترکیبی از یک ليسانس انحصاری و ليسانس غیر انحصاری می باشد.

در این نوع قرارداد، لیسانس دهنده می تواند در کنار لیسانس گیرنده مبادرت به فعالیت کند ولی هر دو طرف قرارداد به هیچ عنوان حق انتقال و واگذاری موضوع قرارداد لیسانس را به اشخاص ثالث ندارند.^{۵۱}

فصل دوم: تعریف مفاهیم و ماهیت قراردادهای فرانچایز

مبحث اول: تعریف قرارداد فرانچایز

فرانچایز اصولاً به یک سیستم توزیع کالا و خدمات تجاری اطلاق می گردد که دارنده آن اجازه بهره برداری از علامت تجاری و اعتبار مربوط به آن را در قالب قراردادهای فرانچایز به گیرنده آن اعطاء می کند بر اساس آن امتیاز دهنده در قالب قرارداد مزبور و بر اساس توافق فی مابین، امتیاز گیرنده را در امر توزیع و فروش محصول و کالا و یا در عرضه خدمات، مورد حمایت خویش قرار می دهد و بر روند اجرای آن کنترل و نظارت کامل دارد. در این خصوص می توان به امتیاز تاسیس فروشگاه های زنجیره ای، رستوران های زنجیره ای، خدمات فنی و مهندسی و ... اشاره داشت. باید اذعان داشت که فرانچایز صرفاً منحصر بر توزیع کالا و عرضه خدمات نیست و ممکن است شامل اعطای امتیاز تولید و ساخت کالا و ارتقای دانش فنی باشد. منظور اصلی از انعقاد چنین قراردادهایی حفظ یکنواختی و ثابت نگه داشتن بازارهای موجود می باشد.^{۵۲}

سازمان جهانی مالکیت فکری در کتاب راهنمای خود قرارداد فرانچایز را بشرح زیر معرفی می کند:

" قرارداد فرانچایز قراردادی هست که بموجب آن فرانچایز دهنده طبق اصول و روش های تجاری خود به گیرنده فرانچایز اجازه می دهد تا با مورد لحاظ قرارداد اصول و منویات تجاری آن و در مقابل پرداخت حق امتیاز از آن بهره برداری کند. در ضمن قرارداد فرانچایز مستمر بوده و فرانچایز دهنده در عین همکاری و حمایت، بر روند اجرایی آن نظارت و کنترل کامل را دارد. به عبارت دیگر قرارداد فرانچایز یک سیستمی است که فرانچایز دهنده

⁵¹ Available at:

<https://www.gfrlaw.com/what-we-do/insights/sole-license-and-exclusive-license-are-not-same>

⁵² کلایو، ام اشمیتوف، ترجمه بهروز اخلاقی و همکاران، جلد اول، ص 418.

طبق مفاد قرارداد ، اجازه بهره برداری از امتیاز مربوطه را به فرانچایز گیرنده می دهد . معمولا قراردادهای فرانچایز در قالب یک بسته جامع^{۵۳} که شامل علامت تجاری ، اسم تجاری ، طرح صنعتی ، اختراع ، موارد مربوط به کپی رایت، دانش فنی و سایر موءلفه های حقوق مالکیت فکری می باشد ، به گیرنده فرانچایز اعطا می گردد " ^{۵۴} ماده 2 قانون نمونه فرانچایز که توسط موسسه یکسان سازی حقوق بین المللی خصوصی تصویب شده است ، در مقام تعریف فرانچایز بیان می دارد :

" فرانچایز به معنی اعطای حق از جانب شخص واجد صلاحیت و دارنده امتیاز (فرانچایز دهنده) به یک شخص دیگر (فرانچایز گیرنده) در راستای فروش کالا و خدمات مطابق روش معرفی شده از سوی او در مقابل عوض مالی مستقیم یا غیر مستقیم که شامل دانش فنی و حمایت های مشاوره ای مربوط به موضوع فرانچایز می باشد که به صورت مستمر همراه با علامت تجاری ، علامت خدماتی ، اسم تجاری یا هر نشان تجاری دیگر اعطا می گردد " ^{۵۵}

ماده 4 قانون فرانچایز مالزی^{۵۶} قرارداد فرانچایز را به نحو ذیل تعریف می کند :

" فرانچایز به هر موافقت نامه یا قرارداد صریح یا ضمنی و مکتوب یا شفاهی بین دو یا چند شخص اطلاق می گردد که به موجب آن دارنده فرانچایز به گیرنده آن مطابق اصول عملی خویش برای مدت مشخص حق فعالیت اعطا می کند که بموجب آن :

⁵³ Full package

⁵⁴ نجات زادگان ، حمید ، قراردادهای فرانچایز ، انتشارات مجد،ص 31

⁵⁵ UNIDROIT Model franchise disclosure law (2002)

به نقل از نجات زادگان ، حمید، همان،ص 32

⁵⁶ Franchise Act 1998,article 590.

الف) دارنده فرانچایز حق برخورداری از علامت تجاری ، اسرار تجاری و یا دیگر اطلاعات محرمانه مرتبط با آن مالکیت فکری را که متعلق به خود وی یا فرانچایز دهنده دیگر است به گیرنده فرانچایز اعطا می کند تا بتواند از حقوق مربوط به آن بهره مند گردد .

ب) اعطاکننده فرانچایز حق دارد در مدت زمان اجرای قرارداد فرانچایز بر نحوه فعالیت گیرنده فرانچایز کنترل و نظارت مستمر داشته باشد تا بدین ترتیب نحوه فعالیت وی را با اصول کلی موضوع فرانچایز تطبیق دهد .

ج) اعطا کننده فرانچایز متعهد به مساعدت با گیرنده فرانچایز در خصوص اشتغال به تجارت موضوع فرانچایز است که می توان از جمله به تامین مواد اولیه ، آموزش ، بازاریابی و دیگر کمک های فنی و حرفه ای اشاره داشت .

د) بعنوان مابه ازای قراردادی ، گیرنده فرانچایز ملزم به پرداخت حق امتیاز مقطوع و یا سایر ما به ازای قراردادی می باشد .

ه) گیرنده فرانچایز بصورت مستقل از اعطا کننده فرانچایز مشغول فعالیت می گردد و ارتباط قراردادی دو طرف قرارداد نباید بعنوان مشارکت و نمایندگی و یا قرارداد ارائه خدمات تلقی گردد⁵⁷. در فرهنگ حقوقی بلکس⁵⁸ فرانچایز به نحو ذیل تعریف شده است :

"... فرانچایز به پروانه ای اطلاق می گردد که طبق آن مالک علامت یا اسم تجاری به شخص دیگر اجازه فروش محصولات یا خدمات را تحت همان اسم یا علامت در قلمرو وسیع تری ارائه می دهد . قرارداد فرانچایز به توافقات گسترده و پیچیده ای اطلاق می گردد که بموجب آن گیرنده فرانچایز انجام اعمال تجاری و یا فروش محصولات

⁵⁷ Available at:

www.agc.gov.my/Akta/vol.2012/Act/20590.pdf.

⁵⁸ Black's Law Dictionary

و خدمات تجاری را مطابق اصول و روش معین شده توسط فرانچایز دهنده به عهده می گیرد و فرانچایز دهنده متعهد می گردد که بوسیله تبلیغات و سایر خدمات فنی و مشاوره ای به گیرنده فرانچایز کمک کند.^{۵۹}

مبحث دوم: ماهیت قرارداد فرانچایز

قرارداد فرانچایز در حقوق داخلی ایران به عنوان عقد معین شناخته نمی شوند چرا که قانون به صورت اخص چهارچوب کلی این نوع قرارداد را مشخص نکرده است و همچنین این نوع قرارداد قابلیت تطبیق با سایر عقود مطروحه در قوانین ایران را ندارد. در وهله اول می توان این نوع قرارداد را به عنوان تابعی از ماده 10 قانون مدنی دانست که طرفین آزادانه و با رعایت حکم کلی آن می توانند توافقات خویش را عملی کنند.

در اکثر سیستم های حقوقی دنیا قانون خاصی در خصوص فرانچایز وجود دارد که از آن جمله می توان به سیستم های حقوقی مالزی، آمریکا، کانادا، لیتوانی، ایتالیا، اسپانیا و دیگر کشورها اشاره داشت با این حال قواعد و مقررات متحد الشکل بین المللی در خصوص قراردادهای فرانچایز ساکت بوده و قانون خاصی را معرفی نکرده است اصولاً قرارداد های فرانچایز متضمن یک سری عناصر و موءلفه های بسیار ضروری می باشند که جایگاه اصلی این قراردادها را مشخص کرده و به لحاظ ماهیتی آنها را از دیگر قراردادهای حوزه حقوق تجارت بین الملل و انتقال فناوری متمایز می کند.

اتحادیه بین المللی فرانچایز^{۶۰} موءلفه های اصلی قرارداد فرانچایز را شامل لیسانس علامت تجاری، همکاری مستمر و نزدیک دو طرف قرارداد و غیر قابل انتقال بودن قرارداد از ناحیه گیرنده امتیاز معرفی می کند.^{۶۱}

یکی از مهم ترین موءلفه های قرارداد فرانچایز "اجازه بهره برداری" می باشد قطعاً عدم وجود اجازه می تواند نقش مخربی را در اعتبار، تداوم و اجرای اینگونه قراردادها بازی کند. دقیقاً به همین علت است که قریب به اتفاق

⁵⁹ به نقل از باباپور، محمد، «تاریخچه فرانچایز»، فصلنامه حوزه و دانشگاه، سال یازدهم، شماره 44، پاییز 84، ص 64.

⁶⁰ International Franchise Association

⁶¹ Stienberg, Paul and Lescatre, Gerald, Beguiling Heresy: regulating Franchise Relationship, Penn state law Review, V.109 N1,2004,P.108.

به نقل از: رهبری، ابراهیم، پیشین، ص 194

قراردادهای فرانچایز قابلیت واگذاری و انتقال توسط فرانچایز گیرنده را ندارد و فرانچایز دهنده خود را محق می‌داند تا نسبت به سرنوشت علامت و اسم تجاری و سایر حقوق معنوی خویش حساسیت لازم را به خرج دهد بنابراین در این نوع قراردادها اعتبار و جایگاه حقوقی و تجاری شخص گیرنده امتیاز برای شخص امتیاز دهنده مهم است چرا که هرگونه اهمال و غفلت می‌تواند به اعتبار چندین ساله یا حتی چندین دهه امتیاز دهنده لطمه وارد کند. در همین راستا در قراردادهای فرانچایز قید می‌گردد که فرانچایز دهنده حق نظارت و کنترل کامل بر روند اجرای قرارداد را دارد و اگر تشخیص دهد که مفاد قرارداد به خوبی توسط فرانچایز گیرنده رعایت نمی‌گردد، ممکن است موجبات فسخ قرارداد را فراهم سازد.

البته باید اذعان داشت که چنین اشرافیت و نظارتی نمی‌تواند روح استقلال فعالیت فرانچایز گیرنده را دستخوش زیاده خواهی های شخص فرانچایز دهنده کند و به عنوان مانع مهم و اصلی برای فعالیت های تجاری فرانچایز گیرنده محسوب شود، چرا که رابطه قراردادی امتیاز دهنده و گیرنده امتیاز رابطه واسطه گری و نمایندگی نمی‌باشد بلکه فرانچایز گیرنده می‌بایستی مطابق چهارچوب قرارداد و فحوای آن مبادرت به فعالیت کند به نحوی که اصول متقن فعالیت فرانچایز دهنده رعایت گردد.

شخصیت طرفین قرارداد از دیگر عناصر و مؤلفه های حائز اهمیت قراردادهای فرانچایز می‌باشد، عبارتی دیگر می‌توان بیان داشت که قراردادهای فرانچایز معمولاً قائم به شخص هستند و پس از مرگ یا ورشکستگی هر یک از طرفین، قائم مقام قانونی آنها یا دیگر اشخاص صلاحیتدار نمی‌توانند اجرای قرارداد را از سر بگیرند، حکم قضیه زمانی که گیرنده امتیاز شخص حقیقی می‌باشد، کاملاً روشن است ولی اگر گیرنده امتیاز دارای شخصیت حقوقی باشد، معمولاً پیش بینی می‌شود که اشخاص مورد قبول طرفین یا حداقل دارای اوصاف معین شده می‌بایستی⁶² کنترل و مدیریت پروژه را بر عهده بگیرند.

⁶² باباپور، محمد، پیشین، ص 73

از دیگر عناصر قرارداد فرانچایز می توان به پرداخت ارزش استفاده از نظام تجاری فرانچایز دهنده و بهره برداری از مالکیت های فکری ، بویژه علایم تجاری که " هزینه فرانچایز " ^{۶۳} نامیده می شود ، اشاره داشت .

مبحث سوم : انواع قراردادهای فرانچایز

گفتار اول : انواع قراردادهای فرانچایز به اعتبار ماهیت قرارداد

بند اول : فرانچایز توزیع

این نوع قرارداد فرانچایز مبتنی بر فعالیت توزیعی می باشد ، فرایند کلی چنین سیستمی در یک قرارداد جامع فرانچایز توزیعی ترسیم می گردد که به لحاظ شکل کاملا شبیه سایر قراردادهای همگون فرانچایز می باشد ، تنها تفاوتی که در این خصوص می توان متصور بود ، اختلافات ماهوی قراردادهای توزیعی با سایر قراردادهای فرانچایز خواهد بود . خود این نوع قراردادها به دو دسته فرانچایز تولیدی ، توزیعی و فرانچایز توزیعی ساده تقسیم می شوند

الف : فرانچایز تولیدی و توزیعی ^{۶۴}

این نوع قرارداد فرانچایز به حالتی اشاره دارد که در آن خود ارائه دهنده امتیاز به عنوان تولید کننده شناخته می شود که توزیع کنندگان (شبکه یکپارچه فرانچایزی) مطابق با منویات و اصول کلی فرانچایز دهنده می بایستی مبادرت به توزیع همان نوع کالا نمایند . شاکله اصلی چنین قراردادهایی را توزیع کالاهایی تشکیل می دهند که توسط فرانچایز دهنده تولید شده اند تفاوت کلی که این نوع قراردادها (فرانچایز تولیدی - توزیعی) با قراردادهای صرف توزیع دارند را می توان در بهره مندی فرانچایز گیرنده از بسته کامل حقوق مالکیت فکری و دانش فنی متعلق به فرانچایز دهنده دانست در حالیکه در قراردادهای توزیع صرف معمولا اشاره ای به حقوق مالکیت فکری و مجوزهای بهره برداری مربوطه نمی گردد . روند کلی توزیع کالا یا محصولات در شبکه فرانچایزی از یک سیستم واحد و متحد الشكل تحت قالب فرانچایز تبعیت می کند ، در حالیکه در عمل توزیع ممکن است

⁶³ Franchise fee

⁶⁴ Product distribution Franchise

نحوه اجرای قرارداد از یک شخص به شخص دیگر و یا از یک منطقه جغرافیایی به منطقه جغرافیایی دیگر تفاوت اساسی داشته باشد .

تفاوت دیگر اینکه هر چند برخی از قراردادهای فرانچایز در اصل به منظور توزیع محصول یا کالا منعقد می گردند ولی ممکن است تحت شرایط خاصی توزیع محصول به معنای اعم بر خلاف سایر قراردادهای توزیع از بایسته های ضروری آن نباشد .^{۶۵}

ب : فرانچایز توزیعی ساده

در این نوع فرانچایز ، فرانچایز دهنده لزوما خود تولید کننده کالا یا محصولات موضوع قرارداد نیست ، بلکه ممکن است چنین کالا یا محصولاتی را از فروشندگان مختلف تدارک و تامین نماید و نهایتا در قالب یک سیستم فرانچایز یکپارچه و متحد الشكل ، سنگ بنای فعالیت مد نظر را بگذارد .

در این نوع فرانچایز ، گیرندگان فرانچایز محصولات یا کالاها را از فرانچایز دهنده خریداری می کنند و نهایتا آنها را در قلمرو جغرافیایی معین شده در قرارداد^{۶۶} به مشتریان خود می فروشند . باید اذعان داشت که فرانچایز گیرندگان در این سیستم دارای آزادی عمل نیستند و قطعا می بایستی از اصول کلی و سیاست های تجاری فرانچایز دهنده که از آن به عنوان سیستم فرانچایزی یاد می گردد ، تبعیت کنند و از هرگونه ابتکار عمل یا نوآوری جدید بدون اجازه قبلی فرانچایز دهنده اجتناب کنند .

بند دوم : فرانچایز خدماتی

لزوما موضوع قراردادهای فرانچایز، فروش کالاو محصولات نمی باشد بلکه ارائه خدمات هم می تواند موضوع اصلی اینگونه قراردادها باشند . برخلاف موافقت نامه گات^{۶۷} که صرفا ناظر بر جریان آزاد کالا بود و خدمات تجاری در

⁶⁵ Hesselink,W.Martin, "commercial Agency, Franchise and distribution contracts (PEL CAFDC)", oxford University Press,2006,P.210.

⁶⁶ Territory

⁶⁷ General Agreement on tariff and trade.

آن نقش نداشت ، سازمان تجارت جهانی^{۶۸} به واسطه گسترش و اهمیت چنین قراردادهایی در سطح بین الملل آن را به عنوان یکی از موضوعات سازمان تجارت جهانی در اساسنامه خود مورد پیش بینی قرارداد . به رسمیت شناختن چنین قراردادهایی توسط سازمان تجارت جهانی موجب شد تا انعقاد قراردادهای خدمات تجاری از جمله فرانچایز افزایش یابد . همانطور که از عنوان اینگونه قراردادها مشخص است ، فرانچایز گیرنده حق ارائه خدمات موضوع قرارداد فرانچایز را با الهام و تبعیت از اصول و روش کلی و استاندارد های فرانچایز دهنده تحت نشان و اسم تجاری ایشان دارد .

فرانچایز خدماتی در مقایسه با سایر موارد فرانچایز نیازی به سرمایه گذاری عمده و سنگین ندارد و اعمال نظارت و کنترل بر آن بسیار ساده و آسان می باشد .^{۶۹}

بند سوم : فرانچایز صنعتی

از این نوع فرانچایز بیشتر برای تولید و ساخت محصولات صنعتی استفاده می گردد . شایان ذکر می باشد که این نوع فرانچایز معمولاً بین شرکت های هلدینگ صنعتی منعقد می گردد .

مطابق مفاد اینگونه قراردادها ، فرانچایز دهنده اجازه انتقال دانش فنی و تکنولوژی لازم را با هدف ساخت محصولات صنعتی توسط فرانچایز گیرنده می دهد . در همین راستا فرانچایز گیرنده با لحاظ مفاد قرارداد و توافقات فیما بین کالاهای تولید شده را با نام و علامت تجاری فرانچایز دهنده در بازار توزیع می کند و برای انجام همین مورد نیز از اصول کلی و استانداردهای فرانچایز دهنده تبعیت می کند .^{۷۰}

گفتار دوم : انواع قراردادهای فرانچایز به اعتبار امکان رقابت

⁶⁸ World Trade Organisation

⁶⁹ باقرآبادی، فرامرز، « قراردادهای بین المللی فرانچایز و جایگاه این قراردادها در حقوق ایران»، رساله ی دکتری حقوق خصوصی ، دانشکده حقوق دانشگاه تهران ، پردیس قم ، تیرماه 1389 ، ص 94.

⁷⁰ باباپور ، محمد، منبع پیشین، ص 94

بند اول : فرانچایز انحصاری^{۷۱}

بموجب قرارداد فرانچایز انحصاری ، فرانچایز دهنده نه تنها حق اعطای همان امتیاز (موضوع قرارداد) را به سایر اشخاص تحت هر عنوانی ندارد بلکه خود او نیز نمی تواند در قلمرو جغرافیائی اجرای قرارداد فعالیت مشابهی با موضوع قرارداد داشته باشد . این نوع قراردادها از دو پارامتر اصلی تشکیل شده است :

1) عدم اعطای امتیاز همان فرانچایز به اشخاص ثالث

2) عدم فعالیت فرانچایز دهنده در قلمرو جغرافیائی اجرای قرارداد

با این وصف ، فرانچایز گیرنده تنها شخصی خواهد بود که در محدوده جغرافیایی مشخص شده در قرارداد برای مدت معینی مبادرت به اجرای مفاد قرارداد خواهد نمود .

بند دوم : فرانچایز غیر انحصاری^{۷۲}

این نوع قرارداد که بیشتر متضمن منافع شخصی فرانچایز دهنده بوده و نمی تواند منافع تامه فرانچایز گیرنده را تامین نماید ، به حالتی اطلاق دارد که بموجب آن فرانچایز دهنده علاوه بر اینکه می تواند ، موضوع قرارداد فرانچایز را دقیقاً انجام دهد ، بلکه می تواند در همان محدوده جغرافیائی و بصورت همزمان امتیاز موضوع قرارداد را به شخص ثالث اعطا کند . معمولاً فرانچایز گیرندگان در زمان انعقاد قرارداد نسبت به این موضوع حساسیت داشته و از انعقاد چنین قراردادهایی ممانعت می کنند مگر اینکه فرانچایز دهنده دارای اعتبار ویژه بوده و عملاً امکان اعطای امتیاز فرانچایز به صورت منحصرانه وجود نداشته باشد مانند برخی فروشگاه های زنجیره ای و رستوران هایی چون مک دونالد .

⁷¹ Exclusive Franchise

⁷² Non-Exclusive Franchise

بند سوم : فرانچایز منفرد^{۷۳}

فرانچایز منفرد حالتی میانه و بینابین با فرانچایز انحصاری و غیر انحصاری دارد با این وصف که در فرانچایز منفرد در وهله اول ، فرانچایز دهنده نمی تواند موضوع قرارداد را به اشخاص ثالث اعطا کند ولی بر خلاف فرانچایز انحصاری ، می تواند در همان محدوده جغرافیایی و به صورت همزمان در خصوص موضوع قرارداد فعالیت نماید . زمانی که فرانچایز دهنده به قدرت و اعتبار شخص فرانچایز گیرنده اطمینان نداشته باشد و یا حداقل شناخت کافی نسبت به وی نداشته باشد در قرارداد اشاره می کند که در صورت لزوم و حسب صلاحدید موضوع قرارداد را می تواند در کنار فرانچایز گیرنده اجرا کند و خود را به عنوان رقیبی بالقوه برای فرانچایز گیرنده معرفی می کند .

باید اذعان داشت که ممکن است تحت شرایطی رقابت عملی بین فرانچایز دهنده و فرانچایز گیرنده محقق نگردد علت آن ممکن است به این دلیل باشد که فرانچایز دهنده با لحاظ شرایطی به این نتیجه برسد که در قلمرو جغرافیایی اجرای قرارداد فعالیت همزمان و سرمایه گذاری مقرون به صرفه نیست.^{۷۴}

فصل سوم : علامت تجاری موضوع قراردادهای فرانچایز و لیسانس

گفتار اول : مفهوم علامت تجاری

بطور معمول موضوع قراردادهای تجاری در مرحله اول علامت تجاری می باشد.

علامت تجاری به مفهوم هر نشانه ای است که کالا یا خدمات یک شخص را از کالا و خدمات شخص یا اشخاص دیگر متمایز نماید .

⁷³ Sole franchise

⁷⁴ صابری ، روح الله، پیشین ، همان منبع، ص 61

در ماده 15 تریپس در خصوص علائم تجاری چنین مقرر شده است که: >> علامت یا ترکیبی از علائم که بتواند کالا و خدمات مربوط به یک فعالیت تجاری را از کالا و خدمات فعالیت های تجاری دیگر متمایز جلوه دهد، علامت تجاری محسوب می گردد <<

در بند الف ماده 30 قانون ثبت اختراعات، طرح های صنعتی و علائم تجاری (مصوب 1386)، علامت به ترتیب ذیل تعریف شده است:

« علامت یعنی هر نشان قابل رویتی که بتواند کالاها یا خدمات اشخاص حقیقی یا حقوقی را از هم متمایز سازد».

با ملاحظه تعریف فوق مشخص گردید که علاوه بر علائم تجاری مربوط به کالا، عملاً تجارت خدمات هم مد نظر قانون گذار می باشد و از آنها به یک اندازه و به یک میزان حمایت بعمل می آورد.

موضوعی که با اعمال مذاقه در تعریف علائم تجاری ذهن را معطوف خود می نماید، اشاره به این مطلب دارد که قانون صرفاً علایمی را بعنوان علائم تجاری به رسمیت می شناسد که قابل رویت باشند و علایمی که به هر نحوی از انحاء قابل رویت نباشند مانند علائم صوتی، بویایی و چشایی از قلمرو قانون فوق الذکر خارج می باشد⁷⁵

البته با توجه به توسعه دانش و فناوری های جدید و تنوع و تعدد علامت های تجاری، حمایت از علائم نامرئی مانند علائم صوتی نظیر صداها و جملات آهنگین، نت های موسیقی، علائم بویایی، چشایی و حتی لامسه مانند نرمی و زبری یک علامت ضرورت دو چندان یافته است.⁷⁶

⁷⁵ میر حسینی، سید حسن، مقدمه ای بر حقوق مالکیت معنوی، ص 138
⁷⁶ رجبی، عیسی، نام و علامت تجاری: فرایند ثبت و حقوق ناشی از آن، مجله پژوهش های حقوقی، شماره 28، 1394، ص 221-242

گفتار دوم : ماهیت علامت تجاری

فلسفه وجودی علامت تجاری قادر ساختن اشخاص در تفکیک کالا و خدمات می باشد . در دنیای امروزی که موضوع رقابت بیش از مساله جریان آزاد کالا و ارائه خدمات اهمیت دارد ، علایم تجاری می تواند نقش بسزایی را ایفاء کند . نقش مهم علایم تجاری در شناخته شدن کالا و خدمات و تمیز آن از دیگر کالا و خدمات مشابه ، امری است که مورد قبول همگان می باشد . شایان ذکر می باشد که علایم تجاری باید به نحوی باشد که در وهله اول عامل تمایز کالا و خدمات یک شخص اعم از حقیقی و حقوقی از سایر کالا و خدمات مربوط به اشخاص دیگر باشد و نهایتاً موجبات گمراهی مصرف کننده کالا و استفاده کننده خدمات را فراهم نسازد .

گفتار سوم : انواع علامت تجاری موضوع قرارداد های فرانچایز و لیسانس علامت تجاری

1- علامت جمعی :

علامت جمعی به نوعی از علامت و نشانه اطلاق می گردد که برای تفکیک و تمایز دادن مبداء جغرافیایی ، مواد اولیه ، نحوه ساخت و فرمولاسیون و دیگر اوصاف مشترک کالا و خدمات در نهادهای مختلف بکار می رود که با اعمال نظارت و کنترل مالک آن مورد استفاده قرار می گیرد .

ماده 7 مکرر کنوانسیون پاریس در خصوص مالکیت صنعتی مقررات خاصی را مربوط به علائم جمعی پیش بینی کرده است ⁷⁷ در همین راستا بند یک ماده اخیر الذکر بیان می دارد که کشورهای متعاقد می بایستی اظهارنامه مربوط به علایم دسته جمعی جماعتی را که وجودشان بر خلاف قوانین و مقررات کشور مبداء نمی باشد ، قبول کنند و ضمناً از آن حمایت بعمل آورند . حتی اگرچه این جماعات دارای ارگان واحد صنعتی و تجاری نباشند ⁷⁸ . با جمیع اوصاف یادشده باید اذعان داشت که علامت جمعی مثل سایر علائم تجاری می بایستی از خصیصه تمایز دهندگی برخوردار باشد به نحوی که کالا و خدمات مربوط به یک شخص را از

⁷⁷ غلامرضا حجتی اشرفی، مجموعه کامل قوانین و مقررات محشای بازرگانی و تجاری، ص 345

⁷⁸ میر حسینی، سید حسن، پیشین، ص 138

کالا و خدمات سایر اشخاص متمایز سازد. ماهیت و کارکرد این نوع از علامت در واقع شناساندن دسته و گروه خاصی از اعضاء اتحادیه یا انجمن که به تولید کالا یا ارائه خدمات مبادرت می ورزند، می باشد. ۷۹

2- علامت تضمینی یا تاییدی

علامت تضمینی و تاییدی به علامتی اطلاق می گردد که صرفاً مطابق معیارهای خاصی مورد استفاده قرار می گیرد. عمده ترین تفاوت این نوع علامت با علامت جمعی این است که علامت جمعی صرفاً توسط اشخاص مشخص مانند اعضاء اتحادیه که علامت جمعی می باشد، مورد استفاده قرار می گیرد. این در حالی است که علامت تاییدی می تواند توسط هر شخصی که بتواند کالا و خدمات را با معیارهای مشخص شده مطابقت دهد، مورد استفاده قرار می گیرد.

یکی از خصیصه های مهم علامت تضمینی عدم وجود الزام خاص نسبت به تولید کالا در یک قلمرو جغرافیایی خاص می باشد برای اینکه اصلاً مطابق موازین حقوقی مربوطه وابستگی خاصی بین استفاده از این نوع علامت و محدوده جغرافیایی وجود ندارد. از دیگر نتایج مقایسه علامت جمعی و علامت تضمینی می توان بر این نکته اشاره داشت که مالکان علامت جمعی از استفاده از علامت ممنوع نشده اند و این در حالی است که مطابق موازین، در علامت تضمینی و تأییدی جهت رعایت بی طرفی، مالک آن نوع علامت نمی تواند از آن بهره برداری بکند که ضمانت اجرایی عدم انجام مورد اخیر الذکر ابطال یا لغو اعتبار علامت می باشد و همچنین از دیگر وجوه ممیزه علامت تأییدی می توان به این نکته اشاره داشت که این نوع علامت به عضویت اعضاء تمرکز دارد و در این خصوص معیارهای کیفی مشخصی را که مربوط به کیفیت کالا و خدمات می باشد را مشخص می کند. با این توضیح که هر شخصی که شایستگی

79 عزیزی مرادپور، حمید، نظام بین المللی حق اختراع با تاکید بر حقوق پدیدآورندگان نرم افزارهای رایانه ای، ص 29.

برخورداری از استانداردهای کیفی مذکور را داشته باشد به تبع آن می تواند از علامت تائیدی یا تضمینی استفاده بکند بی آنکه نیاز باشد انجمن یا اتحادیه خاصی را تشکیل دهد.⁸⁰

با این وصف اعطای امتیاز بهره برداری از چنین علامتی در فضای فرانچایز و لیسانس با حساسیت و وسواس فوق العاده ای انجام می شود. باید اذعان داشت که جنبه شخصیتی و مباشرتی گیرنده امتیاز بیشتر از انجام موضوع قرارداد مورد توجه قرار می گیرد.

3- علامت مشهور :

ماده 6 مکرر کنوانسیون پاریس بدون آنکه مبادرت به ارائه تعریف خاصی از علامت مشهور نماید ، در مقام حمایت از آن برآمده است . مطابق این ماده کشور های متعاقد مسئولیت دارند تا اگر یک علامت تجاری موجب بروز اشتباه در علامت تجاری دیگری شود که قبلا برای کالای یکسان یا مشابه مشهور استفاده می شده است ، از ثبت آن خود داری ورزند یا اگر قبلا به ثبت رسیده باشد آنرا باطل اعلام کنند یا به نحوی از انحاء استفاده از آن علامت تجاری را ممنوع کنند . این درحالی است که حتی اگر آن علامت در آن کشور مد نظر به ثبت نرسیده باشد یا استفاده نشده باشد باز هم با اوصاف یادشده قابل حمایت می باشد . در واقع منطق حمایت از یک علامت تجاری مشهور صرفا ناشی از اشتها آن علامت می باشد و حمایت از آن منوط به ثبت یا استعمال آن علامت تجاری نمی باشد .⁸¹

موافقت نامه تریپس به مانند کنوانسیون پاریس تعریف مشخصی از علامت مشهور به عمل نیاورده است ولی به تاسی از ماده 6 مکرر کنوانسیون پاریس بر حمایت از علامت مشهور صحه گذاشته است ، مضافا بر اینکه حمایت از علامت خدماتی مشهور را نیز در شمول حمایت های قانونی قرارداده است .

80 میر حسینی ، سید حسن ، پیشین ص 142

81 سازمان ثبت اسناد و املاک کشور ، همایش ملی بررسی حقوق مالکیت صنعتی در جمهوری اسلامی ایران و جنبه های تجاری حقوق مالکیت معنوی در تجارت بین الملل ص 97

عدم تعریف و عدم تعیین معیارهای تشخیص علامت مشهور مهمترین خلاء و چالشی است که در اسناد بین المللی و قانون ملی وجود دارد. از بین انواع علائم تجاری مذکور فقط علامت تجاری مشهور به طور معمول موضوع قراردادهای فرانچایز قرار می گیرد.

محوریت علامت مشهور در قراردادهای لیسانس و فرانچایز به خودی خود متضمن ایجاد رویه جدید و تغییر ماهیت چنین قراردادهایی نمی باشد و صرفا با توجه به اشتها در خور اعتنای چنین علایمی ، امتیاز دهندگان در راستای حمایت از علامت مشهوره خویش به نسبت سایر قراردادهای همسان سختگیری های بیشتری را معمول می دارند .

بخش دوم

تکوین و شرایط قراردادهای لیسانس و فرانچایز علامت تجاری

فصل اول : شرایط شکلی و ماهوی قراردادهای لیسانس علامت تجاری

مبحث اول: شرایط شکلی قراردادهای لیسانس علامت تجاری

برخی از سیستم های حقوقی دنیا انعقاد و اعتبار قراردادهای لیسانس را تابع یکسری تشریفات لازم می دانند در حالیکه برخی دیگر از سیستم های حقوقی تشریفات را برای انعقاد اینگونه قراردادها قائل نیستند . در عرصه بین المللی اکثر قوانین و مقررات ، عقود و قراردادها را تابع تشریفات خاص نمی دانند ، دقیقا همان چیزی که ما در حقوق داخلی تحت عنوان رضایتی بودن عقود داریم . اگر بخواهیم مثال بارزی را در این خصوص ارائه بدهیم می بایستی به کنوانسیون بیع بین المللی کالا (CISG) اشاره کنیم که در ماده 10 آن کنوانسیون آمده که برای انعقاد قراردادهای بیع بین المللی نیازی به رعایت تشریفات خاص نیست . به نظر می رسد چنین دید منصفانه در راستای تسهیل و توسعه ارتباطات بین المللی باشد .

در خصوص قراردادهای لیسانس باید اذعان داشت که بعنوان مثال مطابق قوانین آمریکا ، قراردادهای مربوط به انتقال مالکیت فکری می بایستی در ارگان های خاص ثبت گردند تا اعتبار چنین قراردادهایی به رسمیت شناخته شود .⁸²

در برخی از کشورها ثبت قرارداد لیسانس برای حفظ اولویت بر لیسانس های بعدی الزامی است . در این خصوص می توان به قوانین کشورهای فرانسه و انگلستان اشاره داشت .⁸³

⁸² U.S.C, 261, " ... An assignment , grant or conveyance shall be void as against any subsequent purchaser or mortgagee for a valuable consideration, without notice, unless it is recorded in the patent and trademark office within three months from its date or prior to the date of such subsequent purchase or mortgage., 17 U.S.C 205 (Copyright), lanham Act,10,15 U.S.C, 1060(TRADEMARK).

⁸³ صابری، روح الله، قراردادهای لیسانس، انتشارات شهر دانش، 1393.ص80.

در قانون سابق ثبت علائم و اختراعات ایران مصوب 1310 اگرچه در خصوص قراردادهای لیسانس مورد واضح و شفافیتی پیش بینی نشده است ولی ماده 40 همان قانون در این خصوص بیان می دارد که " هرگونه معامله راجع به ورقه اختراع باید به موجب سند رسمی به عمل آمده و در دفتر ثبت اختراعات نیز ثبت شود والا آن معامله نسبت به اشخاص ثالث معتبر نخواهد بود . اگر چنین قراردادی در خارج از ایران منعقد گردد، آن قرارداد در ایران زمانی برای اشخاص ثالث دارای اعتبار خواهد بود که موضوع آن در اداره ثبت اسناد (اداره مالکیت صنعتی) ثبت گردد . از فحوای کلی این ماده چنین مستفاد می گردد که قراردادهای لیسانس بایستی به ثبت برسد ، البته ثبت قراردادهای لیسانس در راستای صحت این نوع از قراردادها نمی باشد بلکه جهت قابل استناد دانستن آن در مقابل اشخاص ثالث مورد استفاده قرار می گیرد ، همچنین در ماده 43 آئین نامه اجرایی قانون ثبت علائم تجاری و اختراعات مصوب 1310 بیان شده است که صاحب اختراع می تواند اجازه استفاده از اختراع خود را که در ایران به ثبت رسیده است با هرگونه شرایطی به دیگری بدهد . اجازه مزبور باید در دفتر ثبت اختراعات در صفحه مربوط به اختراع ثبت و در روز نامه رسمی منتشر شود .⁸⁴

البته باید اذعان داشت که در برخی از سیستم های حقوقی دنیا ، عدم رعایت الزامات مربوط به ثبت قرارداد لیسانس ممکن است تبعات بسیار سنگینی داشته باشد ، بعنوان مثال در کشور ویتنام اگر قرارداد لیسانس در اداره مالکیت های صنعتی آن کشور به ثبت نرسد ، فاقد اعتبار خواهد بود و قابلیت استناد نخواهد داشت .⁸⁵

فرض اعمال تشریفات در قراردادهای لیسانس یا فرض خلاف آنرا می بایستی در سیستم های حقوقی مختلف دنیا به صورت مستقل بررسی کرد ، دلیل عمده بررسی جداگانه چنین پدیده ای عدم وجود قواعد متحد الشكل بین المللی در این خصوص می باشد . قراردادهای لیسانس علامت تجاری در بسیاری از سیستم های حقوقی دنیا بعنوان یک قرارداد تشریفاتی محسوب می گردد و عدم رعایت آنها می تواند متضمن چالش های زیادی در مسیر

⁸⁴ همان ، ص 81

⁸⁵ Vietnam Decree 63/1996/ND-CP, Available at: <http://www.usvtc.org/trade/bta/survey.pdf>.

به نقل از رهبری، ابراهیم، پیشین، ص 149.

اجرای آن قراردادهای باشد. بعنوان نمونه همانطور که اشاره شد مطابق قوانین و مقررات کشور ویتنام عدم ثبت چنین قراردادهایی در اداره مالکیت صنعتی ویتنام می تواند لطمه بزرگی را بر اعتبار چنین قراردادهایی وارد کند

۸۶.

مطابق قوانین و مقررات ایالات متحده آمریکا، انتقال مالکیت فکری جهت برخورداری از اعتبار قانونی باید در اداره ثبت مالکیت فکری به ثبت برسد. حال جای سوال اینجاست که برای لیسانس علامت تجاری لازم است چنین تشریفات اعمال گردد یا خیر؟ در پاسخ باید اذعان داشت که از آنجائی که ماده 261 قانون اختراعات آمریکا در این خصوص حکم روشنی را ارائه نکرده است، بسیاری از دادگاه های این کشور ثبت آنرا الزامی نمی دانند و به موجب آن قراردادهای لیسانس با تاریخ مقدم بر سایر قراردادهای لیسانس علامت تجاری اولویت خواهند داشت علیرغم اینکه سایر گیرندگان امتیاز در این خصوص با حسن نیت عمل کرده باشند.^{۸۷}

البته برخی از کشورها در این خصوص قائل بر سختگیری و اعمال مقررات پیچیده نیستند، بعنوان مثال مطابق سیستم حقوقی آرژانتین اگر لیسانس فارغ از نوع و عنوان آن در ارگان های مربوطه به ثبت نرسند، این امر موجب بی اعتباری چنین قراردادهایی نخواهد شد، و تنها اثر آن عدم امکان لحاظ ما به ازای قراردادی بعنوان کسورات خویش در بیان تجاری لیسانس گیرنده خواهد بود و متقابلا امتیاز دهنده هم نمی تواند از مزیت های مالیاتی مربوطه (منع اخذ مالیات مضاعف در موافقت نامه های دوجانبه) بهره ببرد.^{۸۸}

دیدگاه های سیستم های حقوقی دنیا در خصوص نحوه تشکیل و اعتبار قراردادهای لیسانس صرفا به نظام های حقوقی مذکور معطوف نمی گردد و بسیاری دیگر از کشورها، رویه های مختلفی را برای همین منظور در نظر گرفته اند. بعنوان مثال بند 5 ماده 8-613 قانون مالکیت فکری فرانسه صرفا بر کتبی بودن قراردادهای مربوط

⁸⁶ Vietnam Decree 63/1996/ND-CP; Available at <http://www.USVtc.org/trade/bta/survey.pdf>.

به نقل از رهبری، ابراهیم، حقوق انتقال فن آوری، انتشارات سمت، ص 140

⁸⁷ صابری، روح الله، پیشین، ص 141

⁸⁸ Goldscheider, Robert. OP. Cit., p.465.

به گواهی نامه اختراع بمنظور اعتبار بخشیدن بر چنین قراردادهائی اذعان دارد و بر عادی یا رسمی بودن آن هیچ اشاره ای ندارد بر اساس ماده 613/9 قانون مذکور ، قرارداد لیسانس باید در دفتر ملی ثبت اختراعات ثبت گردد ، در فرض خلاف آن چنین قراردادهائی در برابر اشخاص ثالث قابلیت استناد را نخواهند داشت البته به غیر از مواردی که اشخاص ثالث از وجود چنین قراردادهائی اطلاع داشته باشند.⁸⁹

دیوان عالی فرانسه بیان داشته است که ثبت قرارداد به عنوان شرط اعتبار قراردادهای لیسانس علامت تجاری و برخی دیگر از موضوعات انتقال فناوری موثر در مقام نیست و اثر آنرا صرفا بر عدم امکان استناد در مقابل اشخاص ثالث تبیین کرده است .⁹⁰

گفتار اول : شرایط شکلی قراردادهای لیسانس علایم تجاری در نظام حقوقی ایران

حقوق ایران بر خلاف سایر سیستم های حقوقی که شرح آن مرقوم گردید صریحا مقرر کرده ای را در خصوص نحوه تشکیل قراردادهای لیسانس ارائه نکرده است . از اینرو با الهام از روح قواعد کلی مربوط به قراردادها ، می توان اذعان داشت که مقوله عدم رعایت تشریفات خاص برای انعقاد قراردادها برای قرارداد لیسانس نیز جاری و ساری خواهد بود و حکم مستقل و مجزائی که این نوع قراردادها را به لحاظ ساختار و جنس متفاوت آن از دیگر قراردادهای موضوع قوانین ایران جدا سازد ، وجود ندارد . با این وصف قاعده ای آمره مبنی بر کتبی یا رسمی بودن قراردادهای منعقد در ایران وجود ندارد و قراردادها به طور عام می توانند به صورت شفاهی و غیر رسمی منعقد گردند و در عین حال اعتبار لازم حقوقی را داشته باشند . شایان ذکر می باشد در خصوص قراردادهای لیسانس رویکرد حقوق ایران در مورد قابلیت استناد چنین قراردادهائی در برابر اشخاص ثالث کاملا مشابه حقوق فرانسه می باشد . در این خصوص ماده 50 قانون ثبت اختراعات ، طرح های صنعتی

⁸⁹ رهبری ، ابراهیم، پیشین،ص149

⁹⁰ Cour de cassation chambre commerciale Audience publique du Tuesday 18 DECEMBER 2001 N de pouvoi: 99-11183,available at: <http://legifrance.gouv.fr/affichjuri/Judi.do?oldAction=rechJuriJudi/id%20texte%20=%20JURITEXT000007432525/FASTREQID=18826445/FASTPOS=12>

و علایم تجاری ایران مصوب 1386 ثبت قراردادهای لیسانس را شرط لازم و کافی امکان استناد آن در برابر اشخاص ثالث می داند .

با امان نظر بر رویه های موجود به دلیل اصل رضایی بودن قراردادها و همچنین به دلیل عدم وجود مقررات خاص ، عدم ثبت قراردادهای لیسانس ، خللی در اعتبار قراردادها بوجود نمی آورد و موجبات بطلان آنرا فراهم نمی سازد . در پایان باید تصریح کرد که عدم ثبت قراردادهای لیسانس به اعتبار قرارداد خدشه ای وارد نمی سازد و برای طرفین قراردادی لازم الاجراء و معتبر می باشد ولی همان قرارداد در مقابل اشخاص ثالث قابلیت استناد ندارد گفتنی است که مقررات مشابهی در این خصوص در باب شرکت ها در حقوق تجارت ایران به تصویب رسیده است .

گفتار دوم : شرایط شکلی قراردادهای لیسانس علامت تجاری در نظام حقوقی مالزی

الزام قانونی در خصوص ثبت لیسانس علامت تجاری در حقوق مالزی وجود ندارد . به تاسی از پروتکل مادرید ، قانون علائم تجاری مالزی از اصطلاح معاملات قابل ثبت⁹¹ نام برده است .

دستورالعمل نحوه ثبت " معاملات قابل ثبت مالزی روش و چگونگی ثبت معاملات علائم تجاری ثبت شده و حتی معلق را بیان می دارد . اصطلاح معاملات قابل ثبت از قانون علائم تجاری کشور سنگاپور وارد سیستم حقوقی کشور مالزی شده است . مطابق قانون مذکور معاملات قابل ثبت عبارتند از :

1- واگذاری علامت تجاری و کلیه حقوق متعلق به آن

2- اعطای لیسانس علامت تجاری

3- دستور قضائی مبنی بر انتقال علامت تجاری

⁹¹ Registerable transaction

شایان ذکر می باشد که مطابق قوانین مالزی مقررات مربوط به ثبت معاملات قابل ثبت قابل تعمیم به کلیت قرارداد لیسانس نیست و از این عبارت چنین مستفاد می گردد که ثبت لیسانس علامت تجاری مقوله ای اجباری و الزامی نمی باشد. در عین حال دستورالعمل مزبور مزیت هائی را برای ثبت لیسانس علامت تجاری بر می شمارد که از آن جمله می توان از منظر لیسانس دهنده به مشخص شدن مالک واقعی علامت تجاری و از بین رفتن ادعای اشخاص ثالث و قابلیت استناد به آن در مقابل اشخاص ثالث اشاره کرد. با این وصف، عدم ثبت لیسانس علامت تجاری در کشور مالزی موجب بی اعتباری قرارداد مربوطه نمی گردد.⁹²

مبحث دوم: شرایط ماهوی اعتبار قراردادهای لیسانس علامت تجاری

گفتار اول: کلیات شرایط ماهوی قراردادهای لیسانس علامت تجاری

موضوع قرارداد لیسانس از جمله عقود غیر معینی می باشد که بصورت اخص راجع به شرایط کلی آن سخنی در قوانین داخلی ایران به میان نیامده است ولی آن چیزی که مبرهن است اشاره به این مطلب دارد که قراردادهای لیسانس مانند سایر قراردادها، نه تنها باید از اصول و قواعد بین المللی مربوطه تبعیت کند بلکه می بایستی در راستای ماده 190 قانون مدنی حائز تمامی شرایط موصوف در آن ماده باشد تا عنصر اعتبار قراردادی بر آن نیز اطلاق گردد.

در تمامی سیستم های حقوقی دنیا، معمولا مولفه های خاصی برای تامین شرایط ماهوی اعتبار قراردادهای مورد پیش بینی قرار گرفته است. به عبارت دیگر، نظام های حقوقی دنیا درصدد تبیین قواعد عمومی قراردادهای جهت متحد الشکل کردن نظامات حاکم بر قراردادهای هستند تا یک الگوی واحدی را برای احراز اعتبار قراردادهای در نظر

⁹² برای مطالعه بیشتر ر.ک. به آدرس:

<http://www.lexology.com/library.aspx?g=7a87b73b-of14-4bab-948f-bb4d7z222982>.

بگیرند با این وصف نباید غافل شد که برخی قراردادهای به حکم ماهیت و ویژگی خاص می بایستی متضمن سایر اوصاف تفصیلی و یا متفاوت از سایر قراردادهای باشند .

اصل حاکمیت اراده ها و آزادی قراردادی به صورت کامل در خصوص قراردادهای لیسانس اعمال می گردند و از این منظر تفاوتی با سایر قراردادهای ندارند . البته باید متذکر شد که آزادی قراردادی مذکور می بایستی در محدوده مشخص تحت عنوان قوانین و مقررات و مطابق قانون برخی کشورها بر اساس اخلاق حسنه به رسمیت شناخته شده در آن جامعه باشد ، مضافا اینکه بر اساس موازین یکسری از سیستم های حقوق دنیا آزادی های قراردادی طرفین در قراردادهای لیسانس محدودتر از سایر قراردادهای معین می باشد و دلیل آن حاکمیت نظام و قواعد خاص من جمله ثبت و تشریفات اداری و اجرائی می باشد که موجب می گردد طرفین در پیش بینی شروط دارای آزادی عمل کافی نباشند . از آن جمله می توان به مقررات کشور ویتنام و چین اشاره داشت که احکام مستقلا را برای قراردادهای لیسانس و فرانچایز لحاظ داشته اند .

طرفین قرارداد لیسانس مطابق قوانین کشور متبوع خودشان و یا قانون حاکم بر قرارداد می بایستی واجد شرایط خاصی باشند تا اعتبار چنین قراردادهایی تضمین گردد .

گفتار دوم : شرایط ماهوی قرارداد لیسانس تجاری در نظام حقوقی ایران

شرایط اعتبار قرارداد در حقوق ایران به صورت تفصیلی در ماده 190 قانون مدنی مرقوم افتاده است . در آثار نویسندگان حقوقی به شرایط مذکور شرایط صحت قرارداد گفته می شود که وجود آنها موجبات اعتبار قرارداد را فراهم می سازد .

بند اول : قصد و رضای طرفین

ماده 190 قانون مدنی ایران ، قصد و رضای طرفین را به عنوان شرط صحت قرارداد ها بر می شمارد . مطابق این ماده طرفین یک قرارداد علاوه بر اینکه می بایستی قصد انعقاد قراردادی را داشته باشند بلکه رضای آنها در خصوص انعقاد و اجرای قرارداد نیز می بایستی محرز گردد .

منظور از قصد ارده است با این توضیح که طرفین یک قرارداد می بایستی دارای اراده باطنی برای انعقاد یک قرارداد باشند . در حقوق ایران نحوه اعلام اراده به صورت مشخص احصاء نشده است و ماده 191 قانون مدنی در این خصوص بیان می دارد که " عقد محقق می شود به قصد انشاء به شرط مقرون بودن چیزی که دلالت بر قصد کند " با این وصف الزامی وجود ندارد که این اراده حتما از طریق لفظ اعلام گردد و می تواند حتی به صورت اشاره هم انجام پذیرد . شایان ذکر می باشد که اشاره ای متضمن اعلام اراده خواهد بود که واضح و معلوم باشد و قصد انعقاد قرارداد را به صورت رسا بیان کند . از این رو است که ماده 192 قانون مدنی ایران بیان می دارد که " در مواردی که برای طرفین یا یکی از آنها تلفظ ممکن نباشد ، اشاره ای که مبین قصد و رضا باشد ، کافی است " . ماده 195 قانون مدنی در صدد توشیح تمثیل مورد فوق الذکر برآمده است که چنین بیان می دارد " اگر کسی در حال مستی یا بیهوشی یا در خواب معامله نماید آن معامله به لحاظ فقدان قصد باطل است "

البته موارد مذکور در این ماده جنبه احصائی ندارند و می توانند حوزه وسیعی را شامل گردند ، بر همین اساس فقدان قصد برای انعقاد قرارداد تبعات سنگینی چون بطلان قرارداد را مطابق قوانین ایران خواهد داشت .

در قراردادهای بین المللی به واسطه اهمیت موضوع و آگاهی طرفین از مفاد مذاکرات مخصوصا در مذاکرات حرفه ای معمولا ادعائی مبنی بر عدم وجود قصد برای انعقاد قرارداد مطرح نمی گردد ولی اگر به صورت نادر قصد فوق الذکر در خصوص قراردادهای لیسانس علامت تجاری اتفاق افتد ، قطعاً به موجب قانون ایران ، بطلان قرارداد از عواقب مهم آن خواهد بود . فقدان رضا در قرارداد بر اساس قوانین ایران به صورت مستقیم و بی واسطه موجب بطلان قرارداد نمی گردد و عدم تنفیذ آن توسط شخص ذینفع ممکن است منجر به بطلان آن شود . شناسائی

عنصر رضا به عنوان شرایط صحت قراردادها از اصل نسبی بودن قراردادها نشات می گیرد. در این خصوص ماده 196 قانون مدنی اشعار می دارد که " کسی که معامله می کند آن معامله برای خود آن شخص محسوب می شود ، مگر اینکه در موقع عقد خلاف آنرا تصریح نماید یا بعدا خلاف آن ثابت شود ، معذالک ممکن است در ضمن معامله که شخص برای خود می کند ، تعهدی هم به نفع شخص ثالث نماید " . یا درجایی دیگر ماده 197 قانون مدنی چنین بیان می دارد که " در صورتیکه ثمن یا مئمن معامله عین متعلق به غیر باشد ، آن معامله برای صاحب عین خواهد بود " . البته فحوای کلی این ماده در خصوص معاملات فضولی می باشد .

در خصوص قراردادهای لیسانس علامت تجاری چنین سوال مطرح می گردد که آیا اگر شخصی غیر از مالک علامت تجاری آنرا در قالب قرارداد لیسانس به اشخاص دیگر واگذار کند ، این عقد فضولی و قابل تنفیذ خواهد بود یا به موجب ماهیت مستقل و قواعد خاص حاکم بر چنین قراردادهایی محکوم به بطلان خواهد شد ؟

در حقوق ایران با توجه به اطلاق قرارداد فضولی به صورت جامع و عدم قائل شدن به استثناء خاص در این زمینه باید اذعان داشت که نباید تفاوتی بین اموال مادی و غیر مادی قائل شد مگر اینکه به موجب وجود ماهیت یا قاعده خاص در خصوص اموال غیر مادی چنین استنباط کنیم که بر خلاف سایر قراردادها ، عدم انعقاد قرارداد انتقال فناوری توسط دارندگان امتیاز به واسطه حمایت قانونی از آنها و جلوگیری از سوء استفاده های احتمالی در صورت انعقاد آن به نحو فضولی می بایستی در صحت چنین قراردادهائی شک و تردید داشت . به نظر می رسد با توجه به فلسفه اعطای حقوق انحصاری به مالک این دسته از حقوق در استفاده از آن و یا حمایت از دارندگان امتیاز در مقابل دیگران و منع اشخاص غیر ذینفع از فروش ، واگذاری ، تولید و سرمایه گذاری ، صحت قراردادهای لیسانس زیر سوال می رود و بهتر است قائل بر بطلان چنین قراردادهایی باشیم⁹³ .

در حقوق آمریکا یکی از شرایط مهم و لازم برای انعقاد قراردادهای لیسانس ، احراز مالکیت بر پروانه اختراع می باشد ، به این نحو که اگر کسی مالک پروانه اختراع نباشد یا از جانب مالک اصلی اختیار و قدرت اعطای مجوز

⁹³ صابری، روح الله، پیشین ، ص 85

لیسانس را نداشته باشد ولی اقدام به انتقال آن کند مرتکب مشارکت^{۹۴} یا تحریک^{۹۵} دیگری به نقض حقوق مالکیت فکری شده است^{۹۶} از منطوق عبارت مذکور چنین متبادر به ذهن می رسد که گیرنده امتیاز نیز قبل از انعقاد قرارداد می بایستی از مالک بودن طرف قراردادی خویش اطمینان حاصل کند.^{۹۷}

بند دوم : موضوع معین

مباحث عمده ای می تواند موضوع قرارداد ليسانس باشد که قطعاً می بایستی در قرارداد ليسانس به طور دقیق و معین توصیف گردند از جمله موضوعات متفاوت قراردادهای ليسانس می توان به فناوری های تولید ، علائم تجاری و یا حق اختراع ثبت شده اشاره کرد . در سیستم های مختلف حقوقی دنیا در خصوص ماهیت موضوع و مورد قراردادهای ليسانس به صورت تفصیلی یا اجمالی پرداخته نشده است . مطابق قانون فرانسه دانش فنی

نمی تواند همانند اختراع به عنوان مال محسوب گردد و با این وصف نمی تواند موضوع قرارداد ليسانس واقع گردد بلکه موضوع مذکور را نهایتاً بتوان در یکی از چارچوب های حقوقی و قراردادی مانند عقد مشارکت در آورد.^{۹۸}

به موجب ماده 44 قانون ثبت اختراعات ، طرح های صنعتی و علائم تجاری مصوب 1386 ، علامت تجاری و یا اظهارنامه ثبت علامت تجاری یکی دیگر از موضوعات قراردادهای ليسانس می باشد . انتقال علامت تجاری در قالب قراردادهای ليسانس معمولاً به تنهایی انجام نمی پذیرد و در کنار دیگر موضوعات ليسانس بمنظور استفاده گیرنده امتیاز از اعتبار شناخته شده ارائه دهنده امتیاز ، مورد استفاده قرار می گیرد . شایان ذکر می باشد که گیرنده

⁹⁴ Contributing infringement

⁹⁵ Inducement of infringement

⁹⁶ Intellectual property infringement

⁹⁷ Dratler ,OP,CIT,P.1-6.

وی 4 شرط لازم برای موثر بودن قرارداد ليسانس را به نحو ذیل احصاء نموده است:

الف) مالکیت ليسانس دهنده بر موضوع مالکیت فکری

ب) مالکیت فکری به موجب قانون حمایت شده باشد.

ج) تصریح به اینکه چه حقوقی منتقل شده باشد.

د) تصریح به اینکه چه حقوقی منتقل نشده است.

به نقل از صابری، روح الله، پیشین، ص 84.

⁹⁸ Civ3,26 fovrier 1984, Azema, Jacque and Galloux, Jean, Christophe, Droit de la propriete, industrielle, Dalloz, Franchise,2006,P.543.

به نقل از : رهبری ، پیشین، ص 151

لیسانس صرفاً می‌بایستی مطابق منویات لیسانس دهنده و طبق مفاد قرارداد مبادرت به استفاده از آن کند و به هیچ عنوان نمی‌تواند از محدوده و زمینه تعیین شده در قرارداد عدول و سرپیچی نماید.

در ماده 190 قانون مدنی ایران در خصوص مورد معامله چنین بیان شده است که: "موضوع معین که مورد معامله باشد" از جمله شرایط صحت عقد می‌باشد. مورد معامله مطابق قانون مدنی ایران باید مالیت و منفعت عقلائی داشته باشد و همچنین نباید مبهم باشد.⁹⁹

از آنجائیکه حقوق مالکیت فکری قابلیت نقل و انتقال و تعیین مابه‌ازای قراردادی دارد بنابراین می‌تواند بعنوان مال محسوب گردد.

اگر در قراردادهای لیسانس پروانه اختراع بعنوان موضوع قرارداد در نظر گرفته شود، موارد ذیل می‌بایستی مورد استناد قرار گیرند:

1- جدید باشد

2- گام ابتکاری وجود داشته باشد

3- قابلیت صنعتی شدن داشته باشد

در تمامی سیستم‌های حقوقی دنیا، حق اعتراض ثالث به پروانه اختراع ثبت شده محفوظ می‌باشد. چه بسا اشخاص ذینفعی که به واسطه به ثبت رسیدن آن پروانه اختراع، متضرر واقع گردد بتوانند از این محمل قانونی در راستای احقاق حق خودشان استفاده نمایند. معمولاً به واسطه وجود یکسری محدودیت‌ها در اکثر کشورهای درگیر با موضوع مذکور از جمله ایران ارزیابی دقیقی از جدی بودن و وجود گام ابداعی صورت نمی‌پذیرد.

⁹⁹ ماده 216 مدنی:

مورد معامله باید مبهم نباشد مگر در موارد خاصه که علم اجمالی به آن کافی است.

ماده 217 قانون مدنی: در معامله لازم نیست که جهت آن تصریح شود ولی اگر تصریح شده باشد باید مشروع باشد و الا معامله باطل است.

پس به عنوان یک اصل بین المللی پذیرفته شده حق تجدید نظر خواهی و اعتراض برای ذینفعان همواره به رسمیت شناخته شده است .

در قانون ایران ، دادگاه های عمومی تهران برای رسیدگی به این نوع از اختراعات و موارد تجدید نظر خواهی صالح هستند و در کشورهای دیگر در وهله اول ، مرجع صادر کننده پروانه اختراع (اداره ثبت اختراعات) به مسائل مستحدثه رسیدگی می کنند .

آثار اعتراض به اختراع ثبت شده محدود به موارد زیر خواهد شد :

الف) رد اعتراض بواسطه وارد ندانستن آن توسط مرجع رسیدگی

ب) ابطال پرونده اختراع بواسطه قبول اعتراض

اگر اعتراض شخص مدعی مردود اعلام گردد ، کماکان قرارداد لیسانس به اعتبار خود باقی خواهد ماند .

بند سوم : مابه ازای و عوضین قراردادی

پیش بینی عوض یا مابه ازای قراردادی در برخی عقود از ارکان اساسی آن عقد می باشد . با مذاقه در آثار برخی نویسندگان حقوقی مشخص می گردد که فقدان عوض یا عدم پیش بینی آن یک سند را از قالب قرارداد^{۱۰۰} به موافقت نامه ساده^{۱۰۱} تبدیل می کند . جهت بسط موضوع باید بیان داشت که موافقت نامه می تواند متضمن یک یا چند تعهد یک طرفه یا دو طرفه باشد بدون آنکه مابه ازای خاصی بر آن مترتب گردد ، فی المثل موافقت نامه محرمانگی و عدم افشا ولی با لحاظ ماهیت قراردادی و موضوعیت حقوقی طرفین قرارداد ، ضمناً باید مابه ازای قراردادی مطابق اصول و نظامات حقوق تجارت بین الملل تعیین گردد . شایان ذکر می باشد که مقررات بین المللی در این خصوص دارای نظر واحد نیستند و هر کدام به تناسب جایگاه و فلسفه وجودی خود قواعد مربوط

¹⁰⁰ contract

¹⁰¹ agreement

به پیش بینی مابه ازای را تعیین کردند. در همین راستا می توان به کنوانسیون حمل و نقل جاده ای^{۱۰۲} اشاره داشت که شرط صحت قرارداد حمل مطابق موازین آن کنوانسیون، پیش بینی عوض قراردادی (کرایه در مقابل حمل) می باشد، در حالیکه مطابق کنوانسیون حمل و نقل ریلی^{۱۰۳} شرط وجود عوض در قرارداد برای طرفین مورد لحاظ قرار نگرفته است.

درج عوض در قرارداد فارغ از مباحث مذکور می تواند آثار قابل توجهی داشته باشد. یکی از مهمترین آثار پیش بینی عوض در یک قرارداد منتفی شدن یک تعهد زمانی که انجام و اجرای تعهد دیگری (عوضین) معلق مانده است یا به هر نحوی انجام نشده است می باشد. از این مورد در حقوق داخلی ایران بعنوان حق حبس یاد می گردد. با اندکی تامل می توان آثار پیش بینی عوض در یک قرارداد را به بروز و ظهور خیارهای مختلف تعمیم داد. بعنوان مثال موجد ادعای غبن در یک معامله گنجاندن و تعیین مابه ازایی می باشد که تناسبی با موضوع قرارداد ندارد.

نهایتاً می توان اذعان داشت که درج عوض در قرارداد آن را از جمله عقود تبرعی متمایز می سازد و ماهیت جداگانه ای به آن می بخشد. نظرات متعددی در خصوص معوض بودن قرارداد ليسانس ارائه شده است، البته این درحالیست که فرض خلاف آن هم موافقین خود را دارد. مطلوب است در این خصوص، مقررات و قوانین سایر کشورها و سیستم های حقوقی مختلف دنیا مورد بررسی قرار گیرد.

در حقوق فرانسه موضوع معوض یا غیر معوض بودن قرارداد ليسانس با قطعیت مشخص نشده است و امکان پیش بینی عوض برای اعطای مجوز بهره برداری در اختیار طرفین قرارداد ليسانس قرار گرفته است.^{۱۰۴}

¹⁰² Convension de merchandice routier (CMR)

¹⁰³ The Convention concerning International Carriage by Rail (COTIF)

¹⁰⁴ ARTICLE 1 Arrete du 26 mai 1970 relatif aux modalites d'application du decret n 70-441 du 26 mai 1970.

در سیستم حقوق کامن لا لحاظ عوض در قرارداد جهت تبیین تعهدات دو طرفه و ترسیم ماهیت اجرائی قرارداد بیش از سایر مقررات و سیستم های حقوقی دیگر مورد تاکید قرار گرفته است. از اینرو در حقوق انگلستان جهت لازم الاجراء شدن قرارداد های انتقال فناوری علی الخصوص قراردادهای ليسانس لزوم درج عوض با هر عنوان ممکن ضروری بنظر می رسد. ۱۰۵

اگر بخواهیم به موضوع مزبور در حیطه ای فراتر از محدوده قانون بنگریم قطعاً باید عرف حاکم بر قراردادهای بین المللی مخصوصاً قراردادهای انتقال تکنولوژی و فناوری رو در نظر بگیریم. در عرصه بین الملل عمدتاً قراردادها بمنظور تحصیل منفعت حداکثری منعقد می گردند و هیچ یک از طرفین قرارداد راضی به از دست دادن امتیاز خویش و یا متعهد شدن در قبال طرف دیگر بصورت بلاعوض نیست. البته شایان ذکر می باشد که در قراردادهای ليسانس علامت تجاری موضوعات متعددی از قبیل موارد ذیل می تواند در تعیین عوض قراردادی دخیل باشند. با امعان نظر به اینکه در خصوص قراردادهای ليسانس مقرره قابل ارجاع خاصی در کشور تصویب نشده است و فروضات کامل آن مانند عقود معین تبیین نشده است، این نوع قراردادها در عمل از سیستم جهانی مربوط به نظام پرداخت تبعیت می کنند. مساله ای که در باب عوض قراردادی مطابق حقوق ایران و احکام فقهی قابل تامل می باشد موضوع مشخص بودن مبلغ قرارداد می باشد به نحویکه طرفین نسبت به حدود و ثغور آن جاهل نباشند. در یک نگاه کلی شاید بنظر برسد که تعیین حق امتیاز بعنوان سیستم پرداختی قرارداد ليسانس عاری از اشکال فقهی و حقوقی بموجب موارد فوق الذکر نباشد ولی در توجیه آن می توان قائل بر این پاسخ بود که هر چند مبلغ قرارداد ليسانس بصورت ثابت معین نمی گردد ولی در کل چارچوب و معیار خاصی برای آن در نظر گرفته می شود که به مجهولات ناشی از عدم معین بودن مبلغ قرارداد پاسخ می دهد و ترتیبات خاصی را طرفین در نظر می گیرند.

105 جهت مطالعه بیشتر ر.ک:

از اینرو جملگی قراردادهای لیسانس که در ایران اجرا یا منعقد می گردد به تاسی از نظامات بین المللی حاکم بر این نوع از قراردادها می تواند دارای مبلغ معین و یا بصورت حق امتیاز باشند و از این حیث خللی بر اعتبار قرارداد طرفین وارد نمی شود .

البته ماده 44 قانون ثبت اختراعات ، طرحهای صنعتی و علائم تجاری مصوب 1386 بر اعمال کنترل اجازه دهنده بر کیفیت و مرغوبیت کالا و ارائه خدمات توسط بهره بردار اشاره دارد که مطابق آن اجازه دهنده دارای اختیار تام در خصوص اعمال کنترل بر روند فعالیت استفاده کننده می باشد. همین ماده ضمانت اجرایی عدم انجام آنرا فقدان اعتبار اجازه بهره برداری شناخته است. این ماده با این وصف بر اهمیت کنترل و اشرافیت بر فعالیت های اجازه گیرنده توسط اجازه دهنده اشعار دارد و نوع کنترل را به صورت موثر و کارآمد پیش بینی کرده است. در خصوص سایر شرایط مندرج در قانون مدنی برای صحت قراردادها از جمله اهلیت طرفین و مشروعیت جهت معامله از آنجائیکه روح قواعد عمومی قراردادها بر موارد مذکور حاکم است، و مقرره خاصی ویژه قرارداد لیسانس برای موضوعات فوق الذکر وجود ندارد، نگارنده از اطاله کلام و تکرار مکررات خودداری ورزیده است.

گفتار سوم : شرایط ماهوی قرارداد لیسانس علایم تجاری در نظام حقوقی مالزی

قانون مالزی همانند قانون چین در خصوص مورد معامله بر این باور می باشد که مورد معامله قطعا می بایستی مشخص و عاری از ابهام باشد . مطابق قانون مالزی تردید در مالکیت مورد قرارداد (لیسانس) موجبات بی اعتباری آن قراردادها را در صورت اثبات ادعا به همراه خواهد داشت .

مطابق قوانین مالزی در صورتی که هر حق ناشی از قرارداد لیسانس ، بی اعتبار اعلام گردد ، چنین فرض خواهد شد که از همان ابتداء وجود نداشته است و باید اذعان داشت که اعلام بی اعتباری آن اثر قهقرائی ندارد به این معنی که اعلام بی اعتباری آتی بر احکام صادره از محاکم دادگستری که قطعی و اجرا شده اند ، اثری نخواهد داشت و همچنین بر قراردادهائی که قبل از اعلام بی اعتباری آن منعقد و اجرا شده اند . ولی بر اساس اصل انصاف

چنین مقرر شده است که ممکن است بموجب دستور دادگاه ، تمام یا قسمتی از مبلغ قرارداد به ليسانس گیرنده عودت گردد .^{۱۰۶}

مابه ازای و عوضین قراردادی

با اعمال مذاقه در حقوق مالزی و قوانین و مقررات مربوطه نتیجه ای که عاید می گردد ، عبارت از این نکته می باشد که محدودیت خاص در اعمال شیوه نظام خاص پرداختی در کشور مالزی در خصوص قراردادهای ليسانس وجود ندارد .

کشور مالزی به عنوان یک کشور رو به رشد و دارای اقتصاد خوب محمل انعقاد و اجرای قراردادهای بسیار زیادی علی الخصوص در حوزه خدمات و انتقال فن آوری و دانش فنی بوده است . از اینرو با توجه به تجارب ارزنده ، انواع مختلف قراردادهای ليسانس با فرض شرایط متفاوت به مرحله انعقاد و اجرا رسیده است .

حق امتیاز شناور^{۱۰۷} یکی از انواع سیستم های پرداختی قراردادهای ليسانس در کشور مالزی می باشد که مطابق آن حق امتیاز بر پایه میزان فروش تعیین می گردد. به عبارت بهتر می توان ادعان داشت که میزان فروش و نوسان ناشی از آن فاکتور اساسی تعیین حق امتیاز می باشد .^{۱۰۸}

نوع دیگری از قراردادهای ليسانس که در کشور مالزی هم انعقاد آن معمول می باشد ، شرط پرداخت " حداقل تضمین شده حق امتیاز " ^{۱۰۹} می باشد . در این نوع مکانیزم پرداخت ليسانس دهنده شناخت کافی و جامع از گیرنده امتیاز ندارد و سود آوری پروژه در قلمرو قراردادی محل تشکیک و تردید می باشد ، در چنین حالتی

¹⁰⁶ جهت مطالعه بیشتر ر.ک.:

http://www.myipo.gov.my/wp-content/uploads/2017/01/tmlawmanual_amend.pdf

¹⁰⁷ Floating royalty

¹⁰⁸ Lee Swee Seng, Licensing AND Franchising in Malaysia, 2020,p.18.

¹⁰⁹ Annual guaranteed minimum

لیسانس دهنده برای تامین حاشیه امن خود در متن قرارداد ليسانس مقرر می دارد که میزان دریافتی وی فارغ از عنوان آن نباید از یک مبلغ معین کمتر باشد .^{۱۱۰}

الف : تعیین قیمت مقطوع بعنوان عوض^{۱۱۱}

در سنتی ترین شکل ممکن قراردادهای ليسانس با یک قیمت مقطوع منعقد می گردند . در این نوع از قراردادها ليسانس دهنده یک قیمت مقطوع برای استفاده از علامت تجاری خویش در نظر می گیرد که متعاقبا ليسانس گیرنده می تواند آنرا قبول یا رد نماید .

چهارچوب کلی چنین قراردادهائی بیشتر شبیه قراردادهای بیع بین المللی می باشد . گیرنده امتیاز مطابق مفاد قرارداد موظف است تا به تعهدات ذاتی خویش تحت عنوان تادیه ثمن قراردادی عمل کند و مطابق جدول زمانبندی و شیوه پرداخت مبلغ مورد توافق را به ليسانس دهنده پرداخت نماید البته تعیین قیمت مقطوع به مفهوم پرداخت یک جا و یکدفعه مبلغ قرارداد نیست و بسته به توافق طرفین می تواند بصورت اقساطی یا پرداخت در چند مرحله متفاوت باشد . گفتنی است که الگوی اساسی این نوع از قراردادها تعیین مبلغ ثابت بدون لحاظ و احتساب موارد حاشیه ای مربوط به اجرای قرارداد می باشد .

ب : حق امتیاز^{۱۱۲}

در حقوق داخلی ایران علی الخصوص در متون فقهی و حقوقی ایران اصطلاح حق امتیاز اصطلاح نامانوسی می باشد که زیاد به آن پرداخته نشده است . حق امتیاز را می توان نوعی حق قلمداد نمود که در قالب وجه نقد یا

¹¹⁰ Leland , Caryn R., Licensing Art and Design , Allworth communications, Inc., USA, 1995,P.44.

به نقل از رهبری، ابراهیم، پیشین، ص 158

¹¹¹ lump sum

¹¹² royalty

سایر اوصاف ما به ازای قراردادی در قبال اعطا و واگذاری حق بهره برداری از یک امتیاز مربوط به فناوری به دارنده امتیاز پرداخت می گردد .

اخیرا از اصطلاحات مترادفی برای حق امتیاز از قبیل حق امتیاز اجاره ، رویالیتی ، حقوق مالکانه و دیگر اصطلاحات مرتبط استفاده شده است .

سازمان جهانی مالکیت فکری^{۱۱۳} حق امتیاز را بشرح زیر تعریف می کند:^{۱۱۴}

" حق امتیاز ، پرداخت منظمی به صورت مبلغ مشخص یا درصد معینی است که در ازای استفاده یا نتیجه اقتصادی که عاید گیرنده امتیاز می شود ، به واگذارنده امتیاز پرداخت می گردد " .

مطابق اصل آزادی قراردادهای طرفین مختار هستند تا از هرگونه عوضین قراردادی در قرارداد اصلی لیسانس استفاده کنند ولی در عرصه بین المللی پرداخت پول به عنوان ما به ازای قراردادی بیشتر شناخته شده می باشد . تعیین حق امتیاز به عوامل مختلفی بستگی دارد ، از جمله می توان به منطقه اجرائی قرارداد^{۱۱۵} انحصاری یا غیر انحصاری بودن قرارداد ، پشتیبانی امتیاز دهنده ، اهمیت موضوع فناوری و سایر مؤلفه ها اشاره داشت .

با این وصف در خصوص حق امتیاز باید اذعان داشت که قیمت موضوع قرارداد نه تنها ثابت نیست بلکه تحت شرایط خاصی می تواند نوسان خاصی را تجربه کند . اگر چه برای تعیین حق امتیاز از معیارها و استانداردهای خاصی استفاده می شود ولی عدم امکان پیش بینی یک مبلغ ثابت می تواند از مهم ترین خصوصیات حق امتیاز در قراردادهای لیسانس باشد .

¹¹³ World intellectual property organization (WIPO)

¹¹⁴ World intellectual property organization 1997,licensing Guide for developing countries,P.96.

به نقل از عسگری مهرآبادی، اشکان و رهبری، ابراهیم، حق امتیاز به عنوان عوض در قراردادهای لیسانس اختراع، پژوهشنامه دو فصلنامه حقوق خصوصی عدالت، سال سوم، شماره ششم ص 76.

¹¹⁵ territory

میزان ، نحوه و زمانبندی مربوط به تادیه حق امتیاز در قالب یک قرارداد براساس مذاکرات طرفین و برآورد مالی پروژه تعیین می گردد . طرفین قرارداد لیسانس می توانند فاکتورهای متفاوتی را برای تعیین حق امتیاز در نظر بگیرند که از آن جمله می توان به درصد مشخصی از فروش ، درصد مشخصی از تولید و درصد مشخصی از توزیع اشاره داشت . آنچه که مبرهن است ، اشاره به این مطلب دارد که طرفین در تقلاي کاهش ريسک های احتمالی خود هستند و بواسطه تعیین حق امتیاز می خواهند با طیب خاطر به اجرای قرارداد بپردازند . شایان ذکر می باشد که حق امتیاز زمانی بعنوان مابه ازای قراردادی تعیین می گردد که لیسانس دهنده از ماهیت مالی امتیاز خویش اطلاع مکفی ندارد و از طرفی دیگر گیرنده لیسانس بموجب عدم داشتن دید کلی نسبت به خروجی سرمایه گذاری و عدم اطمینان از سود آوری موضوع قرارداد لیسانس با متوسل شدن به سیستم حق امتیاز در صدد کاهش بار روانی سرمایه گذاری و ریسک مالی خویش می باشد .

بعضا از قراردادهای لیسانس به عنوان قراردادهای خدمات متقابل^{۱۱۶} نیز یاد می گردد با این توضیح که در این نوع از قراردادهای لیسانس ، گیرنده امتیاز وجه نقد یا مبلغ پول را درقبال اخذ و تحصیل امتیاز از ارائه دهنده امتیاز پرداخت نمی کند بلکه بصورت متقابل مبادرت به واگذاری امتیازات فناوری مکتسب خویش می کند که در واقع نوعی تهاتر خدمات یا ارائه امتیاز می باشد . معمولا در این نوع قراردادها مبلغ مشخص از پول یا وجه نقد بین طرفین قرارداد مبادله نمی گردد .

فصل دوم : شرایط شکلی و ماهوی قراردادهای فرانچایز علامت تجاری

مبحث اول : شرایط شکلی قراردادهای فرانچایز علامت تجاری

¹¹⁶ Counter service agreement

گفتار اول : شرایط شکلی انعقاد قرارداد فرانچایز علامت تجاری در نظام حقوقی ایران

قراردادهای فرانچایز بواسطه تنوع و تعدد تعهدات طرفین و پیچیدگی موازین حقوقی حاکم بر آن از جمله قراردادهای تشریفاتی می باشد . به عبارتی دیگر می توان بیان داشت که قراردادهای فرانچایز با توجه به اوصاف منحصر به فرد نمی تواند در زمره عقود رضایی قرار گیرند . اصل رضایی بودن عقود در اصطلاح حقوقی به این مفهوم است که برای تشکیل آن صرف تراضی و توافق طرفین کفایت می کند و اعمال تشریفات خاص برای تشکیل آن پیش بینی نشده است . جملگی قراردادهایی که مطابق قوانین مربوطه منعقد می شوند ، از حیث تشکیل و اعتبار از یک سری اصول و قواعد خاص باید پیروی کنند .^{۱۱۷}

قانون مدنی در مواد 219 تا 225 قواعد عمومی قراردادها را که متضمن یکسری قواعد و موازین مشترک عقود می باشد ، معرفی کرده و مبادرت به تبیین آنها نموده است . یکی از مهمترین اصول مذکور ، اصل رضایی بودن قراردادها می باشد . شایان ذکر است که قانون مدنی صراحتاً در مبحث قواعد عمومی قراردادها از این اصل سخن به میان نیاورده است ولی این تاسیس حقوقی را می توان از ماده 191 قانون مدنی استنباط نمود .

تمامی عقود و قراردادهایی که مطابق قانون منعقد و تشکیل می گردند ، از جوانب مختلفی می توانند تقسیم بندی شوند . یکی از این تقسیم بندی های مهم در باب قرارداد ، تقسیم آن به قراردادهای رضایی و تشریفاتی می باشد ، با این وصف ، عقود در یک تقسیم بندی کلی در دو گروه رضایی و تشریفاتی جای می گیرند که هر کدام از آنها دارای ترتیبات خاص حقوقی می باشند .^{۱۱۸}

¹¹⁷ انوری، حسن، فرهنگ بزرگ سخن، انتشارات سخن، ج 1، ص 441
¹¹⁸ صفایی، سید حسین، قواعد عمومی قراردادها، ج 2، ص 41

بند اول : عقود رضایی

عقود رضایی به عقودی اطلاق می گردد که به صرف توافق و تراضی طرفین منعقد می گردد ، البته به شرطی که توافق و تراضی مذکور به نحوی از انحاء توسط طرفین عقد بیان و ابراز شده باشد . با این وصف برای تشکیل قرارداد رضایی نیاز به اعمال تشریفات و دستورالعمل خاصی نیست . ماده 190 قانون مدنی شرایط اساسی برای صحت معاملات را منوط به وجود چهار مولفه اساسی در آن می داند . از اینرو قصد و رضای طرفین و همچنین اهلیت طرفین و معین بودن مورد معامله و مشروعیت آن به عنوان شرایط اساسی صحت قراردادها معرفی شده اند

۱۱۹ .

بند دوم : عقود تشریفاتی

عقود تشریفاتی یا قراردادهای غیر رضایی به قراردادهایی اطلاق می گردند که علاوه بر رعایت ماده 190 قانون مدنی می بایستی یکسری تشریفات خاص جهت تکمیل روند تشکیل و انعقاد قرارداد اعمال گردد . در راستای تبیین بیشتر موضوع بحث ، می توان بیان داشت که در عقود تشریفاتی طرفین می بایستی اراده خود را مطابق موازین و ترتیبات قانونی ابراز دارند .^{۱۲۰}

با لحاظ جمیع اوصاف یادشده ، می توان مقرر داشت که در عقود تشریفاتی ، برخلاف تمام مواردی که در باب رضایی بودن عقود بیان شد ، برای تشکیل قرارداد ، توافق و تراضی محض شرط کافی و مکفی نیست و توافق طرفین صرفا زمانی می تواند منشاء اثر حقوقی واقع گردد که به همراه اعمال و انجام یکسری تشریفات مختص تشکیل آن نوع قرارداد باشد ، به عبارتی در عقد تشریفاتی صورت عقد شرط انعقاد آن می باشد و توافقی که شکل خاص انعقاد مطروحه توسط قانون گذار در آن رعایت نگردد ، محکوم به بطلان است ، هر چند که طرفین در این خصوص تشکیل و انعقاد آنرا اقرار نمایند .^{۱۲۱}

¹¹⁹ بهرامی احمدی، حمید، کلیات عقود و قراردادهای، چاپ دوم، ص 35

¹²⁰ صفایی ، سید حسین، همان، ص 42

¹²¹ کاتوزیان، ناصر، در قواعد عمومی قراردادهای، جلد دوم، ص 324

در یک بررسی جامع می توان به این نتیجه رسید که قراردادهای فرانچایز از جمله قراردادهای تشریفاتی تلقی می شوند و دلیل متقن آن رعایت یکسری نظامات اداری و اجرایی خاص مانند مباحث مذکور می باشد . مضافاً اینکه احتمال وقوع قرارداد فنی و پیچیده ای چون قرارداد فرانچایز به صرف توافق و بدون نیاز به اعمال تشریفات لازم بسیار ضعیف می باشد چرا که استمرار اجرای این قرارداد برای مدت طولانی و دخیل بودن موضوعات حساس حقوقی مانند حقوق مالکیت فکری این نوع قراردادها را در خور اعتنا می کند .^{۱۲۲}

با اعمال مذاقه در قوانین و مقررات سایر سیستم های حقوقی دنیا معلوم می گردد که رویه ای متحد الشکل در خصوص تشکیل قراردادهای فرانچایز بصورت خودکار بوجود آمده است که مبین تشریفاتی بودن قرارداد فرانچایز می باشد ، از آن جمله می توان به لزوم ثبت و تأیید قرارداد ، مکتوب بودن آن و لزوم پیش بینی کنترل کیفیت قراردادهای فرانچایز اشاره داشت.

الف : مکتوب بودن قراردادهای فرانچایز

با توجه به استمرار اجرای قراردادهای فرانچایز و دخیل بودن موضوعات متعدد حقوقی و اقتصادی و همچنین ساختار پیچیده اجرای این نوع قراردادها ، عملاً فرض تشکیل چنین قراردادهایی به صورت شفاهی منتفی می باشد . از اینرو برخی از سیستم های حقوقی دنیا به صراحت کتبی بودن چنین قراردادهایی را پیش بینی کرده اند و اعتبار آنها منوط به کتبی بودن مفاد قرارداد دانسته اند ، بعنوان مثال ماده 7 قانون فرانچایز بلژیک و ماده 6 قانون فرانچایز لیتوانی بر کتبی بودن قراردادهای فرانچایز صحه گذاشته اند . قانون ثبت اختراعات ، طرح های صنعتی و علائم تجاری ایران مصوب 1386 هم در ماده 50 به صورت تلویحی بر لزوم کتبی بودن قراردادهای اجازه بهره برداری موضوع قراردادهای فرانچایز تأیید داشته است .^{۱۲۳}

¹²² اسلامی ، میثم، بررسی تطبیقی تشکیل قراردادهای انتقال فناوری، دو فصلنامه تطبیقی دانشگاه مفید، سال 1396، ص 52

¹²³ نجات زادگان ، حمید، قراردادهای فرانچایز، 1394، ص 153

قراردادهای فرانچایز بین المللی با توجه به برخورداری و استفاده از یکسری منضمات مهم مانند دستورالعمل های اجرائی و جداول زمانبندی و مالی و یکسری اسناد مربوط به سیاست کلی بازاریابی و خط مشی تجاری فرانچایز دهنده ، لزوم کتبی بودن این نوع قراردادها را بیش از پیش آشکار می کند .^{۱۲۴}

ب : ثبت و تأیید قراردادهای فرانچایز

موضوع ثبت و تأیید قراردادها از جمله موضوعاتی می باشد که از یک نظام حقوقی به نظام دیگر می تواند دارای تفاوت های اساسی باشد . با مطالعه در منابع و اسناد حقوقی سیستم های حقوقی دنیا مشخص می گردد که ثبت و تأیید قراردادهای فرانچایز می تواند با هم یا صرفاً یکی از آنها بدون نیاز به انجام دیگری واقع گردد . به عنوان مثال برخی از کشورها صرفاً بر لزوم تأیید این نوع از قراردادها صحه می گذارند ، بدون آنکه نیازی به ثبت آن در مراجع ذیصلاح باشد و این در حالیست که مطابق برخی سیستم های حقوقی دیگر مانند سیستم حقوقی لیتوانی ، برزیل ، کلمبیا و پرو علاوه بر تأیید قراردادهای فرانچایز ، ثبت هر قرارداد متضمن فرانچایز علامت تجاری الزامی می باشد .^{۱۲۵}

مطابق مقررات برخی دیگر از کشورها مانند آمریکا صرفاً ثبت سندی که حاکی از شفاف سازی در خصوص توافق طرفین باشد ، کافی است و لزومی بر ثبت قرارداد اصلی وجود ندارد ولی کشورهایی مثل بلژیک ، روسیه و چین مقرر کرده اند که اصل قرارداد فرانچایز پس از انعقاد آن می بایستی در مرجع صلاحیتدار تأیید و ثبت گردد .^{۱۲۶} در حقوق ایران بصورت خاص و صریح به موضوع ثبت و تأیید قراردادهای فرانچایز پرداخته نشده است . ولی به موجب وحدت ملاکی که می توان از ماده 50 قانون ثبت اختراعات ، طرح های صنعتی و علائم تجاری مصوب

¹²⁴ Teengan, hildy, examining strategic (تکمیل خواهد شد)

¹²⁵ باقرآبادی، فرامرز، قراردادهای بین المللی فرانچایز و جایگاه این قراردادهای در حقوق ایران، رساله دکتری حقوق خصوصی، دانشگاه تهران، ص 55

¹²⁶ نجات زادگان ، حمید، همان ، 154

1386 استنباط نمود، لزوم ثبت این نوع قراردادهای در اداره مالکیت صنعتی می باشد بدون آنکه نیازی و لزومی

بر اخذ تاییدیه قراردادهای فرانچایز باشد. ۱۲۷

ج: کنترل کیفیت در قراردادهای فرانچایز

قراردادهای فرانچایز از جمله قراردادهایی هستند که اجرای آن در هر سطح و زمینه ای با اعتبار و شهرت فرانچایز دهنده در ارتباط مستقیم می باشد. زمانیکه فرانچایز گیرنده مبادرت به عرضه کالاها و خدمات موضوع علامت تجاری امتیاز دهنده می کند، در واقع کیفیت اجرای موضوع قرارداد می تواند برای شخص فرانچایز دهنده عامل حیاتی و اساسی باشد. از اینرو معمولاً در قراردادهای فرانچایز داخلی عموماً و فرانچایزهای بین المللی خصوصاً نظارت مستمر بر کیفیت اجرای موضوع قرارداد و کنترل آن یکی از مباحثی است که در قرارداد فیما بین مورد اشاره قرار می گیرد. نحوه نظارت و کنترل کیفیت اجرای قرارداد موضوعی می باشد که حاصل توافق طرفین است و معمولاً مقرر خاصی که به صورت متحد الشکل تبیین کننده نحوه انجام آن در چنین قراردادهایی باشد وجود ندارد. البته بحث کلی مربوط به اعمال نظارت و کنترل در مقررات متعدد بین المللی مورد اشاره قرار گرفته است. اعمال نظارت و کنترل بر فعالیت های فرانچایز گیرنده بستگی بر نوع و نحوه فعالیت، مدت زمان اجرای قرارداد، سوابق اجرایی طرفین و سایر مولفه های مد نظر طرفین قرارداد فرانچایز دارد.

میزان و چگونگی اعمال نظارت و کنترل به هر نحو و اندازه ای که باشد، قدر مسلم باید در قرارداد فیما بین مورد اشاره قرار گیرد در غیر این صورت می تواند به عنوان عوامل ممانعت در اجرای قرارداد و دخالت ناروا در آن تعبیر گردد. به نظر می رسد با توجه به عدم پیش بینی تعهد به کنترل کیفیت توسط اداره ثبت علامت مالزی چنین

127 هرگونه قرارداد اجازه بهره برداری از اختراع و طرحهای صنعتی ثبت شده، یا علامت ثبت شده یا اظهارنامه مربوط به آنها به اداره مالکیت صنعتی تسلیم می شود. اداره مالکیت صنعتی، مفاد قرارداد را به صورت محرمانه حفظ ولی اجازه بهره برداری را ثبت و آگهی می کند. تأثیر این گونه قراردادهای نسبت به اشخاص ثالث منوط به مراعات مراتب فوق است.

تکلیفی بر آن اداره قابل تصور نیست و خود امتیاز دهنده بر اساس چهارچوب قرارداد باید تمهیدات لازم را در خصوص اعمال کنترل بر کیفیت پیش بینی کند.

در حقوق ایران ماده 44 قانون ثبت اختراعات، طرح های صنعتی و علائم تجاری مصوب 1386 بر لزوم کنترل صاحب امتیاز بر کیفیت کالا، محصول یا خدمات اذعان دارد و حتی اعتبار قرارداد را منوط به کنترل مستمر و موثر دانسته است.^{۱۲۸}

گفتار دوم: شرایط شکلی انعقاد قرارداد فرانچایز علامت تجاری در نظام حقوقی مالزی

بند اول: مکتوب بودن قرارداد فرانچایز در نظام حقوقی مالزی

قراردادهای فرانچایز به واسطه حساسیت و پیچیدگی خاص که دارند، به لحاظ رعایت شرایط شکلی مورد توجه و تاکید بسیاری از سیستم های حقوقی دنیا قرار گرفته است.

کشور مالزی هم به واسطه رشد و گسترش روزافزون تجارت و توسعه قابل توجه اقتصاد خود، شاهد تشکیل قراردادهای انتقال فناوری و لیسانس و فرانچایز در سطح بسیار وسیع بوده است، لذا لازم بوده است با توجه به مطالب فوق سیستم جامع و نظام حقوقی مشخصی در این زمینه پایه ریزی گردد که البته در انجام آن بسیار موفق ظاهر شده است.

ماده 18 قانون فرانچایز مالزی^{۱۲۹} بر مکتوب بودن قراردادهای فرانچایز تاکید دارد که این امر نشان دهنده اعمال تشریفات خاص برای تشکیل و انعقاد این نوع از قراردادهای مطابق سیستم حقوقی مالزی می باشد.

¹²⁸ قرارداد اجازه بهره‌برداری از ثبت یا اظهارنامه ثبت علامت باید به طور مؤثر کنترل اجازه دهنده بر کیفیت و مرغوبیت کالا و ارائه خدمات توسط استفاده‌کننده را در برداشته باشد. در غیر این صورت یا در صورتی که کنترل به طور مؤثر انجام نگیرد، قرارداد اجازه بهره‌برداری فاقد اعتبار خواهد بود.

¹²⁹ Article 18, Malaysia franchise law:

بند دوم : پیش بینی مواد قراردادی

قانون فرانچایز مالزی علاوه بر اینکه حکم کلی مربوط به کتبی بودن قراردادهای فرانچایز را صادر می نماید ، موارد مندرج در قرارداد فرانچایز را نیز بر می شمارد . از اینرو قانون فرانچایز مالزی از محدود مقررات در حوزه فرانچایز می باشد که علاوه بر تاکید بر کتبی بودن قرارداد ، محتویات قرارداد را به صراحت تعیین می کند . مطابق بند 3 ماده 18 قانون فرانچایز مالزی اگر موارد مطروحه در بند 2 همان ماده که اشاره به درج مطالب خاصی چون قلمرو سرزمینی ، مدت زمان قرارداد و هزینه فرانچایز دارد ، در قرارداد فرانچایز مرقوم نیفتد ، باطل اعلام می گردد . به نظر می رسد قانون مذکور جهت ایجاد یکسان سازی قرارداد با آگاهی از مشکلات مستحدثه در حوزه قراردادهای فراچایز در صدد به حداقل رساندن ریسک های احتمالی بوده است که البته به درستی چنین آینده نگری قانون مرهون افزایش قراردادهای فرانچایز در کشور مالزی طی چند سال گذشته می باشد .

در قراردادهای فرانچایز موردی که از اهمیت مضاعف برخوردار می باشد ، اشاره به فرانچایز علامت تجاری دارد که در سایر قراردادهای موضوع مالکیت فکری چندان برجسته نیست . عامل تعیین کننده و حیاتی در چنین قراردادهایی اجازه استفاده از علامت تجاری امتیاز دهنده می باشد که بدون آن ، جایگاه و فلسفه وجوبی چنین قراردادهایی قطعاً با چالش اساسی مواجه می گردد . اهمیت علامت تجاری و اجازه بهره برداری از آن در قراردادهای فرانچایز به نحوی می باشد که دیوان عالی فرانسه مقرر داشته است که قراردادهای فرانچایز بدون در نظر گرفتن اجازه بهره برداری از علامت تجاری فاقد ارزش و اعتبار حقوقی می باشد . در رویه قضایی کشور مالزی هم ، مورد اخیر مورد توجه قرار گرفته و علامت تجاری به عنوان یکی از مباحث بنیادین قراردادهای فرانچایز معرفی شده است .^{۱۳۰} البته باید اشاره داشت که اجازه بهره برداری از علامت تجاری شرط لازم ولی نه کافی می باشد ، به

¹³⁰ Available at:

<https://www.myipo.gov.my/en/apply-for-trade-marks/>

نحویکه در کنار آن می توان سایر مصادیق حقوق مالکیت فکری چون دانش فنی ، اختراعات و طرح های صنعتی را فرض دانست . ۱۳۱

بند سوم : ثبت قراردادهای فرانچایز

موضوع ثبت قرارداد فرانچایز در مواد 6 ، 7 ، 8 ، 9 و 10 قانون فرانچایز مالزی به صورت مبسوط مورد اشاره قرار گرفته است . بند اول ماده 6 قانون مزبور مقرر می دارد که : " فرانچایز دهنده باید فرانچایز خویش را قبل از فعالیت تجاری فرانچایز یا ارائه هرگونه ایجاب برای فروش به هر شخص دیگری نزد مدیر ثبت به ثبت رساند . " از فحوای عبارت فوق چنین بر می آید که ثبت فرانچایز از موارد آمره بوده و عدم انجام آن تبعاتی خواهد داشت که در ذیل اشاره خواهد شد .

قانون مزبور به منظور سازمان دهی و ایجاد سیستم جامع مربوط به قراردادهای فرانچایز ، ثبت آن را الزامی دانسته است . بند دو ماده 6 همان قانون ، بر خلاف سایر سیستم های حقوقی دنیا مجازات مالی و حتی حبس برای عدم ثبت آن پیش بینی کرده است که این امر مبین اهمیت ثبت چنین قراردادهایی در کشور مالزی می باشد ، البته شایان ذکر می باشد که قانون مالزی در این خصوص بین شرکت بعنوان شخص حقوقی و افراد بعنوان اشخاص حقیقی قائل بر تفاوت شده است . با این توضیح که اگر طرف فرانچایز دهنده ، شخص حقوقی (شرکت) باشد در این صورت تا 250000 رینگت و برای بار دوم تا 500000 رینگت محکوم می شود ولی اگر شخص مزبور (فرانچایز دهنده) شخص حقیقی باشد تا 100000 رینگت یا حبس تا یک سال یا هر دو و برای بار دوم تا 250000 رینگت یا حبس تا سه سال یا هر دو محکوم می گردد .

در شق دوم ماده 6 قانون مزبور به حالتی تاکید شده است که مطابق آن فرانچایز گیرنده ای که امتیاز فرانچایز از فرانچایز دهنده خارجی دریافت کرده است ، می بایستی فرانچایز را نزد مدیر ثبت با تکمیل فرم تقاضا ثبت نماید

¹³¹ رهبری، ابراهیم ، پیشین، ص 195

باید اذعان داشت که مطابق نص همان ماده صرف تکمیل فرم تقاضا نمی تواند منجر به ثبت آن گردد بلکه ثبت آن منوط به موافقت مدیر ثبت می باشد ، از همین رو مدیر ثبت می تواند هرگونه شرایطی را برای موافقت با ثبت فرانچایز مقرر دارد .

بند چهارم : موافقت یا رد تقاضای ثبت توسط مرجع ثبت

ماده 8 قانون فرانچایز مالزی در خصوص موافقت یا رد تقاضای ثبت می باشد .

این ماده از قانون مزبور موافقت یا رد تقاضای ثبت را از اختیارات مدیر ثبت بر می شمارد ولی با تاکید بر این نکته که در صورتی که مدیر قائل بر رد تقاضای ثبت باشد ، دلایل و مستندات آنرا می بایستی بصورت صریح ارائه دهد . در بند دوم این ماده چنین مقرر شده است که موافقت با درخواست مطابق این ماده ممکن است منوط به شرایطی باشد که مدیر ثبت در نظر می گیرد . مطلبی که از فحوای کلی این ماده متبادر به ذهن می رسد اشاره به این نکته دارد که مدیر ثبت در خصوص موضوعات مربوط به ثبت مبسوط الید و دارای اختیار تام می باشد . مدیر ثبت بر اساس قانون مزبور می بایستی تصمیم مقتضی خویش را بصورت مکتوب اعلام دارد . بعبارتی دیگر باید بیان داشت که موضوع و شرایط فرانچایز می بایستی متصف به صفات اعلامی از جانب مدیر ثبت باشد در غیر اینصورت احتمال رد آن افزایش می یابد .

بند پنجم : تاریخ تاثیر دهی ثبت فرانچایز ۱۳۲

اگر با درخواست فرانچایز مطابق ماده 8 قانون مزبور موافقت بعمل آید ، ثبت از تاریخی که مدیر ثبت آنرا بصورت مکتوب اعلام می دارد ، موثر واقع می گردد . البته این تاریخ می بایستی پس از تاریخ ارائه اسناد و اطلاعات مورد نیاز باشد ، مگر اینکه موردی از موارد ذیل اتفاق افتد:

¹³² Effective date of the registration

الف) مدیر ثبت به متقاضی اطلاع داده باشد که متقاضی واجد صلاحیت موارد مطروحه در ماده 6 و بندهای 1،2 و 3 ماده 7 قانون فرانچایز مالزی نبوده است .

ب) مدیر ثبت دستوری را مطابق ماده 10 یا بند 3 ماده 16 صادر کرده باشد. ۱۳۳

بند ششم: مدت زمان تاثیر دهی ثبت فرانچایز

ثبت فرانچایز مطابق قانون مذکور بصورت مستمر دارای اعتبار خواهد بود مگر اینکه مدیر ثبت بصورت کتبی دستوری مبنی بر تعلیق، خاتمه و یا لغو ثبت فرانچایز بر اساس این ماده صادر کرده باشد .

باید اذعان داشت که فرانچایز دهنده هر زمان بعد از انقضای مدت فرانچایز می تواند درخواست لغو ثبت فرانچایز را به مدیر ثبت تسلیم کند .

بند هفتم: موارد لغو ثبت فرانچایز توسط مدیر ثبت

بند دوم ماده 13 قانون مزبور اشاره بر موارد لغو ثبت فرانچایز دارد که مطابق آن مدیر ثبت می تواند نسبت به آن اقدام لازم معمول دارد مطالب ذیل از موجبات لغو ثبت فرانچایز می باشد :

الف) فرانچایز دهنده گزارشات سالانه خود را به مدیر ثبت به نحو مقرر در ماده 16 برای مدت متوالی پنج سال ارائه ندهد .

133 ماده 10 قانون فرانچایز مالزی:

مدت زمان تاثیر دهی

ثبت فرانچایز به صورت مستمر دارای اعتبار خواهد بود، مگر اینکه مدیر ثبت به صورت کتبی دستوری مبنی بر تعلیق، خاتمه و یا لغو ثبت فرانچایز بر اساس این ماده صادر کند.

بند 3 ماده 16:

6.3 مدیر ثبت گزارش و اسناد خود اظهاری را بررسی کرده و:

الف) در خصوص اطلاعات اضافی یا اصلاحات اسناد خود اظهاری که باید اضافه یا حذف گردند، آگاه می کند.

ب) دستوری مبنی بر تعلیق، خاتمه یا لغو موافقت ثبت فرانچایز به دلیل نفع عمومی یا به هدف حمایت از فرانچایز

گیرنده مربوط تا زمانیکه نقایص مذکور تصحیح نشده اند، صادر کند.

مدیر ثبت گزارش و اسناد خود اظهاری را بررسی کرده و:

الف) در خصوص اطلاعات اضافی یا اصلاحات اسناد خود اظهاری که باید اضافه یا حذف گردند، مطلع می سازد

ب) دستوری مبنی بر تعلیق، خاتمه یا لغو موافقت ثبت فرانچایز به دلیل نفع عمومی یا با هدف حمایت از فرانچایز گیرنده مربوطه تا زمانیکه

نقایص مذکور تصحیح نشده اند، صادر کند

ب) فرانچایز دهنده ورشکسته گردد .

ج) فرانچایز دهنده بدلائل شخصی دیگر تمایلی به اعطای امتیاز فرانچایز نداشته باشد .

بند هشتم : امکان ثبت فرانچایز توسط نماینده

مطابق ماده 14 قانون فرانچایز مالزی نماینده یا مشاور فرانچایز دهنده با رعایت موارد ذیل می تواند مبادرت به اقدام به ثبت فرانچایز نماید .

الف) تکمیل فرم درخواست ثبت

ب) ارائه هرگونه اسناد به مدیر ثبت در رابطه با احراز و اثبات نمایندگی از جانب فرانچایز دهنده^{۱۳۴}

بند نهم : لزوم تأیید فرانچایز

در خصوص لزوم تأیید فرانچایز در قانون فرانچایز مالزی حکم صریحی قید نشده است ولی با اعمال مذاقه در فحوای قانون مزبور مشخص می گردد که صدور اجازه ثبت توسط مدیر ثبت به مثابه تأیید تلویحی در نظر گرفته می شود . با توجه به اختیارات مدیر ثبت در رد تقاضای ثبت در صورت عدم رعایت موارد خاص ، بحث تأیید یا عدم تأیید فرانچایز قوت می گیرد . به عبارتی می توان بیان داشت که هر ثبت موفق نشان از یک تأیید تلویحی قبلی مدیر ثبت می باشد .

مبحث دوم : شرایط ماهوی اعتبار قراردادهای فرانچایز علامت تجاری

در بسیاری از سیستم های حقوقی دنیا ، قراردادهای فرانچایز بلحاظ ماهیتی دارای ساختار مستقل نمی باشد و قواعد عمومی قراردادها و اصول مسلم حقوقی برای چنین قراردادهایی جاری و ساری می گردند .

¹³⁴ Power of attorney (POA)

می توان علت چنین موضوعی را در عدم تخصیص مقررات خاص به این نوع قراردادها در نظام های حقوقی دانست . در برخی دیگر از سیستم های حقوقی مانند سیستم حقوقی مالزی ، چین ، آمریکا ، انگلستان و سایر کشورهای که جامعه آنها بیشتر با موضوعات فرانچایز علی الخصوص فرانچایز علامت تجاری عجین هستند قانون خاص فرانچایز با پیش بینی موارد مربوطه به تصویب رسیده است . تصویب قانون خاص در خصوص یک پدیده حقوقی منجر به ایجاد هویت متمایز حقوقی می شود .

باید بدرستی اقرار داشت که پیچیدگی و وسعت حوزه قراردادهای فرانچایز به حدی می باشد که مقررات کلی و عمومی در خصوص عموم قراردادها نمی تواند تکافوی جملگی موارد مربوط به این نوع قراردادها را کند . طرفین در قراردادهای لیسانس و فرانچایز علامت تجاری در موقعیتی هستند که شاید نتوانند حکم کلی مربوط به تعهدات و ضمانت اجرائی مربوطه را در لابه لای سایر قوانین و مقررات جستجو کنند . در برخی از کشورها رابطه میان طرفین قراردادهای فرانچایز تابع قواعد و موازین حاکم بر قراردادهای نمایندگی و توزیع می باشد ^{۱۳۵} .

گفتار اول : شرایط ماهوی قرارداد فرانچایز علامت تجاری در نظام حقوقی ایران

قراردادهای فرانچایز با توجه به ساختار و نظام خاص حقوقی مترتب بر آن با هیچ یک از عقود مطروحه توسط قانون مدنی و دیگر قوانین و مقررات موضوعه تطابق و سنخیت ندارد . از اینرو جهت جلوگیری از اطاله کلام و تکرار مکررات از توشیح قواعد کلی حاکم بر قراردادها که در مبحث مربوط به لیسانس علامت تجاری به صورت تفصیلی شرح آن مرقوم افتاد ، صرفنظر می گردد .

در بهترین حالت ممکن می توان چنین قراردادهایی را حاصل برداشت کلی از ماده 10 قانون مدنی دانست . به نحوی که بیان گردید عدم وجود قانون خاص که تمامی شرایط مربوط به قرارداد فرانچایز را با لحاظ عنصر علامت

تجاری به همراه تبیین حقوق و تعهدات طرفین مشخص سازد ، منجر به بروز مشکلات عدیده ای در انعقاد و اجرای چنین قراردادهایی در ایران شده است .

چالش فوق الذکر زمانی بیشتر جلوه می نماید که قرارداد فرانچایز از نوع بین المللی باشد و خلاء قانونی منجر به هدایت قاضی یا مرجع حل و فصل اختلاف به سمت اعمال قانون کشور ثالث گردد .

به ضرس قاطع در چنین شرایطی منافع تامه اتباع ایرانی بصورت کامل تامین نمی گردد و همین امر باعث تضرر اطراف ایرانی قراردادهای فرانچایز می گردد .

عدم امکان تطابق چنین قراردادهایی با سایر عقود مطروحه در قوانین و مقررات ایران و مستحدثه بودن چالش های ناشی از این نوع قراردادهای باعث شده اند تا صدای سکوت قوانین و مقررات ایران در زمینه موضوعات مهم انتقال فناوری علی الخصوص فرانچایز علامت تجاری بیشتر به گوش برسد .

گفتار دوم : شرایط ماهوی قراردادهای فرانچایز علامت تجاری در نظام حقوقی مالزی

موافقت نامه فرانچایز از نظر قانون فرانچایز مالزی به هر نوع قرارداد و موافقت نامه ای که مابین فرانچایز دهنده و فرانچایز گیرنده در خصوص اعطای امتیاز فرانچایز در ازای هرگونه عوض قراردادی منعقد می گردد اطلاق می شود ولی همین قانون شامل قراردادهای فروش مستقیم موضوع قانون فروش مستقیم مصوب 1993 نمی گردد . با توجه به صراحت ماده چهار قانون فرانچایز مالزی ، وجود و پیش بینی عوض قراردادی یکی از عناصر مهم و موجد اعتبار قراردادهای فرانچایز می باشد البته فرانچایز علامت تجاری هم از این قاعده مستثنی نیست و هرگونه ارائه امتیاز مربوط به علامت تجاری در قالب فرانچایز بصورت تبریعی و بلا عوض مطابق منطوق ماده مذکور از همان قانون محلی از اعراب ندارد . مطابق سیستم حقوقی کامن لا که به نوبه خود منبعث از عرف های موجود در تجارت بین الملل می باشد نمی توان موافقت نامه و قرارداد را از حیث آثار و مباحث ماهیتی آن بصورت واحد تلقی کرد ، قرارداد به سندی اطلاق می گردد که در آن ما به ازای قراردادی بصورت متناسب ولو

اینکه کافی نباشد پیش بینی شده باشد در غیر اینصورت نمی توان عنوان قرارداد را بر آن نقش بست و صرفاً می تواند در قالب یک موافقت نامه ساده مانند موافقت نامه محرمانگی و یا حل و فصل اختلافات باشد.^{۱۳۶} از اینرو قانون فرانچایز مالزی رویکردی قراردادی بصورت معوض و مالی نسبت به موضوع فرانچایز دارد و آنرا از عداد موافقت نامه هایی که صرفاً ناظر بر یکسری خدمات خاص یا متضمن تعهدات یکطرفه باشد، خارج دانسته است. مطابق بند 2 ماده 18 قانون مزبور قرارداد فرانچایز جهت برخورداری از امتیاز ثبت می بایستی در بر دارنده مشخصات کامل مربوط به کالا و فعالیت مربوط به قرارداد فرانچایز باشد. دلیل اصلی تاکید این قانون نسبت به درج وصف کامل کالا و خدمات در چنین قراردادهایی، تسهیل در تفکیک و تمیز کالاها و خدمات از سایر نمونه های مشابه و یکسان می باشد. مورد دیگری که در بند 2 همان ماده بدان اشاره شده است موضوع قلمرو اجرای قرارداد می باشد^{۱۳۷}

محدوده اجرای قرارداد از دیر باز مورد توجه تجار و بازرگانان بین المللی قرار گرفته است و چه بسا شرط انعقاد قرارداد تعیین منطقه یا کشور خاصی بعنوان محدوده اجرائی قرارداد بوده است. این مورد در قراردادهای ليسانس و فرانچایز علامت تجاری نسبت به سایر موضوعات قراردادی از اهمیت بسزائی برخوردار است چرا که ارائه دهنده امتیاز بمنظور گسترش فعالیت های خود و توسعه بازاریابی در یک کشور خاص نسبت به ارائه امتیاز رضایت داشته باشد یا به عبارتی دیگر سیاست و خط مشی تجاری ارائه دهنده امتیاز در خصوص فعالیت در یک کشور خاص بعنوان عامل داعی اصلی آن شخص برای انعقاد قرارداد محسوب گردد. از آن گذشته ارائه دهنده امتیاز در قراردادهای فرانچایز علامت تجاری و سایر قراردادهای انتقال فناوری تمامی جوانب امر از جمله مقررات ثبتی کشور میزبان و سایر قوانین و مقررات مربوط به موضوع قرارداد فرانچایز در آن کشور را بررسی می کند تا از امکان

¹³⁶ Dispute settlement agreement

اجرای کامل مفاد قرارداد اطمینان حاصل کند از اینرو قانون فرانچایز مالزی با درک مناسب از مورد یادشده ، درج محدوده سرزمینی را ضروری و الزامی دانسته است .

برای اینکه تعادل قراردادی بین تعهدات طرفین در چنین قراردادهایی ایجاد شود قانون فرانچایز مالزی در ماده 18 قانون فوق الاشاره طرفین قرارداد را ملزم کرده است تا تعهدات را بصورت دو طرفه در قرارداد مورد لحاظ قرار دهند . با توجه به اهمیت شخصیت طرفین و شایستگی آنها در انعقاد قراردادهای فرانچایز قانون مزبور با اطلاع از این مهم امکان و نحوه انتقال چنین قراردادهایی را به اشخاص دیگر در قرارداد طرفین الزامی تلقی کرده است . یکی دیگر از ضروریات انعقاد قرارداد مطابق قانون فرانچایز مالزی فحوای کلی ماده 19 قانون مزبور می باشد که بیان می دارد : " اگر فرانچایز دهنده از فرانچایز گیرنده بخواهد مبالغی مانند بخشی از کل مبلغ فرانچایز را قبل از امضاء قرارداد پرداخت نماید ، فرانچایز دهنده می بایستی بصورت کتبی در اسناد خود اظهاری هدف از پرداخت و شرایط استفاده و نحوه عودت آن را ذکر کند " .

ماده 24 قانون فرانچایز مالزی در رویه ای متفاوت از سایر سیستم های حقوقی دنیا حکم صریحی را در خصوص ثبت علامت تجاری یا علامت خدماتی ایراد نموده است با این مضمون که فرانچایز دهنده ملزم است تا علامت تجاری یا علامت خدماتی مربوط به فرانچایز خویش را بر اساس مقررات علائم تجاری مصوب 1976 قبل از ثبت فرانچایز مطابق ماده 7 همان قانون به ثبت رساند .

مورد دیگری که قانون فراچایز مالزی بصورت مستقیم در آن دخالت کرده است مربوط به دوره اجرایی فرانچایز می باشد که اذعان داشته است دوره فرانچایز نباید کمتر از پنج سال باشد . البته نقدی که بر این ماده وارد است ، اشاره به این مطلب دارد که ماده مذکور موردی را که تحت شرایطی خاص منجر به خاتمه زودرس قرارداد می شود پیش بینی نکرده است ، حتی ضمانت اجرایی عدول از آن ماده را نیز بصورت صریح بیان نکرده است که در عمل می تواند موجب سردرگمی و ابهام طرفین قرارداد فرانچایز گردد .

بخش سوم

آثار قراردادهای ليسانس و فرانچايز علامت تجاری

فصل اول : آثار قراردادهای لیسانس علایم تجاری

مبحث اول : مفهوم آثار و تقسیم بندی آنها

در خصوص آثار قرارداد ، صاحب نظران حقوقی نظرات متعددی را ارائه کرده اند یکی از حقوقدانان ، آثار قرارداد را بعنوان نتایج بدست آمده از عقد متعاقبین ، متعاقب انشاء آن در عالم حقوق تعبیر کرده است .^{۱۳۸}

آثار منبعث از یک قرارداد را می توان در سه دسته مختلف قرارداد .

در وهله اول باید از آثاری سخن گفت که از آن به عنوان آثار مستقیم قرارداد یاد می گردد . آثار دیگر قراردادی که موضوع بحث حقوقدانان بوده است ، آثار غیر مستقیم قراردادی می باشد و نهایتاً آثاری که در هیچ یک از دسته های فوق قرار نمی گیرد که عمدتاً منشاء آنها به عرف و اوضاع و احوال حاکم بر قراردادها بر می گردد .^{۱۳۹}

آثار دسته اول در واقع آثاری هستند که بلافاصله پس از انشاء عقد و متناسب با ذات همان عقد ، جاری و ساری می گردد ، از آنجمله می توان به مالکیت خریدار بر ببع در ازای پرداخت ثمن در قرارداد بیع اشاره داشت ، به عبارتی دیگر تملیک از آثار مستقیم قرارداد بیع می باشد که تجلی گاه آن انعقاد چنین قراردادی می باشد ، بی آنکه نیازی باشد به صراحت بر آن تراضی داشت .

آثار غیر مستقیم یک قرارداد اگر چه راساً منتج از مقتضیات آن قرارداد نیست ، ولی آثاری هستند که به تبعیت از آن قرارداد حادث می گردد . مانند تعهداتی که به تبع وقوع یک عقد بلحاظ حقوقی ایجاد می گردند ، از آن جمله می توان به تعهد پرداخت مابه ازای قراردادی توسط خریدار اشاره داشت .

¹³⁸ شهبیدی ، دکتر مهدی، آثار قراردادهای و تعهدات، چاپ اول، ص 19

¹³⁹ محمودی ، اصغر، ویژگی های حقوقی قرارداد مجوز بهره برداری از مالکیت صنعتی، ص 107

دسته سوم آثاری هستند که فی نفسه از متن قرارداد و ذات آن عقد مستنبط نمی شوند بلکه بموجب تحکیم عرف و عادات قابل اعمال موجودیت می یابند مانند عرف حاکم بر خرید و فروش آبیان دریائی در کشورهای جنوب شرق آسیا، با این وصف می توان آثار عرفی حاکم بر قرارداد را از آثار مستقیم و غیر مستقیم قراردادی تفکیک نمود.^{۱۴۰}

برخی دیگر از حقوقدانان موجودیت یافتن تعهدات از جمله انجام یا عدم انجام فعلی را در قبال طرف دیگر قراردادی از آثار اصلی قراردادهای دانسته اند.^{۱۴۱}

در قراردادهای حوزه انتقال فناوری، مضافاً بر آثار مستقیم و غیر مستقیم یک سری نتایج فرعی و تبعی قابل تصور می باشد که عمدتاً اهمیت آنها کمتر از اهمیت آثار مستقیم و غیر مستقیم نیست. بعنوان مثال شروط یا موافقت نامه مستقل محرمانگی و عدم افشاء^{۱۴۲} و یا شروط معافیتی^{۱۴۳} می تواند از این دست باشد.

مبحث دوم: آثار کلی قراردادهای لیسانس علامت تجاری

برای درک واقعی آثار یک قرارداد می بایستی در وهله اول به ماهیت حقوقی آن قرارداد پی برد. بسیار مبرهن می باشد که آثار عقود تملیکی و عقود عهدی بلحاظ ماهیت مستقلی که دارند، یکسان نخواهد بود. در بسیاری از کشورها که سابقه تقنینی در خصوص موضوع لیسانس وجود ندارد، نظام حقوقی آن کشور در تقلای تعمیم مقررات حاکم بر عقود معین دیگر که تشابه ماهیتی به مقوله لیسانس دارند، برآمده است. جهت اثبات این مدعی می توان به حقوق کشور فرانسه اشاره کرد که مقررات کلی عقد اجاره به قراردادهای لیسانس علامت تجاری تعمیم داده شده است. این در حالیست که بسیاری از سیستم های حقوقی که عمدتاً متأثر از نظام حقوقی کامن لا هستند، ماهیتی مستقل برای قراردادهای لیسانس قائل شده و آثار منحصر به فردی را برای آن در نظر گرفته اند.

¹⁴⁰ احسنی افروز، محمد، پیشین، ص 248

¹⁴¹ شهیدی، مهدی، پیشین، ص 25

¹⁴² Confidentiality and Non disclosure agreement

¹⁴³ Indemnification clauses

گفتار اول : تعهدات ليسانس دهنده

بند اول : تعهد به تسليم موضوع قرارداد ليسانس

هر قراردادی که مبتنی بر انتقال است، موضوع تسليم یکی از اصلی ترین مباحث آن بشمار می رود . مقصود طرفین از انعقاد قرارداد ليسانس ، به وجود آوردن شرایطی است که مطابق آن ليسانس دهنده با تسليم موضوع قرارداد به ليسانس گیرنده تحت شرایط مقرر در قرارداد ، مقدمات بهره برداری از موضوع ليسانس را توسط ليسانس گیرنده فراهم آورد . قراردادهای ليسانس معمولا بسادگی سایر عقود و قراردادها نیستند و همزمان تحویل و تسليم اموال مادی و معنوی می تواند موضوع اصلی قرارداد ليسانس واقع گردد .

در خصوص تسليم و واگذاری موضوع ليسانس باید اذعان داشت که محدوده انتقال وسیع نمی باشد و قطعا دارای یک نظام خاصی می باشد که طرفین آنرا در چهارچوب قرارداد خصوصی خود تبیین می کنند . همانطور که قبلا اشاره شد تسليم موضوع ليسانس که از آثار مستقیم قرارداد ليسانس است با موضوعات دیگری به صورت کامل درهم تنیده شده است . به عنوان مثال ممکن است در چنین قراردادی شرط اصلی انتقال و واگذاری ، رعایت مباحث محرمانگی توسط ليسانس گیرنده باشد . البته تعبیری که از موارد محرمانگی می شود ، چنان قابل بسط می باشد که نمی توان آن را در یک پژوهش جمع آوری کرد ولی ضابطه مهمی که در این خصوص وجود دارد ، اشاره به این مطلب دارد که موارد محرمانگی زمانی خاصیت محرمانگی خواهند داشت که در تجارت از آن استفاده گردد و صرف یک ایده و ذهنیت تحقق نیافته نمی تواند بنیان موارد محرمانگی را ایجاد نماید .

بحث دیگری که در این خصوص مطرح می گردد ، محرمانه به معنای واقعی بودن دانش فنی یا اطلاعات می باشد که مطابق موازین حقوق قابلیت انتقال را داشته باشد . اطلاعاتی که هر چند مختص یک نهاد یا شخص می باشد ولی در دسترس عموم قرار دارد ، از خاصیت محرمانگی برخوردار نمی باشد فلذا نمی تواند موضوع قرارداد ليسانس

واقع گردد. اطلاعاتی بموجب قرارداد لیسانس می توانند موضوعیت داشته باشد که موجد مزیت و ارزش افزوده خاصی برای گیرنده باشد. ۱۴۴

بخشی از اسرار تجاری که از اهمیت وافری برخوردار می باشند و بعضا هم به صورت مستقل مورد بررسی قرار می گیرند، دانش فنی هست که موضوع قرارداد فرانچایز قرار می گیرد. اگر بخواهیم مفهومی دقیق و واقعی از موضوع دانش فنی ارائه بدهیم، باید تشریح کنیم که دانش فنی به دسته ای از اطلاعات ناشی از تجربه و آزمایش که در خصوص آن پروانه اختراع تحصیل نشده است، اطلاق می گردد که البته دارای یکسری مولفه های خاص به قرار ذیل می باشد:

- 1- خاصیت محرمانگی دارد، به این معنی که عموم مردم به آن دسترسی ندارند و نسبت به آن اطلاعی ندارند.
- 2- خاصیت بنیادین دارد: به این مفهوم که در راستای تولید محصول موضوع قرارداد، بسیار مهم و حیاتی می باشد.
- 3- معین و مشخص می باشد: به این معنی که به حد کافی مشخص شده است و موارد ابهامی در خصوص آن وجود ندارد. ۱۴۵

از نقطه نظر حقوق آمریکا و اتحادیه اروپا، دانش فنی در بحث اسرار تجاری جای می گیرد و می توان این دو مقوله را در یک مبحث واحد مطالعه و بررسی کرد. در نقطه نظر مقابل، برخی دیگر از نظام های حقوقی مانند حقوق سوئیس، اعتقادی نسبت به اینکه دانش فنی همان اسرار تجاری می باشد، ندارند. ۱۴۶

با جمیع اوصاف یادشده، صرف نظر از اینکه هر یک از سیستم های حقوقی دنیا هر برداشت و تعبیری که از اصطلاح دانش فنی داشته باشند، قابل ذکر است که دانش فنی فی نفسه می تواند به تنهایی موضوع قرارداد

144 آیت اللهی، مهناز، جنبه های حقوقی انتقال تکنولوژی، ص 215

145 پورنوری، منصور، حقوق مالکیت معنوی در دادگاه علامت تجاری و اختراعات، ص 40

146 کاپفر، ژان نوئل، مدیریت راهبردی نام تجاری، ص 121

لیسانس در نظر گرفته شود. با این وصف محتمل است که ليسانس گیرنده از ارائه دهنده ليسانس بخواهد تا در چهار چوب قرارداد دانش فنی یا اسرار تجاری را نیز واگذار کند. شایان ذکر می باشد که چنین واگذاری می تواند مابه ازای مستقلی تحت عنوان حق امتیاز داشته باشد. قابل تاکید است که حق امتیاز مربوط به موضوعات خاصی از مالکیت فکری، مانند علائم تجاری می توانند دارای اعتبار دائمی باشند، البته ممکن است این موضوع در خصوص پروانه اختراع، موضوعیت نداشته باشد، چرا که پروانه اختراع مطابق مقررات بسیاری از کشورها صرفاً برای بیست سال از تاریخ درخواست صدور پروانه اختراع دارای اعتبار خواهد بود.، این درحالیست که محدودیت زمانی در خصوص مدت اعتبار اسرار تجاری و دانش فنی و علائم تجاری عمدتاً قابل تصور نیست و تا زمانی که الزامات قراردادی رعایت می گردند، با تراضی طرفین قابلیت بهره برداری را دارد. در برخی از قراردادهای ليسانس علائم تجاری ممکن است ليسانس گیرنده دچار سوء برداشت شود و چنین تلقی کند که با حصول و تحقق شرایط قراردادی تعهد به پرداخت حق امتیاز پایان می یابد، در حالیکه با امعان نظر بر موارد فوق و با توجه به ماهیت اسرار تجاری و دانش فنی ممکن است ليسانس دهنده بر این باور باشد که ليسانس گیرنده کماکان متعهد به پرداخت حق امتیاز می باشد. حتی ممکن است طرفین در قرارداد ليسانس مقرره ای را پیش بینی کنند که مطابق آن ليسانس گیرنده حتی بعد از پایان اعتبار پروانه اختراع، باید حق امتیاز پرداخت کند.^{۱۴۷}

نباید از ذهن دور داشت که دانش فنی در قالب قرارداد ليسانس می تواند به صورت ملموس^{۱۴۸} یا غیر ملموس^{۱۴۹} منتقل گردد. اگر دانش فنی در قالب اسناد، فیلم، عکس، سی دی، کاتالوگ، نقشه و طراحی و مسائلی از این دست باشد، در دسته بندی انتقال دانش فنی به صورت ملموس می گنجد، ولی اگر در قالب یکسری داده های فنی و اطلاعات صرف باشد، جزء مقوله دانش فنی غیر ملموس است. همکاری های فنی^{۱۵۰} و خدمات

147 صابری، روح الله، پیشین، 136

148 tangible

149 intangible

150 Technical cooperation

فنی^{۱۵۱} که در قالب کارگاه آموزشی و راهنمایی توسط لیسانس دهنده انجام می پذیرد ، در قالب دانش فنی غیر ملموس بحث می گردد .

بند دوم : تعهد به تضمین حقوق لیسانس گیرنده

لیسانس دهنده مسئولیت قراردادی بسیار سنگینی در قبال لیسانس گیرنده مبنی بر تدارک شرایط بهره برداری کامل لیسانس گیرنده از موضوع لیسانس دارد . با این توضیح که لیسانس دهنده باید مالک واقعی و دارای اختیار کامل در خصوص موضوع لیسانس باشد در غیر اینصورت ممکن است تبعات چنین امری متوجه لیسانس گیرنده شود و از منافع متصوره قراردادی باز بماند . هدف غایی از طرح موضوع تضمین حقوق لیسانس گیرنده ، ارائه تضمین تعهد به نتیجه سود آوری و درآمد زایی موضوع لیسانس نیست و چنین برداشتی قطعاً با فلسفه اقتصادی چنین قراردادهایی منافات دارد . مقصود اصلی از عنوان کردن چنین موضوعی فراهم نمودن جملگی شرایط مربوط به بهره برداری کامل و بهینه لیسانس گیرنده از موضوع لیسانس می باشد .

یکی از موضوعاتی که در این حوزه قابل بحث است ، موضوع تضمین لیسانس دهنده در برابر اشخاص ثالث می باشد . یکی از مواد قرارداد های لیسانس اختصاص به حقوق اشخاص ثالث دارد ، با این توضیح که لیسانس دهنده تضمین می نماید که واگذاری و انتقال موضوع لیسانس به هیچ عنوان متضمن نقض حقوق اشخاص ثالث نیست و لیسانس گیرنده با طیب خاطر می تواند در چهارچوب قرارداد و موازین حقوقی حاکم بر قرارداد از موضوع لیسانس بهره برداری کامل نماید یا اگر در صدد بسط موضوع باشیم ، باید اذعان بکنیم که معاف ساختن یا مبری کردن لیسانس گیرنده از هرگونه ادعای اشخاص ثالث در خصوص موضوع لیسانس و پاسخگو بودن خود لیسانس دهنده از دیگر موضوعات مهم قرارداد لیسانس می باشد . لیسانس گیرنده همواره در تقلای استفاده از مصونیت قراردادی و حقوقی در قبال اشخاص ثالث است که ممکن است بالقوه در خصوص موضوع قرارداد لیسانس ادعایی مطرح بکنند .

¹⁵¹ Technical services

مورد دیگری که در خور توجه است ، اشاره به این مطلب دارد که ليسانس دهنده با توجه به اینکه در قلمرو جغرافیایی اجرای قرارداد (کشور ليسانس گیرنده) حضور ندارد ، باید شرایطی را در نظر بگیرد که اگر موضوع ليسانس در کشور محل اجرای قرارداد توسط اشخاص ثالث نقض گردد ، ليسانس گیرنده با اختیارات حاصله از قرارداد بتواند از جانب ليسانس دهنده دعوی را مطرح و یا عنداللزوم در مقام دفاع از آن برآید . در فرض دیگر ، چنین مقرر شود که ليسانس گیرنده در مواقع نقض حقوق مربوط به موضوع قرارداد ليسانس ، مراتب را فوراً به ليسانس دهنده اعلام دارد و ليسانس دهنده هم بدون اطاله وقت مبادرت به حراست از حقوق مورد نقض با توسل به ابزار های قانونی بکند . اگر موضوع قرارداد ليسانس توسط شخص ثالث باطل شود در چنین حالتی ليسانس گیرنده محق خواهد بود علاوه بر فسخ قرارداد ، جبران جملگی خسارات وارده را از ليسانس دهنده طلب نماید.^{۱۵۲} اغلب طرفین در قراردادهای خصوصی خویش به این موضوع می پردازند و موازین احتمالی را به صورت کامل پیش بینی می کنند.^{۱۵۳}

گفتار دوم : تعهدات ليسانس گیرنده

بند اول : تعهد به پرداخت ما به ازای قراردادی

با توجه به اوصافی که در بخش دوم پایان نامه حاضر در خصوص شرایط ماهوی قراردادهای ليسانس به عمل آمد ، معوض بودن قراردادهای ليسانس آشکار گردید .

در همین راستا ليسانس گیرنده ، پس از اثر دهی قرارداد ليسانس ، می بایستی بر اساس توافق و مذاکرات به عمل آمده ، مبادرت به پرداخت مابه ازای قراردادی بکند . در بخش دوم پایان نامه به فصول در خصوص نحوه پرداخت و نظام حاکم بر چگونگی پرداخت ، اشاره شد . تحلیل عرفی سیستم پرداخت در قراردادهای ليسانس ثابت می نماید که در اغلب موارد مبلغی به عنوان ما به ازای قراردادی اعطای ليسانس در نظر گرفته می شود که مقطوع

¹⁵² <https://www.taylorwessing.com/synapse/ti-ip-indemnities-in-commercial-agreements.html>

¹⁵³ Indemnification clause or third party claim

و بدون شرط می باشد و علاوه بر آن مبلغی با ضابطه میزان فروش و یا میزان درآمد در قالب حق امتیاز (رویالتی) در نظر گرفته می شود که جزئیات کامل آن در قرارداد طرفین ملحوظ نظر قرار می گیرد و ممکن است ساختار آن از یک قرارداد به قرارداد دیگر متفاوت باشد .

بند دوم : تعهد به رازداری

در اکثر قراردادهای بین المللی به موضوع رازداری و موارد محرمانگی پرداخته می شود ، البته بسته به اهمیت موضوع این می تواند در قالب یک شرط ضمن عقد تحت عنوان ماده محرمانگی باشد^{۱۵۴} یا اگر موضوع به لحاظ تبادل اطلاعات و دانش فنی از اهمیت بسزایی برخوردار باشد ، طرفین مبادرت به تنظیم و امضاء موافقت نامه مستقل نمایند . این موضوع در خصوص قراردادهای انتقال فناوری عموماً و در مورد قراردادهای لیسانس خصوصاً دارای اهمیت وافر می باشد ، چرا که ممکن است دارایی شخص لیسانس دهنده ، معطوف به اطلاعات و دانش فنی باشد که ارائه می دهد .

در اغلب موارد مالیت و ارزش اقتصادی موضوع قرارداد لیسانس به صورت کامل بستگی به محرمانه ماندن آن دارد ، به طوریکه به محض افشاء ارزش واقعی خود را از دست می دهد . اهمیت چنین موضوعاتی برای لیسانس دهنده به حدی می باشد که حتی تا چندین سال بعد از خاتمه قرارداد هم لیسانس گیرنده را به حراست و حفاظت از اطلاعات محرمانه و دانش فنی متعهد می نماید . لیسانس گیرنده در خصوص مطالب محرمانه نه تنها مسئولیت دارد تا تمامی تمهیدات لازم را برای حفاظت از آنها و جلوگیری از افشای آنها به کار بندد بلکه در صورت نقض آن توسط اشخاص ثالث مسئولیت دارد تا مراتب امر را به لیسانس دهنده اطلاع دهد و یا اینکه خود راساً اقدامات احتیاطی پیشگیرانه یا بازدارنده را اتخاذ نماید .

¹⁵⁴ Confidentiality clause

مبحث سوم: آثار قرارداد لیسانس علامت تجاری مطابق حقوق ایران

علیرغم اهمیت وافر قراردادهای لیسانس و نقش مهم آن در توسعه انتقال فناوری متاسفانه قانون خاص و مستقلی در این خصوص در داخل کشور تصویب نشده است. از همین رو استنباط بی واسطه آثار چنین قراردادهایی همواره یکی از موضوعات چالشی و ابهام برانگیز بوده است. اگرچه برخی از حقوقدانان با الهام از روح مشترک سایر عقود و قراردادهای مشابه و تعمیم حکم کلی عقود دیگر به این نوع قرارداد به رهیافت هایی در این خصوص دست یافته اند و با ذکر مصادیق آن، آثار قراردادهای لیسانس را بصورت مبسوط شرح داده اند. یکی از مقولاتی که در باب قراردادهای لیسانس در مرحله آثار آن باید مورد بحث و مذاقه قرار گیرد، تسلیم موضوع قرارداد می باشد. از آنجائی که در این قسمت آثار قرارداد های لیسانس را از دریچه قوانین موضوعه ایران می نگریم، لازم است تاملی در قانون مدنی داشته باشیم. ماده 367 قانون مدنی ایران در ارتباط با موضوع تسلیم مقرر میدارد که: "تسلیم عبارتست از دادن مبیع به تصرف مشتری به نحوی که متمکن از انحاء تصرفات و انتفاعات باشد و قبض عبارت است از استیلاء مشتری بر مبیع"

مؤلفه اساسی تسلیم، در اختیار قراردادن و همچنین مستولی کردن مشتری بر مبیع است و ابزار عرفی جهت محقق ساختن آن قبض مادی می باشد.¹⁵⁵

ابرام این مفهوم، به منزله به رسمیت شناختن امر تسلیم مبیع در خصوص اموال مادی می باشد، هرچند که کلیات آن بر عرف نهاده شده است.

در خصوص اموال مادی، با امعان نظر بر ماهیت و ذات خاصه چنین عقودی امکان و نحوه تسلیم، محل تشکیک و تردید نمی باشد. اما در خصوص اموال غیر قابل لمس و موضوعات مالکیت فکری، واکاوی آن چندان آسان بنظر نمی رسد. با این وصف، موضوع تسلیم که از مباحث ریشه دار در نظام حقوقی ایران می باشد، با توجه به شکل خاص انتقال در چنین قراردادهایی، از اهمیت مضاعف برخوردار می باشد.

155 کاتوزیان، دکتر ناصر، قانون مدنی در نظم کنونی، ص 306

در خصوص تسلیم باید قائل بر تفسیر موسع آن باشیم و استنتاج سختگیرانه از مفهوم انتزاعی آن نداشته باشیم ، چرا که به احتمال خیلی زیاد بحث تسلیم در مقولات حقوق مالکیت فکری برای همیشه بعنوان موضوعی چالشی و لاینحل باقی می ماند .

تسلیم را در قراردادهای مزبور می توان تدارک شرایطی در راستای انتفاع از موضوع قرارداد و یا رفع موانع و معضلات حقوقی آن برشمرد .

قراردادهای لیسانس متشکل از انتقال مجموعه ای از اموال مادی ، غیر مادی و غیر ملموس می باشند که تعیین ضابطه خاص برای تسلیم و تحویل موضوع قرارداد در بادی امر چندان آسان بنظر نمی رسد و می طلبد تا اشرافیت وافی در این خصوص بوجود آید .^{۱۵۶}

همانطور که مذکور افتاد نقطه اشتراکی قراردادهای لیسانس با سایر عقود مشابه ، مساله ای قابل انکار نیست . بموجب فحوای کلی مواد 220 و 356 قانون مدنی ایران ، تعهد به تسلیم مورد معامله متعهد را بصورت کلی از مسئولیت مبری نمی سازد و قطعا توابع و فروعات آن را نیز می بایستی تسلیم نماید که در فرض خلاف آن ، ولو در تصور تسلیم کامل مورد اصلی ، نقض قراردادی مبرهن می باشد . نتیجه تعمیم چنین تجویزی در قرارداد لیسانس به این معنی خواهد بود که لیسانس دهنده ، مضافا بر اعطای موضوع قرارداد مکلف به اعطای حق اختراع تکمیلی و توابع قابل بهره برداری موضوع لیسانس خواهد بود . دلیل توجیهی آنرا می توان در لازمه بهره برداری مفید از موضوع قرارداد لیسانس (اگر انتقال بصورت من حیث المجموع باشد) جستجو کرد .

برخی از حقوقدانان بر این عقیده هستند که لیسانس دهنده صرفاً متعهد به اعطای موضوع لیسانس و فروعات تابعه آن تا زمان انعقاد قرارداد می باشد، اختراع تکمیلی و سایر پیشرفت های فنی که پس از انعقاد قرارداد بنحوی تحصیل می شوند، جزء تعهدات لیسانس دهنده محسوب نمی شود.^{۱۵۷}

دسته دیگر از حقوقدانان که البته نظر آنان بیشتر به صواب نزدیکتر است، بر این عقیده هستند که توابع و پیشرفت های تکمیلی بعد از قرارداد صرفاً باید از مذاکرات و قصد مشترک واقعی طرفین قابل احصاء باشد و مطابق با قصد و هدف آنها حکم نمود. گفتنی است که تجلی گاه چنین رویکردی سیستم حقوقی کامن لا می باشد البته جالب است که اصل بر اعطا فروعات تابعه حتی بعد از تحقق عقد می باشد و طرفین برای عدم انجام آن باید بصورت صریح تراضی داشته باشند.^{۱۵۸}

در راستای عینیت بخشیدن به انتفاع از موضوع قرارداد لیسانس، لیسانس دهنده علاوه بر انتقال موضوع قرارداد، می بایستی آموزش و مساعدت های فنی لازم را نیز در اختیار لیسانس دهنده قرار دهد.

اینگونه قراردادهای در قالب یک مجموعه کامل^{۱۵۹} اعطاء می گردد که در بر دارنده موضوعات مختلف می باشد، به نحوی که عدم انجام یک مورد از آن به معنی عدم انجام کامل تعهدات قراردادی لیسانس دهنده تعبیر خواهد شد ذکر این نکته ضروری می باشد که اگر اعتبار موضوع قرارداد لیسانس با بهره برداری مناسب از آن ملازمه داشته باشد و عدم استفاده بهینه و کافی از آن به منافع تامه لیسانس دهنده آسیب رساند، در چنین شرایطی لیسانس گیرنده باید مبادرت به استفاده و بهره برداری از موضوع لیسانس در چهارچوب قرارداد منعقد شده نماید، در غیر اینصورت بر حسب مفاد قرارداد مسئول خواهد بود.^{۱۶۰}

¹⁵⁷ انصاری، مهدی، پیشین، ص 95

¹⁵⁸ Chavann and J.burst ,op.cit., p.312.

¹⁵⁹ License package

¹⁶⁰ بند 4 ماده 37 قانون ثبت علائم و اختراعات ایران مصوب 1310

در خصوص سایر موضوعات مربوط به قرارداد های لیسانس از آنجائیکه حکم صریح قانونی پیش بینی نشده است ، می توان با تمسک به وحدت ملاک و بهره جستن از مقررات و عرف بین المللی چنین نقیصه ای را تحت پوشش قرارداد .

مبحث چهارم : آثار قرارداد لیسانس علامت تجاری مطابق حقوق مالزی

بر خلاف فرانچایز که مقرر خاصی در خصوص آن ، تحت عنوان قانون فرانچایز مصوب 1998 وجود دارد ، موضوع لیسانس در حقوق مالزی مانند حقوق ایران سابقه تقنینی ندارد . مفهوم لیسانس در حقوق مالزی از شرایط مطروحه در قرارداد خصوصی فیما بین لیسانس دهنده و لیسانس گیرنده متبلور می باشد . موضوع لیسانس در حقوق مالزی بیش از آنچه از قواعد حقوقی تبعیت کند از یکسری اصول قراردادی نشات می گیرد که حدود و ثغور تکالیف و حقوق طرفین مطابق مفاد قرارداد خصوصی آنها قابل بررسی و واکاوی می باشد .

مساله ای که مطابق حقوق مالزی در خصوص قراردادهای تجاری وجود دارد ، پیش بینی عوض در قرارداد می باشد که گفتنی است عدم پیش بینی آن ممکن است تبعات منفی زیادی بر قرارداد مزبور حتی تصور عدم اعتبار آن داشته باشد .^{۱۶۱}

طرفین قرارداد لیسانس مطابق حقوق مالزی در خصوص تعیین شرایط و تعهدات قراردادی مبسوط الید هستند و می توانند آثار خاصی را بر آن تحمیل کنند . البته شایان ذکر می باشد که طرفین در لحاظ تعهدات و وظایف قراردادی باید در محدوده ماده 136 قانون قرارداد های مالزی مصوب 1959 عمل کنند و از اندراج مواردی که برخلاف قوانین موضوعه و نظم عمومی باشد می بایستی خودداری کنند .

¹⁶¹ Tay pek, sam, intellectual property law in Malaysia, p.182.

فصل دوم: آثار قرارداد فرانچایز علامت تجاری در حقوق ایران و مالزی

مبحث اول: آثار کلی قراردادهای فرانچایز

معمولا در قراردادهای بین المللی، تاریخ اثر دهی قرارداد^{۱۶۲} بصورت منجز در متن قرارداد مورد اشاره قرار می گیرد. این تاریخ می تواند نقطه شروع اجرای تعهدات طرفین و به تبع آن متبلور شدن آثار قراردادی گردد. بدون شک مقصود اصلی طرفین از انعقاد قرارداد، حصول آثاری است که هدف غایی آن را عیان می سازد. قراردادهای فرانچایز هم از قاعده فوق مستثنی نیستند و به محض رسیدن موعد اثر دهی، طرفین دارای یک سری حقوق و تکالیف قراردادی و قانونی می شوند. پرداختن به اثر قرارداد فرانچایز بدلائل مختلفی چون پیچیده بودن ماهیت قرارداد، طولانی بودن مدت زمان اجرای آن، بهره مندی از دانش فنی خاص و سایر موضوعاتی که خاصا در خصوص قرارداد فرانچایز مطرح می شوند، از اهمیت بسزائی برخوردار است.

از دیگر مباحثی که نمی توان بدون اشاره از آن عدول کرد، بحث ابقاء تعهدات طرفین حتی برای مدت زمان بعد از خاتمه یا انحلال قرارداد می باشد. تمامی این موارد دلیل محکمی خواهد بود بر اینکه موضوع آثار قرارداد فرانچایز، بصورت کامل مورد بحث و بررسی قرار گیرد.

گفتار اول: تعهدات فرانچایز دهنده^{۱۶۳}

بند اول: تعهد به تسلیم موضوع قرارداد فرانچایز

یکی از بدیهی ترین تعهدات فرانچایز دهنده اعطاء امتیاز فرانچایز به گیرنده آن می باشد. تسلیم موضوع قرارداد در قراردادهای انتقال فناوری می تواند به مراتب مفهومی گسترده تر از سایر حوزه های حقوق مالکیت فکری داشته باشد. تسلیم کالا و اسناد مربوطه، مهمترین تعهدات فروشنده را مطابق مفاد کلی کنوانسیون بیع بین المللی کالا تشکیل می دهد.^{۱۶۴} این درحالیست که در قراردادهایی مانند لیسانس و فرانچایز مقولات دیگری

¹⁶² Effective date

¹⁶³ Franchiser

¹⁶⁴ شعاریان، ابراهیم، شرحی بر کنوانسیون بیع بین المللی کالا، ماده 30

تحت عنوان اعطاء امتیاز و موازین حقوقی حاکم بر آن می تواند دخیل باشد. بحث اینکه چه امتیازی باید واگذار شود و نحوه و چگونگی آن، از جمله مسائلی می باشند که ما را ناگزیر به رجوع بر مفاد موافقت نامه طرفین، مذاکرات مقدماتی و عرف حاکم بر آن نوع فعالیت تجاری می نماید.^{۱۶۵} هرچند همگان بر اصل انتقال و اعطاء امتیاز فرانچایز بعنوان یک بخش اصلی از قرارداد فیما بین طرفین اتفاق نظر دارند ولی چگونگی اجرای آن می تواند به تعداد قراردادهای موجود در این زمینه متفاوت و منحصر به فرد باشد.

بند دوم: تعهد به ارائه اطلاعات جامع و دانش فنی

حوزه های متفاوتی برای اعطاء امتیاز فرانچایز قابل تصور می باشد که از آن جمله می توان به امتیاز فروش، تولید، خدمات، توزیع و سایر موارد ممکن که به نحوی به توافق طرفین می رسد اشاره داشت. در این خصوص فرانچایز دهنده، علاوه بر اعطای چنین امتیازی به گیرنده آن، مطابق فحوای کلی قرارداد، متعهد است تا اطلاعات جامع و دانش فنی مربوطه را به فرانچایز گیرنده ارائه دهد. اهمیت این موضوع به قدری می باشد که امکان اجرای قرارداد فرانچایز بدون ارائه چنین اطلاعاتی عملاً میسر نمی باشد. البته شایان ذکر می باشد که اگرچه قائل بر اعطای چنین اطلاعاتی توسط فرانچایز دهنده بعنوان تعهد اصلی وی هستیم ولی این تعهد به نوبه خود دارای اثری متقابل می باشد که به موجب آن گیرنده امتیاز متعهد به حفاظت و حراست از آنها بوده و حق نخواهد داشت تا آنها را افشا سازد و یا در اختیار اشخاص ثالث قرار دهد.^{۱۶۶}

با این حال فرانچایز دهنده تکلیف دارد تا موجبات تسهیل اجرای قرارداد را با ارائه دانش فنی مربوطه بصورت جامع فراهم آورد و گفتنی است که چنین مسئولیتی مطابق عرف حاکم بر این نوع از قراردادهای مستمر می باشد، به این مفهوم که حتی در جریان اجرای قرارداد عنداللزوم، دانش فنی جدید احتمالی را جهت پیشبرد اهداف قرارداد به گیرنده امتیاز ارائه دهد.

¹⁶⁵ ماندگار، مصطفی، پیشین، ص 421

¹⁶⁶ Mendelson Martin, the Guid to Franchising, forward by Lord Elzar, p 179.

ارائه دانش فنی مستمر نه تنها به تامین منافع گیرنده امتیاز کمک شایانی می کند بلکه با حفظ شهرت زنجیره فرانچایز و بروز کردن اصول کلی کسب و کار به مشتریان این امکان را می دهد تا با بهره جستن از دستورالعمل متحدالشکل ، استقبال گسترده ای از آن به عمل آورد .^{۱۶۷}

بند سوم : تعهد به آموزش و ارائه مشاوره فنی :

در اغلب قراردادهای فرانچایز شرط آموزش و ارائه مشاوره فنی از مقولات غیر قابل عدول بوده و از آن به عنوان یکی از تعهدات اصلی فرانچایز دهنده یاد می گردد ، با این توضیح که فرانچایز دهنده در راستای بهره برداری کامل و عاری از مشکل فرانچایز گیرنده از موضوع فرانچایز ، می بایستی مبادرت به ارائه آموزش هایی کند که پرسنل گیرنده امتیاز با بکار بستن آنها بتواند ، اهداف مطروحه در قرارداد را به خوبی محقق سازد ، در غیر اینصورت چنین قراردادی بواسطه پیچیدگی های خاص خود عقیم می ماند و اهداف مد نظر قرارداد دستخوش نقض چنین تعهداتی قرار می گیرد .^{۱۶۸}

همانطور که مذکور افتاد عمل به چنین تعهد مهمی باعث می شود تا مجموعه فرانچایز گیرندگان از یک خط سیری مشخص و اصول کاربردی یکسان تبعیت کنند که این امر به خودی خود منجر به شکوفایی و افزایش اعتبار روز افزون امتیاز دهنده می شود ، پس نباید آنرا به عنوان یک تعهد تحمیلی و خارج از اصول حقوقی دانست .^{۱۶۹} وقتی سخن از آموزش و ارائه مشاوره به میان می آید ، هدف از آن آموزش حضوری و کلاسیک نیست . فرانچایز دهنده می تواند به انحاء مختلف از قبیل ارائه دفترچه راهنما ، ارسال دستورالعمل مربوطه ، آموزش اینترنتی ، برگزاری کارگاه های آموزشی و ارائه مشاوره آنلاین و آفلاین به این مهم عمل کنند .

¹⁶⁷ William Quinn P., Franchising, chapter 42, united states law of trade and investment, vol 5th, p 42

به نقل از ماندگار ، مصطفی، پیشین، 422

¹⁶⁸ Hesselink, W. Martjin, commercial Agency, Franchise and Distribution contracts, 10th Draft, p 231.

¹⁶⁹ Sherman, J. Andrew, franchising and licensing: two powerful way to grow your business in any economy, p.25.

بند چهارم: پایبندی به حفظ حقوق انحصاری فرانچایز گیرنده

ممکن است شرایط فرانچایز گیرنده ایجاب نماید تا بصورت انحصاری در یک قلمرو خاصی مبادرت به فعالیت نماید. در همین راستا، گیرنده امتیاز به شرط رعایت چنین اصلی توسط ارائه دهنده امتیاز، مبادرت به انعقاد قرارداد می نماید. در برخی مواقع خاص گیرنده امتیاز جهت تحصیل منفعت حداکثری می خواهد تا موقعیت انحصاری وی در چهارچوب قرارداد حفظ گردد. امتیاز دهنده با آگاهی از چنین شرطی می بایستی الزامات مربوط به آن را جدی بگیرد و به هیچ عنوان در صدد نقض آن برنیاید. البته باید اذعان داشت که انحصاری بودن فعالیت مبتنی بر فرانچایز همواره به یک روال ساده نیست و ممکن است دارای قیودی باشد که آن را می توان از متن قرارداد و مذاکرات طرفین احراز نمود ولی نتیجه هر چه باشد، تعهد اصلی فرانچایز دهنده را بر رعایت چنین شرطی بیش از پیش گوشزد می کند و عدم رعایت آن ممکن است به معنای عدم تحقق رسالت آن نوع فرانچایز تعبیر گردد.

بند پنجم: مدت قرارداد و تمدید آن

لزوم درج ماده مربوط به مدت قرارداد و امکان تمدید آن از مسائلی می باشد که در قرارداد های فرانچایز با لحاظ ماهیت چنین قراردادهایی بیش از سایر قراردادهای مشابه ضروری می نماید. در این خصوص طرفین قرارداد باید به نحوی موضوع مدت قرارداد را مورد لحاظ قرار دهند که به حقوق مکتسبه طرفین آسیبی نرسد.¹⁷⁰ عوامل متعددی می توانند در تعیین مدت قرارداد به صورت مستقیم دخیل باشند که از آن جمله می توان به موضوع قرارداد، عرف رایج، رویه معمول بین طرفین و سایر شرایط اشاره داشت.¹⁷¹ به واسطه فعالیت فرانچایز گیرنده در طول مدت زمان اجرای قرارداد، یک نوع حق کسب و پیشه ای برای وی ایجاد می شود که قطعا متضمن ارزش مالی می باشد. چنین حقی را نمی توان به مجرد خاتمه قرارداد قابل اسقاط دانست. علاوه بر این، فرانچایز گیرنده به نیت فعالیت مدید مبادرت به امضای قرارداد فرانچایز می کند، در غیر این صورت ممکن است تا حد قابل توجهی

¹⁷⁰ Adler, Joseph, the fundamental Aspects of the Franchise Agreement, part 2. Available at: <http://www.thejournaloffranchise.com/art/article.cfm?id=91>.

¹⁷¹ باقری، فرامرز، منبع پیشین، ص 209.

حقوق مکتسبه خویش را از دست بدهد^{۱۷۲}. مسئله مربوط به تمدید مدت زمان اجرای قرارداد باید بر اساس اصل حسن نیت و رفتار منصفانه به نحو مطلوب بین طرفین توافق گردد. البته نباید از ذهن دور انگاشت که در بحث تمدید قرارداد ممکن است تصریح شود که تمدید قرارداد منوط به تحقق شرایطی خواهد بود که از آن به عنوان شروط وابسته یاد می شود.

مطابق حقوق کشورهایمانند انگلستان، ژاپن، چین، مالزی و فرانسه اگر طرفین در قراردادهای خصوصی خویش نسبت به تمدید مدت قرارداد سکوت اختیار کنند، فرانچایز دهنده تکلیفی بر تمدید قرارداد نخواهد داشت و در این خصوص نیازی به ارائه دلایل خاصی ندارد.^{۱۷۳}

گفتار دوم: تعهدات فرانچایز گیرنده

بند اول: پرداخت مابه ازای قراردادی

قراردادهای فرانچایز با توجه به ماهیت و کاربرد آنها در عرصه تجارت بین الملل بعنوان قراردادهای معوض شناخته می شوند که فرض مخالف آن می تواند نتیجه ای تحت عنوان بی اعتباری قرارداد را در برخی از سیستم های حقوقی دنیا مانند آمریکا در پی داشته باشد.^{۱۷۴} از اینرو فرانچایز گیرنده بصورت قطعی متعهد می شود در قبال اخذ امتیاز و مجوز بهره برداری از آن، ما به ازای قراردادی را پرداخت نماید. پرداخت مابه ازای توسط فرانچایز گیرنده دارای موارد متعددی است که در ذیل به آن اشاره می گردد:

الف: پرداخت حق فرانچایز قراردادی

برخی از دارندگان امتیاز مشهور و شناخته شده شرط انعقاد قرارداد فرانچایز را پرداخت مبلغ مقطوعی توسط گیرنده آن اعلام می کنند، که در واقع به آن نرخ فرانچایز گفته می شود. نرخ یادشده نمی تواند مبنای محاسبه

¹⁷² Zeidman, F, Philip, franchise in 32 jurisprudence worldwide, getting the Deal Throgh Publishing, 2011, p. 155.

¹⁷³ Ibid, p. 200

¹⁷⁴ Juustin, T.Robert and William slater Vincent, streetwise Achieving Wealth through Franchising, Adams Media, 2002, p.90.

و ارزیابی خاصی داشته باشد و آن چیزی که در این خصوص مبرهن است قدرت تعاملی طرفین قرارداد و نحوه توافق آنها می باشد. عرف حاکم بر قراردادهای فرانچایز تلویحا اشعار می دارد که نرخ فرانچایز می تواند قابل تجزیه به بخش های مختلف باشد بطوری که برای هر قسمت مبلغ معینی تعیین گردد.^{۱۷۵}

بعضا هم مشاهده می شود که فرانچایز دهنده مبلغ قطعی و معینی را تحت عنوان (نرخ ورود)^{۱۷۶} تعیین می کند تا بواسطه آن امتیاز فرانچایز تحت شرایط خاصی به تقاضا کننده آن ارائه گردد ولی معمولا چنین شرایطی زمانی اتفاق می افتد که رقابت شدیدی در خصوص اخذ چنین امتیازی وجود داشته باشد. لازم به ذکر می باشد که نحوه ارزیابی و چگونگی پرداخت آن باید بصورت صریح در قرارداد قید شود، در غیر اینصورت حدوث اختلافات آتی دور از ذهن نمی نماید.^{۱۷۷}

اصل بر این است که فرانچایز گیرنده در صورت تعیین چنین مبلغی، کل آنرا یکجا به ارائه دهنده امتیاز پرداخت نماید و هرگونه تصور دیگری مستلزم توافق صریح طرفین در این خصوص می باشد که از توافقات طرفین قابل برداشت خواهد بود که مبلغ معین شده در چند نوبت و به چه نحوی پرداخت شود.

از مزایای چنین روشی می توان به عدم نیاز به بررسی دفاتر و حساب های گیرنده امتیاز، بی تفاوتی نسبت به تغییر نرخ ارز و طیب خاطر فرانچایز گیرنده اشاره داشت. البته باید افزود که این روش شاید نتواند منافع تامه فرانچایز دهنده را تامین کند به این دلیل که در صورت شکوفا شدن کسب و کار و تحصیل منفعت گزاف توسط فرانچایز گیرنده، ارائه دهنده امتیاز از آن بی بهره خواهد ماند.

¹⁷⁵ Royalty on ongoing fee or periodical payment

¹⁷⁶ Initial fee

¹⁷⁷ Justin, T. Robert and William slater, op.cit, p. 91.

ب : حق امتیاز (رویالتی)

حق امتیاز به شیوه ای از پرداخت در قرارداد فرانچایز اطلاق می گردد که مطابق آن فرانچایز گیرنده متعهد می شود تا در قبال بهره برداری از موضوع فرانچایز در طول جریان اجرای قرارداد مبلغ یا درصد مشخصی را به امتیاز دهنده پرداخت کند. تفاوت بارزی که بین پرداخت مبلغ مقطوع و حق امتیاز وجود دارد، معین و قطعی بودن مبلغ در پرداخت کلی و عدم مشخص بودن مبلغ در خصوص حق رویالتی می باشد. البته این بدین معنی نیست که کلاً نظام پرداخت رویالتی نامشخص و مبهم است، بلکه به این مفهوم می باشد که طرفین در زمان انعقاد قرارداد ضابطه مشخصی را برای پرداخت رویالتی در فواصل زمانی اجرای قرارداد مشخص می کنند.¹⁷⁸

عوامل متعددی می توانند در تعیین حق امتیاز دخیل باشند، البته گفتنی است که مبنای تعیین چنین پرداختی ، توافق قبلی طرفین می باشد. اولین مبنای پرداخت رویالتی در چنین قراردادهایی میزان تولید کالا می باشد. در این روش طرفین قرارداد مبنای خاصی را جهت تعیین ضابطه پرداخت بر حسب میزان تولید کالا مشخص می کنند که از آن جمله می توان به تولید میزان مشخصی در قالب واحد، عدد، تن، بسته، کانتینر و ... اشاره داشت. در این سبک از تعیین پرداخت رویالتی ، گیرنده امتیاز بدون توجه به میزان فروش و توزیع به مجرد تولید کالا باید بر حسب درصد مشخص شده، مبلغ مذکور را به فرانچایز دهنده پرداخت کند. روش دیگر که برای تعیین ضابطه پرداخت رویالتی مورد توافق قرار می گیرد ، میزان فروش محصول است. این روش بیشتر شبیه تعهد به نتیجه می باشد به این مفهوم که فارغ از میزان تولید کالا ، این میزان فروش محصول خواهد بود که برای تعیین میزان پرداخت رویالتی ملاک عمل قرار می گیرد. در این روش طرفین توافق می کنند که در صورت فروش کالا یا محصولات به میزان مشخصی ، طرف دیگر مبادرت به پرداخت رویالتی کند، ملاک آخر برای تعیین ضابطه پرداخت رویالتی ، میزان سود می باشد. در این روش شرط می شود که عامل تعیین کننده مبلغ رویالتی ، درصد

¹⁷⁸ http://franchiseguide.org/articles/franchises/page_8/About_franchise_Royalty_fees.html.

مشخصی از سود حاصله از فروش کالا باشد. این روش عمدتاً در راستای حمایت از فرانچایزگیرندگان اعمال می شود.

ج) پرداخت ترکیبی حق فرانچایز اولیه و رویالتی

در این روش، گیرنده امتیاز علاوه بر پرداخت مبلغ مشخص شده ای به عنوان ما به ازای قراردادی، می بایستی مبلغی را بر حسب توافق قبلی و شرایط قرارداد به امتیاز دهنده پرداخت کند. با این وصف ما به ازای قراردادی در چنین شرایطی صرفاً دایر بر پرداخت یک مبلغ معینی نیست، بلکه تحت عنوان رویالتی به صورت مستمر بر اساس مذاکرات و توافق قبلی طرفین باید پرداخت شود.^{۱۷۹}

بند دوم: تعهد به حفظ اعتبار و شهرت فرانچایز دهنده

اعمال سلیقه شخصی و اقدام به سیاست گذاری جدید توسط فرانچایز گیرنده به هیچ عنوان مطلوب امتیاز دهنده نخواهد بود. مقصود اصلی فرانچایز دهنده علاوه بر کسب سود و توسعه کسب و کار خویش، یکسان سازی پروژه تجاری خویش، در مناطق و کشورهای مختلف می باشد. از همین رو فرانچایز گیرنده با لحاظ دستورالعمل فرانچایز دهنده می بایستی کاملاً منطبق با خط و مشی امتیاز دهنده فعالیت کند، به نحوی که شهرت و اگذارنده امتیاز دستخوش منافع موقت و تصمیمات فردی فرانچایز گیرنده قرار نگیرد. هرچند معمولاً فرانچایز دهنده از دستگاه نظارتی و کنترل خود در این زمینه نهایت بهره را می برد، با این وجود مسئولیت فرانچایز گیرنده در رعایت موارد فوق الذکر کاهش نمی یابد.

با جمیع اوصاف یاد شده، فرانچایز گیرنده می بایستی از نهایت توان خویش در این زمینه استفاده کند و بهترین تلاش خویش را به کار ببندد. در قراردادهای فرانچایز بین المللی شرط می شود که حتی نمایندگان، کارکنان و

179 محمودی، اصغر، شرایط ماهوی حمایت از اختراع از دیدگاه رویه ی قضایی و اداره ثبت اختراع، مجله تحقیقات حقوقی، شماره 42، ص

سایر اشخاص مرتبط با موضوع قرارداد باید از دستورالعمل فرانچایز دهنده تبعیت کنند و جملگی آنها یک مجموعه واحدی را در مقابل فرانچایز دهنده تشکیل می دهند.¹⁸⁰

مضافاً بر اعمال بهترین تلاش توسط فرانچایز گیرنده، ایشان باید مراقبت کامل، اقدامات پیشگیرانه نسبت به نقض حقوق فرانچایز دهنده و اقدامات مربوط به حراست از شهرت فرانچایز دهنده را به کار ببندد.

بند سوم: حفاظت از حقوق مالکیت فکری فرانچایز دهنده: الف) حفاظت از علامت تجاری

رویت علامت تجاری توسط مشتری می تواند نوید بخش حصول طیب خاطر و اعتماد مشتری بر کیفیت و رعایت استاندارد های لازم توسط فرانچایز گیرنده باشد. این امر هم به نوبه خود مبین شهرت و اعتبار فرانچایز دهنده در همان کالا یا خدمات می باشد. از همین رو فرانچایز گیرنده متعهد است تا از علامت تجاری امتیاز دهنده به نحو مطلوب استفاده کند و از نقض حقوق مربوط به آن جلوگیری به عمل آورد.¹⁸¹ در وهله دوم فرانچایز گیرنده باید تضمین دهد که در جاهای مختلف و در اسناد متعدد مربوط به موضوع قرارداد به صراحت اذعان دارد که تحت لیسانس فرانچایز دهنده مبادرت به فعالیت می کند. در همین راستا گیرنده امتیاز حق نخواهد داشت، بدون رضایت قبلی امتیاز دهنده مبادرت به اعطای لیسانس موضوع قرارداد به شخص دیگر نماید. فرانچایز گیرنده نباید از علامت تجاری فرانچایز دهنده به صورت ناروا استفاده کند و همچنین حق ندارد از موضوع فرانچایز به عنوان گرو، وثیقه و رهن جهت حصول به اهداف خود استفاده نماید.

¹⁸⁰ Available at: <https://www.franchiseinfo.co.uk/advice/franchising-your-business/391/how-to-maintain-a-well-built-reputation-when-your-business-is-a-franchise>

¹⁸¹ Jakhu, S. Gurmeet and Hamilton Pratt, IP Issues and Franchising, WIPO, Rome, 2009, P. 4.

ب) تعهد به رازداری

واضح است که در قراردادهای فرانچایز بر حسب ماهیت و اقتضای آن، اطلاعات و اسناد گسترده ای مورد تبادل قرار می گیرد. بعضا مشاهده می شود که ارزش کلی یک موضوع فرانچایز کاملا بستگی به اطلاعات موجود دارد و در صورت افشا شدن آنها ممکن است هیچ ارزش مادی و حقوقی نتوان بر آن متصور شد. با توجه به اهمیت چنین اطلاعاتی در قراردادهای فرانچایز معمولا طرفین به اشتراط شرط محرمانگی در قرارداد اصلی بسنده نمی کنند و مبادرت به انعقاد یک موافقت نامه مستقل تحت عنوان موافقت نامه محرمانگی می نمایند که در آن جزئیات مربوط به اطلاعات و اسناد و مدارک تسلیمی و ضمانت اجرای افشا و در اختیار اشخاص ثالث قراردادن آنها مورد پیش بینی قرار می گیرد.

حفاظت از اسرار تجاری امتیاز دهنده نه یک تعهد فرعی بلکه از اساسی ترین موضوعات مربوط به قراردادهای فرانچایز می باشد که نقض آن مطابق سیستم حقوقی کامن لا به عنوان نقض اساسی که بالطبع ضمانت اجرای سنگین تری مانند ایجاد حق فسخ و جبران ضرر و زیان مالی و دیگر ضمانت اجرای قانونی مانند منع فعالیت در همان موضوع برای مدت مشخصی خواهد بود.

بند چهارم: تهیه و تدارک مواد اولیه از فرانچایز دهنده

موضوع کیفیت یکی از مباحث مهم و اساسی در حوزه قراردادهای فرانچایز می باشد. ممکن است فرانچایز دهنده به واسطه یکسری ملاحظات از فرانچایز گیرنده در زمان انعقاد قرارداد بخواهد تا تمامی مواد اولیه و خام را از خود فرانچایز دهنده تامین نماید. در چنین شرایطی فرانچایز گیرنده به هیچ عنوان حق ندارد تا مواد اولیه مذکور را از اشخاص ثالث دیگر تامین نماید.

این موضوع می تواند به عنوان نقض اساسی قرارداد محسوب گردد و فرانچایز دهنده را عملا از آنچیزی که مستحق تحقق آن بوده است، محروم سازد. با این وصف، فرانچایز گیرنده باید ترتیبی اتخاذ نماید که مطابق آن واگذارنده امتیاز بتواند به صورت مستمر و کامل نظارت و کنترل بر روند فعالیت ایشان داشته باشد. حسن منفعت درج

چنین شرطی برای فرانچایز دهنده خواهد بود، چرا که علاوه بر فروش مواد اولیه خود، این امکان را به فرانچایز گیرنده نخواهد داد تا سود واقعی امتیاز دهنده را ارزیابی نموده و نسبت به سود کسب و کار وی مطلع گردد. مضافاً بر اینکه فرانچایز دهنده از کیفیت محصول خود نیز طیب خاطر خواهد داشت.^{۱۸۲}

مبحث دوم – آثار قرارداد فرانچایز علامت تجاری در حقوق ایران و مالزی

گفتار اول: آثار قرارداد فرانچایز در حقوق ایران

با توجه به عدم وجود مقرره خاص و همچنین عدم تصویب قانون خاصی در خصوص فرانچایز تعیین آثار چنین قراردادهایی مطابق حقوق ایران کاملاً غیر ممکن می نماید. با این وصف می توان آثار قرارداد فرانچایز در حقوق ایران را مولود تراضی طرفین قرارداد دانست و تابع حقوق قراردادی بدانیم.

قطعاً با توجه به فنی بودن موضوع قرارداد فرانچایز، طرفین سعی می کنند تا با الهام از مقررات بین المللی و عرف حاکم آثار چنین قراردادهایی را مشخص سازند، یا اگر یکی از طرفین دارای تابعیت خاصی باشد، مقررات قانونی حاکم بر قرارداد آنها اعمال می گردد. چالش اصلی برای زمانی خواهد بود که طرفین قرارداد دارای تابعیت ایرانی باشند و در قرارداد جملگی موارد مربوط به آثار قرارداد را پیش بینی نکرده باشند، در چنین حالتی با فرض خلاء قانونی، طرفین در احاطه بن بست قراردادی قرار می گیرند و ادامه مسیر ممکن است برای هر دو طرف قرارداد ناهموار به نظر برسد. طرفین قرارداد فرانچایز در ایران با توجه به چالش فوق الذکر می بایستی قرارداد خویش را به صورت جامع و دربردارنده تمامی موارد تنظیم و منعقد نمایند و در صورت عدم پیش بینی، ساز و کاری را برای اتخاذ تصمیم از طریق مذاکرات آتی در نظر بگیرند.^{۱۸۳}

گفتار دوم: آثار قرارداد فرانچایز در حقوق مالزی

آثار قرارداد فرانچایز مطابق قانون فرانچایز مالزی به دو دسته آثار قراردادی و قانونی تقسیم می شوند.

¹⁸² صفری، محسن و مشهدیان، شهاب، بررسی ماهیت حقوقی قرارداد فرانچایز در حقوق ایران، فصل نامه ی حقوق، مجله ی دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه نهران، شماره 101، ص 91.

¹⁸³ صفری، محسن و مشهدیان، شهاب، پیشین، ص 19

به موجب قانون فرانچایز مالزی یکسری از آثار قرارداد فرانچایز به صورت حتمی می بایستی توسط طرفین تحقق یابد، البته این بدین معنی نیست که طرفین نمی توانند آثار دیگری را بر آن فرض کنند.

بند اول: آثار قانونی

الف) اقدامات اجباری

فرانچایز دهنده می بایستی بر اساس^{۱۸۴}، قرارداد اصلی فرانچایز، اسناد خود اظهاری مربوط به موضوع فرانچایز (طرح توجیهی) را حداقل 10 روز قبل از امضای قرارداد فرانچایز مطابق ماده 11 همان قانون به مدیر ثبت فرانچایز تسلیم نماید. شایان ذکر می باشد، شخصی که مراتب فوق را اجرا نکند، مرتکب جرم شده است.

ب) گزارش سالیانه

فرانچایز دهنده می بایستی ظرف مدت 6 ماه از پایان هر سال مالی گزارش مربوطه را در فرم مخصوص به مدیر ثبت ارائه دهد. در ضمن گزارش می بایستی شامل اسناد خود اظهاری که به روز شده است، باشد. مدیر ثبت پس از بررسی های لازم ممکن است دستوری مبنی بر تعلیق، خاتمه یا لغو موافقت ثبت فرانچایز به دلیل منافع عمومی یا با هدف حمایت از فرانچایز گیرنده تا زمانیکه نقایص مذکور برطرف نشده اند، صادر کند. هر شخصی که توسط تصمیم مدیر ثبت متضرر واقع گردد، می تواند نزد وزیر مربوطه به نحو مقرر در قانون، طی یکماه از تاریخ ابلاغ آن تجدید نظرخواهی کند. تصمیم وزیر در این خصوص نهایی می باشد.^{۱۸۵}

¹⁸⁴ بند اول ماده 15 قانون فرانچایز مالزی

¹⁸⁵ بند اول ماده 17 قانون فرانچایز مالزی

فرانچایز دهنده ملزم است تا علامت تجاری یا علامت خدماتی مربوط به فرانچایز خویش را بر اساس مقررات مصوب 1976 قبل از ثبت فرانچایز مطابق ماده 7 به ثبت رساند.¹⁸⁶ نهایتاً مدت زمان اجرای قرارداد مطابق ماده 25 قانون فوق الذکر نباید کمتر از 5 سال باشد.

بند دوم: آثار قراردادی

الف) تعهدات فرانچایز دهنده بر اساس قانون فرانچایز مالزی

بر اساس ماده 300 قانون فرانچایز مالزی، فرانچایز دهنده باید:

- اختاریه کتبی در خصوص نقض تعهدات قراردادی فرانچایز گیرنده مانند تهیه و توزیع مواد اولیه و همچنین خدمات آموزشی، بازاریابی و دیگر مساعدت های فنی و تجاری به فرانچایز گیرنده ارسال دارد.
- اختاریه کتبی در خصوص نقض تعهدات قراردادی فرانچایز گیرنده ارسال دارد و مهلت کافی را جهت جبران نقض تعهد به فرانچایز گیرنده اعطا کند.

اگر فرانچایز دهنده بر اساس ماده 20 همان قانون به صورت غیر منطقی تبعیضی را ما بین فرانچایز گیرندگان مثل مبلغ فرانچایز، حق برخورداری مستقیم از کالاها، خدمات، تجهیزات و خدمات تبلیغی اعمال دارد، مرتکب جرم شده و مشمول فعالیت فرانچایز غیرمنصفانه می شود. لازم به ذکر است که اگر چنین تبعیضی موجب ورود ضرر و زیان رقابتی به گیرنده امتیازی که با سایر فرانچایز گیرندگان رقابت می کند، گردد، فرانچایز دهنده مرتکب جرم می شود.

فرانچایز دهنده می بایستی همکاری لازم را در خصوص فعالیت فرانچایز گیرنده مانند تهیه و توزیع مواد اولیه و همچنین خدمات، آموزش، بازاریابی و دیگر مساعدت های فنی و تجاری را در اختیار فرانچایز گیرنده قرار دهد.¹⁸⁷

¹⁸⁶ ماده 24 قانون فرانچایز مالزی
¹⁸⁷ بند 3 ماده 30 قانون فرانچایز مالزی

ب) تعهدات فرانچایز گیرنده

- فرانچایز گیرنده می بایستی تعهد کتبی به فرانچایز دهنده مبنی بر اینکه خود وی، مدیران و کارکنان وی اطلاعات محرمانه را که شامل دستورالعمل عملیاتی یا مباحث آموزشی سازمان یافته که توسط فرانچایز دهنده در اختیار آنها قرار می گیرد، در طول دوره فرانچایز و برای 2 سال بعد از انقضای آن، نزد ثالث افشا نکنند، بدهد.
- فرانچایز گیرنده باید تعهد کتبی مبنی بر عدم انجام فعالیت مشابه در طول جریان اجرای قرارداد و 2 سال بعد از انقضای آن به فرانچایز دهنده ارائه دهد.

ج) تعهدات مشترک فرانچایز دهنده و فرانچایز گیرنده

- فرانچایز دهنده و فرانچایز گیرنده می بایستی به صورت صادقانه و قاعده مند عمل کرده و نسبت به انجام بهینه فعالیت های فرانچایزی در زمان و مکان مطروحه پایبند باشند.
 - فرانچایز دهنده و فرانچایز گیرنده در قرارداد فیما بین می بایستی از انجام اقدامات ذیل خودداری ورزند:
 - الف) اقدامات غیر منطقی و مهمی که متضمن هزینه های گزاف می باشد.
 - ب) اقدامات غیر ضروری و غیر منطقی در مقابله با ریسک هایی که توسط طرف دیگر به وجود آمده است¹⁸⁸.
 - ج) اقداماتی که به صورت متعارف جهت منافع مشروع فعالیت فرانچایزی هر دو طرف ضروری نیست.
- فرانچایز دهنده و فرانچایز گیرنده تحت هر شرایطی باید حقوق مصرف کننده را در نظر بگیرند¹⁸⁹.

¹⁸⁸ ماده 29 قانون فراچایز مالزی
¹⁸⁹ بند 4 ماده 30 قانون فرانچایز مالزی

بخش چهارم

انحلال قراردادهای لیسانس و فرانچایز علامت تجاری

فصل اول: انحلال قراردادهای ليسانس علامت تجاری

مبحث اول: موارد انحلال

در اغلب قراردادهای بین المللی که به صورت حرفه ای منعقد می شوند، تعهدات و ضمانت اجرایی آنها جز لاینفک قراردادها به شمار می روند. هریک از طرفین در چنین قراردادهایی تمایل دارند تا سرنوشت قرارداد را در زمان نقض تعهدات، خود مشخص کنند و از سیطره قوانین پر پیچ و خم حاکم بر قرارداد رهایی یابند. خاتمه قراردادها می تواند جوانب و جلوه های متعددی داشته باشد که در این فصل سعی شده است تا تمامی موارد مربوط به انحلال قراردادهای ليسانس مورد توجه و بررسی قرار گیرد.

گفتار اول: عدم پرداخت حق امتیاز

قرارداد ليسانس در دسته قراردادهای معوض قرار می گیرد، به این مفهوم که ليسانس دهنده در قبال اعطای امتیاز انتظار دارد تا گیرنده آن در مواعد تعیین شده مبادرت به پرداخت حق امتیاز کند. اگر ليسانس گیرنده مطابق اصول و شرایط قراردادی و قانونی مبادرت به پرداخت حق امتیاز ننماید، ليسانس دهنده را عملاً از آن چیزی که مستحق دریافت آن بوده است، محروم می سازد، در چنین شرایطی راهکاری که در اختیار ليسانس دهنده قرار می گیرد همان فسخ قرارداد می باشد.

با اعمال مذاقه در رویه قضایی، مشخص می گردد که عدم پرداخت حق امتیاز به عنوان نقض اساسی قرارداد محسوب می شود که موجب حق فسخ برای ليسانس دهنده می باشد.^{۱۹۰}

این قاعده در کلیه شئون مربوط به ليسانس علی الخصوص در ليسانس علامت تجاری به صورت کامل مورد عمل قرار می گیرد.^{۱۹۱}

¹⁹⁰ radx crop. V. Demy, 658 S.w.2d 298 (tex. App.houston 1983).

¹⁹¹ <http://www.ca6.uscourts.gov/opinions.pdf/oba0032p-06.pdf>. Rano v. sipa press Inc, 987 F.2d 580, 26 v.s.p.Q. 2d 1051, 1993 CCH copyright L.Dec 27. 9th Cir. 1993

گفتار دوم: اعطای لیسانس فرعی توسط لیسانس گیرنده

اگر در جریان قرارداد، لیسانس گیرنده از اعطای هرگونه لیسانس فرعی منع شده باشد، عمل وی در این خصوص نقض قرارداد محسوب می شود و برای امتیاز دهنده حق فسخ را در پی خواهد داشت. یکی از مشهورترین نمونه هایی که در این زمینه مطرح شده است، از این قرار است که شرکت خواهان با شرکت شل قرارداد لیسانس با موضوع ماده شیمیایی مورد استفاده در کشاورزی منعقد می کند. یکی از شرایط مهم قرارداد متضمن ممنوعیت لیسانس گیرنده (شرکت شل) از اعطای لیسانس فرعی بود. سال ها بعد شرکت شل تصمیم گرفت که کالای مد نظر را در خارج از آمریکا توسط یک شرکت دیگر تولید کند. شرکت خواهان علیه شرکت شل اقامه دعوی کرد. قاضی دادگاه ضمن صدور رای به نفع خواهان پرونده ایراد داشت که قرارداد شل با شرکت «یونیسون کرباید» ناقض مفاد قرارداد فی مابین خواهان و شل می باشد. اساس صدور رای بر این قاعده استوار بود که قرارداد لیسانس به عنوان یک قرارداد مستمر تنسیق کننده یک رابطه قراردادی طولانی می باشد که مرور زمان نمی تواند فحوای کلی توافق قبلی طرفین را کم رنگ جلوه دهد.^{۱۹۲}

گفتار سوم: عدم بهره برداری

چه بسا انگیزه و هدف غایی امتیاز دهنده، بهره برداری بهینه و مناسب از موضوع لیسانس توسط گیرنده آن باشد. با این وصف، مبرهن است که عدم اهتمام لیسانس گیرنده در بهره برداری از موضوع لیسانس طبق مفاد قرارداد، نقض تعهدات اساسی قرارداد را جلوه نماید. همچون سایر قراردادهای موضوع تجارت و خدمات بین الملل مقصود طرفین در قراردادهای لیسانس کسب درآمد است. این مورد زمانی درخور

¹⁹² E.I. Du pont de Nemours and co.v. shell oil co., 498 A.2D 1108, 227 U.S.P.Q. 233 (Del. 1985).

توجه و دقت است که شالوده تعیین ما به ازای قراردادی بر محور حق امتیاز استوار باشد، در چنین شرایطی کسب درآمد توسط لیسانس گیرنده و همچنین امتیاز دهنده بستگی به این امر دارد که گیرنده امتیاز چگونه و به چه میزانی از پروانه اختراع بهره برداری کند. به موجب قرارداد اگر گیرنده امتیاز از حقوق انحصاری امتیاز دهنده استفاده کند، بخشی از درآمد را طبق مفاد قرارداد به عنوان عوض قراردادی به لیسانس دهنده پرداخت می کند.^{۱۹۳}

گفتار چهارم: عدم قید مدت قرارداد

تقسیم قراردادها به دو نوع مستمر و آنی از دیرباز مطمح نظر نویسندگان حقوقی قرار گرفته است که در آثار مختلف حقوقی جلوه نموده است.^{۱۹۴} در این تقسیم بندی عنصر زمان متضمن اهمیت والایی می باشد که نقطه آغاز و پایان تعهدات و رفع مسئولیت را در پی خواهد داشت. این موضوع در قراردادهای لیسانس هم دارای اهمیت وافر می باشد، چرا که متضمن مدت قرارداد به مفهوم عدم امکان استفاده از موضوع لیسانس توسط گیرنده آن می باشد. مضافاً بر اینکه عدم درج مدت قرارداد می تواند چنین استنباطی را القا کند که مدت زمان قرارداد لیسانس برابر مدت زمان اعتبار پروانه اختراع می باشد.^{۱۹۵}

البته قابل کتمان نیست که آرای برخی از دادگاه ها، از عدم درج مدت زمان قرارداد به عنوان امکان فسخ قرارداد در هر زمان از اجرای قرارداد تعبیر داشته اند.^{۱۹۶} البته باید اذعان داشت که طرفین بعضاً در تعیین مدت زمان اجرای قرارداد دارای آزادی عمل کامل نیستند و قانون ممکن است نقش محدود کننده ای در این زمینه داشته باشد، به عنوان مثال اخذ حق امتیاز پس از اتمام مدت اعتبار پروانه اختراع و همچنین از زمان بی اعتباری پروانه ، کاملاً با قوانین رقابت منافات دارد.

۱۹۳ صابری ، پیشین، ص ۱۵۵

۱۹۴ کاتوزیان ، دکتر ناصر، قواعد عمومی قراردادها، جلد اول، ص ۱۳۷ تا ۱۴۲

۱۹۵ Poles, INC. V. BEECKER, 461 F.Supp. 878, 881,201 U.S.P.Q 107(E.D. PA.1978)

۱۹۶ Robert B. Vance and Assocs V. Bornet Crop., 487 F.Supp.790.205 U.S.P.Q 24(N.D.Ga.1979)

مبحث دوم: انحلال قرارداد لیسانس در حقوق ایران

همانطور که در مباحث گذشته اشاره شد، حقوق ایران در خصوص مقوله لیسانس به صورت مستقل دارای مقررات خاص نمی باشد. از این رو برای تبیین موارد ناگزیر از مراجعه به قواعد عمومی و مقررات مشابه هستیم تا حکم کلی قضیه را تشریح نماییم. در حقوق ایران یکی از موجبات خاتمه قرارداد، فسخ آن است. اگر اساس توافق طرفین در قرارداد به نحوی باشد که جهت خاتمه بخشیدن به قرارداد امکان توسل به اسباب فسخ فراهم باشد، قرارداد به استناد قانون حاکم خاتمه یافته تلقی می شود. به عنوان نمونه اگر لیسانس دهنده در خصوص کلیات موضوع دست به تدلیس و تقلب بزند، گیرنده امتیاز محق است تا توافق را به استناد تدلیس مزبور فسخ کند.^{۱۹۷} یا اگر در جریان انعقاد قرارداد حق فسخی برای یک مدت مشخص برای طرفین در نظر گرفته شود آن قرارداد با حصول آن شرایط در معرض فسخ قرار می گیرد.^{۱۹۸}

در حقوق ایران بند 2 ماده 31 بخش نامه سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور تحت عنوان « موافقت نامه، پیوست ها، شرایط عمومی و شرایط خصوصی قرارداد واگذاری لیسانس و دانش فنی برای فرایند تولید محصول ”مصوب 10 آذر 1383 با یک نگاه کلی نقض هرگونه تعهد قراردادی را سبب ایجاد حق فسخ تلقی کرده است. این در حالیست که یک قرارداد مستمر نباید به راحتی دستخوش خاتمه زودرس قرار گیرد و باید بر حسب اهمیت تعهدات، میان آنها قائل بر تفکیک شد. با این شرح که برخی از نقض تعهدات باید منجر به جبران خسارت مالی گردد. شق دوم بند 2 ماده 31 همان قانون اشعار می دارد که انحلال یا صدور حکم ورشکستگی هر یک از دو طرف برای طرف دیگر حق فسخ را ایجاد خواهد کرد. در یک بیان کلی باید اذعان داشت که مطابق حقوق ایران بر اساس اصل لزوم قراردادهای صرف عدم انجام تعهدات قراردادی موجد حق فسخ نیست، بلکه متعهد له می تواند مطابق ماده 237 ق.م در وهله اول

197 مواد 437 و 438 قانون مدنی

198 ماده 399 قانون مدنی

الزام به اجرای تعهد و در صورت غیر میسور بودن آن به موجب ماده 239 ق.م قرارداد را فسخ کند ولی در بند 2 ماده 31 قانون مذکور به مرحله درخواست الزام به اجرای تعهد اشاره ای نشده است. در خصوص انفساخ قرارداد لیسانس به موجب حقوق ایران باید اشاره به این مطلب داشت که به موجب ماده 18 قانون ثبت اختراعات ، طرح های صنعتی و علائم تجاری مصوب 1386 بی اعتباری گواهی نامه اختراع اثر قهقراپی داشته و از زمان ثبت اختراع واجد اثر خواهد بود.¹⁹⁹

مبحث سوم: انحلال قرارداد لیسانس در حقوق مالزی

علیرغم اینکه در کشور مالزی در سالیان اخیر انعقاد قراردادهای لیسانس رو به فزونی بوده است ، متأسفانه قانون و مقررات خاصی که به صورت ویژه به این نوع از قرارداد در حوزه مالکیت فکری بپردازد وجود ندارد ، این در حالی است که این کشور با شرحی که در فصول گذشته ایراد شد ، دارای یک قانون جامع در زمینه فرانچایز می باشد. با مطالعه در نوشته های نویسندگان این کشور مشخص شد که کلیات انعقاد و اجرا و خاتمه و انحلال قرارداد لیسانس نشات گرفته از روح کلی قوانین و مقررات حاکم بر قرارداد این کشور می باشد ، هر توافق قانونی طرفین در قراردادهای به شرط مطابقت با قوانین موضوعه و نظم عمومی می تواند منشاء اثر قرار گیرد.²⁰⁰

مبحث چهارم: آثار انحلال قرارداد لیسانس

انحلال قرارداد لیسانس به هر نحو و عنوان که صورت پذیرد ، لیسانس گیرنده را از بهره مندی از حقوق ناشی از لیسانس محروم می کند و هرگونه بهره برداری از حق موصوف ، موجبات نقض حقوق لیسانس

¹⁹⁹ در حقوق ایران بر خلاف قانون سابق که روش اعلامی را در ثبت اختراع پذیرفته بود در ماده 13 قانون جدید ثبت اختراع، طرح های صنعتی و علائم تجاری و به موجب ماده 28 آیین نامه قانون مزبور مرجع ثبت خود باید شرایط ماهوی و شکلی وجود اختراع را بررسی کند و حتی می تواند از متخصصین خارج از مرجع نیز برای احراز آنها کمک بخواند و هرچند این ارزیابی قطعی نیست و با این وجود احتمال دارد اختراع موضوع دعوی بطلان قرار گیرد که مرجع رسیدگی به این ادعا مطابق ماده 59 قانون ، شعب خاصی از دادگاه های عمومی تهران می باشد.

²⁰⁰ <https://www.mirandah.com/pressroom/item/239-breach-of-license-agreement-from-the-perspective-of-intellectual-property/>

دهنده را فراهم می کند. در همین راستا طرفین باید در متن قرارداد جهت جلوگیری از احتمال تفسیر متعارض بیان دارند که با انحلال قرارداد، لیسانس گیرنده حق نخواهد داشت تا از موضوع لیسانس استفاده کند. در برخی قضایای خاص مشاهده می شود که طرفین در قرارداد تراضی می کنند که حتی پس از انحلال قرارداد، گیرنده امتیاز از جملگی حقوقی که خود به صورت مستقیم در حدود آن دخالت داشته است، بهره مند گردد.

از دیگر آثار انحلال قرارداد لیسانس می توان به مبحث محرمانگی و عدم افشا اطلاعات اشاره داشت که به موجب آن لیسانس گیرنده متعهد می شود ضمن حفاظت از اطلاعات و اسناد و مدارک امتیازدهنده هر آن چیزی را که قابلیت تسلیم مادی دارد، به خود لیسانس دهنده عودت دهد.

طرفین در اصل باید موارد مربوط به دوران پسا- انحلال را در قرارداد پیش بینی کنند تا از بروز مباحث نقض جلوگیری شود و در غیر اینصورت اطاله زمان و رجوع به مراجع حل و فصل اختلاف جهت مشخص کردن حکم قضیه گریز ناپذیر خواهد بود. در ضمن تعهد به رازداری بر خلاف سایر تعهدات، پس از خاتمه یا انحلال قرارداد کماکان می بایستی اجرایی تلقی شود، چرا که منطقی و منصفانه نیست اسرار تجاری که دارای ارزشی فراتر از محدوده زمانی خاص دارد به آسانی دستخوش نقض قرار گیرد.

فصل دوم: انحلال قراردادهای فرانچایز علامت تجاری

مبحث اول: موارد انحلال

انحلال قرارداد را به هیچ عنوان نباید مستقل و جدا از روند کلی قرارداد دانست. طرفین در زمان انعقاد قرارداد به همان میزان که به شرایط تکوین و انعقاد و اجرای قرارداد توجه دارند، حتما باید موارد مربوط به انحلال و طرق اعمال آنرا نیز مد نظر قرار دهند. عدم تبیین شرایط انحلال و عدم پیش بینی موازین حاکم بر آن در قرارداد توسط طرفین می تواند تبعات سوء و غیر منتظره ای را برای هر دو طرف قرارداد رقم بزند.

گفتار اول : انفساخ

مطابق تعریف هایی که از انفساخ به عمل آمده است می توان آنرا به معنای انحلال قهری و غیر ارادی دانست . البته نباید دور از ذهن داشت که قهری بودن آن به معنای غیر ارادی بودن انحلال نیست بلکه موید این امر می باشد که بدون نیاز به اعمال اراده خاصی به صورت خود بخود منحل می گردد . به عنوان مثال می توان بیان داشت که طرفین به موجب یک شرط فاسخ ، علت حصول انحلال را به تبع تحقق شرطی ابراز می دارند که این امر در بادی امر کاملا ارادی و حاصل تراضی طرفین است ولی پس از تحقق شرط مزبور ، انحلال آتی به صورت قهری انجام می پذیرد که البته قهری بودن آن نیز به تجویز توافق طرفین می باشد.^{۲۰۱}

بند اول : انفساخ بموجب تراضی طرفین

منشاء این نوع انفساخ اراده صریح و تراضی طرفین فرانچایز می باشد . اگر طرفین فرانچایز در قرارداد شرط کنند که بعد از مدت دو سال از تاریخ انعقاد قرارداد ، کلیات اجرائی آن خود بخود پایان یابد و یا اگر فرانچایز گیرنده به صورت متوالی به مدت سه ماه از پرداخت حق امتیاز خودداری کند، انفساخ رخ خواهد داد ، در چنین شرایطی انفساخ در اثر توافق و بر حسب اراده طرفین صورت می پذیرد.^{۲۰۲} با این وصف اگر چه دلیل انحلال در وهله اول از اراده طرفین نشات می گیرد ولی اثر دهی آن بعد از تحقق شرط مورد توافق به صورت خودکار انجام می گیرد .

بند دوم: انفساخ بموجب حکم قانون

این نوع انفساخ تحت تاثیر اراده طرفین صورت نمی پذیرد و عملا طرفین در تحقق و اثر دهی آن بعضا بصورت کامل فاقد نقش و قدرت تصمیم گیری لاحق می باشند . این نوع انفساخ فارغ از شرایط و نحوه تحقق آن ، ناشی از حاکمیت قانون می باشد . بعنوان مثال در حقوق فرانسه ، ورشکستگی یکی از طرفین قرارداد موجبات انفساخ آن را فراهم خواهد ساخت .

²⁰¹ کاتوزیان ، ناصر ، اعمال حقوقی، انتشارات شرکت سهامی انتشار، چاپ هشتم، ص 452

²⁰² نجات زادگان، حمید، پیشین، ص 217

گفتار دوم : انقضاء مدت

یکی از قراردادهایی که در آن پیش بینی مدت و دوره اجرایی قرارداد از اهمیت بسزائی برخوردار است ، قرارداد فرانچایز می باشد .

مقوله مدت قرارداد به انحاء مختلف توسط طرفین در قرارداد مورد پیش بینی قرار می گیرد . از آن جمله می توان به پیش بینی امکان تمدید قرارداد با توافق کتبی و بعدی طرفین و یا خاتمه قرارداد پس از مزی یک مدت خاص و سایر شرایطی که طرفین با ملاحظه شرایط و اوضاع و احوال در نظر می گیرند ، اشاره داشت در ساده ترین شرط ممکن ، اگر طرفین در خصوص امکان تمدید قرارداد پس از خاتمه مدت ، مقرره خاصی در نظر نگرفته باشند ، چنین قراردادی به مجرد رسیدن موعد آن خاتمه یافته تلقی می گردد .

البته باید اذعان داشت که در قراردادهای مستمری چون فرانچایز و لیسانس صرف اتمام مدت تعیین شده دلیلی بر توقف کامل قرارداد نمی باشد و طرفین موظف به تکمیل امورات ناتمام قراردادی می باشند ولی نتیجه هر چه که باشد ، متضمن خاتمه قرارداد است . حتی بیان این نکته سودمند می باشد که طرفین پس از خاتمه قرارداد بواسطه اتمام مدت آن موارد مربوط به شروط محرمانگی و مالکیت فکری را بصورت کامل از قبیل عودت اسناد و مدارک و عدم افشای اطلاعات و عدم استفاده از حقوق مالکیت فکری امتیاز دهنده اجرا نمایند.^{۲۰۳}

قوانین برخی از کشور ها مثل آمریکا مقررات سختگیرانه ای را در این خصوص وضع کرده است به این نحو که اگر فرانچایز گیرنده اقدامات موثری را انجام داده باشد که حصول نتیجه آن منوط به گذشت فاصله اندکی از اتمام قرارداد می باشد ، در چنین شرایطی فرانچایز دهنده دارای اختیار کامل نبوده و نمی تواند بدون ارائه دلیل مستند بصورت قاطع خاتمه قرارداد را اعلام کند .^{۲۰۴}

²⁰³ صفری، محسن و مشهدیان، شهاب، منبع پیشین، ص 112

²⁰⁴ باقرآبادی، فرامرز، منبع پیشین، ص 264

گفتار سوم : فسخ قرارداد

با مراجعه به قواعد عمومی قراردادها در می یابیم که اصل لزوم قراردادها یک اصل کلی می باشد که قابل تسری و تعمیم به قراردادهای مختلف فارغ از عنوان و موضوع آن می باشد ، مگر اینکه خود قانون به صورت استثنایی جایز بودن آنها را حکم کرده باشد . در تفسیر این اصل باید بیان داشت که عدم لزوم قرارداد منوط به تصریح قانونی است و در فرض خلاف آن ، اصل لزوم غالب خواهد بود . با این وصف ، قرارداد فرانچایز از جمله قراردادهای لازم می باشد که بر هم زدن آن شاید به سهولت و سادگی تحقق نیابد . از همین رو به مقوله فسخ از منظر طرفین قرارداد فرانچایز می پردازیم .

بند اول : فسخ از ناحیه فرانچایز دهنده

با مطالعه و اعمال مذاقه در سیستم های حقوقی مختلف دنیا این نتیجه عاید می گردد که ممکن است به ازای وجود هر سیستم حقوقی ، موجبات مستقلی برای فسخ قرارداد فرانچایز وجود داشته باشد . با امعان نظر بر اینکه پژوهش حاضر دایر بر مطالعه تطبیقی دو نظام حقوقی ایران و مالزی می باشد ، در وهله اول فسخ قرارداد فرانچایز از ناحیه فرانچایز دهنده از منظر حقوق ایران و مالزی مورد بحث و بررسی قرار می گیرد و برای بسط موضوع به سیستم حقوقی فرانسه هم گریزی زده می شود .

الف : حقوق ایران :

با عنایت به اینکه در خصوص مقوله فرانچایز قاعده ، قانون و مقررات خاصی در ایران وضع نشده است و سابقه تقنینی هم وجود ندارد ، قطعاً کلیات آن منوط به اجرای قواعد عمومی قراردادها خواهد بود ، با جمیع اوصاف یادشده ، اگر طرفین قرارداد فرانچایز حق فسخ خاصی را در قرارداد فیما بین پیش بینی کنند ، هر یک از طرفین به محض تحقق شرایط فسخ ، خواهند توانست قرارداد را فسخ کنند . در مواقعی که طرفین قرارداد ، ضمانت اجرای تخلف از تعهدات قراردادی از ناحیه فرانچایز گیرنده را در قرارداد پیش بینی نکرده باشند ، بعنوان مثال فرانچایز گیرنده از علامت تجاری امتیاز دهنده سوء استفاده کند

یا حق امتیاز را مطابق استاندارد قرارداد پرداخت نکند ، فرانچایز دهنده مستندا به مواد 237 ، 238 و 239 قانون مدنی نمی تواند براحتی و بی درنگ فسخ قرارداد را بخواهد بلکه ابتدائا باید اجبار فرانچایز گیرنده را به انجام تعهد مزبور توسط دادگاه بخواهد و اگر اجبار ایشان به انجام تعهد موثر و کارساز نبود ، آنگاه فرانچایز دهنده طبق حکم دادگاه فسخ معامله را دارا خواهد بود . ۲۰۵

ب: حقوق مالزی

مطابق حقوق مالزی ، بر اساس نص ماده 31 قانون فرانچایز ، هیچ فرانچایز دهنده ای نمی تواند قرارداد فرانچایز را قبل از انقضاء مدت قرارداد فسخ کند ، مگر اینکه مستند محکم و دلیل موجهی را در این خصوص ارائه دهد . دلیل موجه می تواند یکی از موارد ذیل باشد :

1- قصور فرانچایز گیرنده در اجرای تعهدات قراردادی و عدم جبران آن پس از ارسال اخطاریه توسط فرانچایز دهنده . اگر فرانچایز دهنده متوجه شود که فرانچایز گیرنده به تعهدات قراردادی خود عمل نمی کند ، در وهله اول باید طی یک اخطاریه کتبی ، مهلت ارفاقی حداقل 14 روز را به منظور جبران نقض در نظر بگیرد ، اگر طی مدت یادشده ، فرانچایز گیرنده مبادرت به جبران نکند ، امتیاز دهنده حق فسخ قرارداد را خواهد داشت .

2- انتقال حقوق ناشی از قرارداد فرانچایز به اشخاص ثالث ، در چنین شرایطی فرانچایز دهنده می تواند بدون نیاز به ارسال اخطاریه کتبی و لحاظ نمودن مدت ارفاقی ، بدون تاخیر مبادرت به فسخ قرارداد کند.

ج : حقوق فرانسه (مطالعه موردی)

مطابق حقوق این کشور اگر قرارداد فرانچایز برای مدت نامحدودی منعقد شده باشد ، فرانچایز دهنده می تواند در هر مرحله ای از اجرای قرارداد مبادرت به فسخ قرارداد نماید ، البته به شرطی که قبلا یک اخطاریه کتبی مبنی بر خاتمه قرارداد به فرانچایز گیرنده ارسال کرده باشد ، ولی اگر قرارداد فرانچایز

دارای مدت زمان خاصی باشد امکان فسخ آن به راحتی مورد اول نیست و فرانچایز گیرنده حتما باید مرتکب نقض عمده تعهدات قراردادی شده باشد، تا چنین اختیاری توسط امتیاز دهنده به منصفانه ظهور برسد. مطابق حقوق فرانسه، بعنوان یک قاعده کلی و عام فسخ ناشی از قرارداد باید به تنفیذ دادگاه ذیصلاح برسد. ۲۰۶

بند دوم: فسخ از جانب فرانچایز گیرنده

اصولا فرانچایز گیرنده در قرارداد بلحاظ موقعیت ضعیف خود و تبعیت از قرارداد استاندارد فرانچایز دهنده، عملا دارای قدرت چانه زنی لازم نمی باشد. با این وجود جهت دوری جستن از عواقب اصل تفسیر قرارداد علیه تنظیم کننده آن^{۲۰۷} ممکن است فرانچایز دهنده امتیازات خاص و محدودی را برای فرانچایز گیرنده در این خصوص در نظر بگیرد. مطابق شرط مزبور اگر فرانچایز دهنده به تعهدات قراردادی خود عمل نکند مثلا در تامین کالای مورد نیاز فرانچایز گیرنده یا انتقال دانش فنی قصور ورزد، فرانچایز گیرنده حق فسخ قرارداد را خواهد داشت. ۲۰۸

با توجه به اینکه تشریفات اعمال حق فسخ در حقوق مالزی از سوی فرانچایز گیرنده، دقیقا شبیه شرایط اعمال حق فسخ توسط فرانچایز دهنده می باشد و با توجه به عدم وجود مقرره خاص در حقوق ایران از نگارش متن مستقل بلحاظ عدم وجود فایده علمی و اطاله نوشتاری صرف نظر می گردد.

مبحث دوم: آثار انحلال قرارداد فرانچایز

گفتار اول: از بین رفتن حق استفاده از حقوق مالکیت فکری امتیاز دهنده

وقتی که یک قرارداد فرانچایز به هر دلیلی خاتمه یافته و فاقد حیات اجرائی گردد، فرانچایز گیرنده، متعاقب آن حق بهره مندی از حقوق مالکیت فکری متعلق به امتیاز دهنده را نخواهد داشت و می بایستی هرگونه بهره مندی و بهره برداری از آن را فوراً متوقف نماید. عدم استفاده از حقوق مالکیت

²⁰⁶ www.idiproject.com/docs/news/CFRworkshop.pdf.

²⁰⁷ contra proferentem

²⁰⁸ WIPO, Introduction to intellectual property theory and practice, p.303.

فکری امتیاز دهنده و تکلیف حفظ اسرار تجاری و اطلاعات محرمانه امتیاز دهنده، از جمله مواردی می باشد که مورد توجه تابعان بین المللی و سیستم های حقوقی مختلف دنیا قرار گرفته است.

گفتار دوم : عدم رقابت با فرانچایز دهنده

طرفین در جریان انعقاد قرارداد فرانچایز مخصوصا اگر بصورت حرفه ای بخواهند آنرا انجام دهند شروط و قیود قرارداد را صرفا ناظر بر مرحله اجرای قرارداد نمی دانند بلکه تمهیدات لازم را برای دوره پس از قرارداد²⁰⁹ نیز پیش بینی می کنند.

یکی از مهم ترین شروط بعد از خاتمه قرارداد، عدم رقابت می باشد که بموجب آن امتیاز گیرنده نمی تواند برای مدت زمانی خاص (بر حسب توافق طرفین) مبادرت به رقابت با امتیاز دهنده نماید که ملاک عمل برای چنین شرطی می تواند :

- 1- مدت زمان خاص مورد توافق طرفین
- 2- قلمرو جغرافیایی خاص
- 3- موضوع قرارداد باشد²¹⁰.

گفتار سوم : عدم استفاده از علامت تجاری فرانچایز دهنده

متعاقب خاتمه قرارداد، فرانچایز گیرنده متعهد است تا جملگی علائم و نشانه های متعلق به فرانچایز دهنده را به خود وی عودت دهد و بلافاصله استفاده از آنها را متوقف نماید و به هیچ عنوان نمی تواند آنها را به عنوان محملی برای سوء استفاده خویش قرار دهد.²¹¹

²⁰⁹ Post – termination clause

²¹⁰ WIPO, Introduction to intellectual property theory and practice, p.320/

²¹¹ باقرآبادی، فرامرز، منبع پیشین، ص 273

گفتار چهارم : تعلق حق کسب و پیشه به فرانچایز گیرنده

این مقوله از جمله مواردی می باشد که اجماع نظر حقوقی در خصوص آن وجود ندارد . برخی از حقوقدانان بر این عقیده هستند که فعالیت های فرانچایز گیرنده ، اگر موجب حق کسب و پیشه می گردد باید محترم شمرده شود و از امتیازات متصوره آن باید استفاده کند برخی دیگر از حقوقدانان بر این باور هستند که با فرض مورد فوق ، با توجه به اینکه قرارداد خاتمه می یابد و تصور آثار بعدی بر آن می تواند چالش های نوینی را ایجاد کند ، از اینرو فرانچایز گیرنده بعد از خاتمه قرارداد مستحق دریافت هیچگونه امتیاز و مالی نخواهد بود .

قانون فرانچایز مالزی

متعاقب توسعه و گسترش فعالیت های تجاری شرکت ها در حوزه فرانچایز و عدم وجود قواعد و مقررات خاص برای این حوزه در کشور مالزی که بروز و ظهور چالش های متعددی را در این ارتباط در پی داشت ، قانون فرانچایز مالزی با هدف قاعده مند سازی صنعت فرانچایز مالزی در سال 1988 به تصویب رسید. این قانون شامل یکسری اقدامات در راستای استاندارد سازی عملیات و مقررات مربوط به فرانچایز است. در این قانون اصول کلی حاکم بر فرانچایز و موارد تشریفاتی و شکلی آن مفصلا مورد اشاره قرار گرفته است. بخش عمده قانون فرانچایز مربوط به حقوق و مسئولیت فرانچایز دهنده و فرانچایز گیرنده می باشد. در قانون مذکور موارد فسخ و خاتمه زود رس قرارداد مزبور و دستگاه نظارت جهت اعمال کنترل بر اقدامات طرفین به تفصیل تبیین گردیده است. شایان ذکر می باشد که قانون فرانچایز مالزی هر سه نوع فرانچایز یعنی فرانچایز تجاری، فرانچایز تولید و فرانچایز مالکیت محور را تحت پوشش قرار می دهد. ثبت فرانچایز در کشور مالزی به موجب قانون مذکور یکی از شروط اصلی و اساسی فعالیت فرانچایزی مورد پیش بینی قرار گرفته است تا جاییکه عدم ثبت فرانچایز متضمن جرائم سنگین خواهد بود .

تحلیل کلی نمونه قرارداد فرانچایز ایران

قرارداد های فرانچایز در ایران به واسطه عدم سابقه تقنینی و عدم وضع قانون خاص صرفا تابع توافق و تراضی طرفین می باشد که اصول کلی آن از ماده 10 قانون مدنی نشات می گیرد. در چنین قراردادهایی حقوق و تکالیف طرفین با الهام از سایر عقود معین و حتی نامعین که دارای وجه اشتراک می باشند ، تبیین می گردد.

در قرارداد نمونه پیوست یک به جای حق مالکانه یا رویالتی از عبارت حق الزحمه استفاده شده است . درج حق الزحمه در این قراردادها بر خلاف اقتضای چنین قراردادهایی است و اصولا در قراردادهای فرانچایز حق الزحمه موضوعیت ندارد.

در قرارداد مزبور چنین اظهار شده است که تمامی تجهیزاتی که فرانچایز گیرنده خریداری می کند متعلق به خود فرانچایز گیرنده می باشد ، این در حالیست که در قراردادهای فرانچایز بین المللی اولاً تجهیزات عمدتاً توسط فرانچایز دهنده تدارک دیده می شود تا شاکله واحد کسب و کار فرانچایز دهنده رعایت شود و ثانیاً تدارک تجهیزات توسط فرانچایز گیرنده باعث اعمال سلیقه های شخصی می شود که کلا در قراردادهای فرانچایز جلوه خوبی ندارد. در قرارداد مذکور به هیچ عنوان بحثی از ثبت فرانچایز بعمل نیامده است که این امر به خودی خود ناشی از عدم توجه مقنن ایران به ساختار خیلی مهم چنین قراردادی می باشد . پیش بینی نهاد ثبت در قراردادهای فرانچایز باعث می شود تا فرانچایز به واسطه سهم بزرگی که در رشد و شکوفایی اقتصاد کشور دارد ، نادیده گرفته نشود.

در قرارداد نمونه پیوست جا داشت از ماده ای تحت عنوان معاف و مبری ساختن فرانچایز دهنده توسط فرانچایز گیرنده سخن بعمل می آمد چرا که اعتبار و شهرت فرانچایز دهنده ارزشمندترین دارایی فرانچایز دهنده می باشد و فرانچایز گیرنده ممکن است به واسطه اقدامات غیر قانونی و غیر اخلاقی موجبات تضرر و خدشه دار شدن اعتبار و شهرت فرانچایز دهنده را فراهم آورد.

موضوع مهم آموزش که روال معمول قرارداد های فرانچایز می باشد ، در قرارداد نمونه مغفول مانده است.

با این حال قرارداد مزبور کلیات امر را به خوبی مورد پیش بینی قرارداده است و تکالیف قراردادی طرفین را به خوبی تبیین نموده است، هر چند لازم است تا اصلاحاتی جهت حصول نتیجه بهتر در قرارداد صورت پذیرد.

تحلیل کلی نمونه قرارداد فرانچایز مالزی

قرارداد فرانچایز پیوست دوم به عنوان نمونه قراردادی کشور مالزی جهت بررسی و تحلیل حقوقی انتخاب شده است. قرارداد های فرانچایز منعقد در کشور مالزی به واسطه تاثیری که از قانون فرانچایز مالزی می گیرند، تقریباً از حالت استاندارد و متحدالشکل برخوردار هستند.

در قرارداد مزبور علیرغم اشاره مستقیم قانون فرانچایز مالزی نسبت به حق رویالتی، در این قرارداد از اصطلاح هزینه فرانچایز استفاده شده است که به نظر می رسد منطبق با فحوای کلی قانون فوق الاشعار نیست. بهتر است در قرارداد مزبور حق رویالتی ثابت به صورت lump sum و کلی به همراه دیگر ضابطه های تعیین حق استفاده از فرانچایز مورد پیش بینی قرار گیرد.

بر خلاف قرارداد فرانچایز ایران، این قرارداد به خوبی موضوع آموزش به کارکنان فرانچایز گیرنده را مورد پیش بینی قرار داده است. آموزش نیروی انسانی یکی از موضوعات مهم قرارداد فرانچایز می باشد تا از این طریق کارکنان فرانچایز گیرنده با خط و مشی کلی فرانچایز دهنده آشنا شوند و از اصول تجاری وی تبعیت کنند.

موضوع تبلیغات هم یک موضوع حیاتی برای شروع و اجرای قرارداد فرانچایز می باشد. این امر در نمونه قرارداد فرانچایز مالزی به خوبی تبیین گردیده است ولی متأسفانه موضوع تبلیغات در نمونه قرارداد فرانچایز ایران مغفول مانده است.

تکلیف ثبت قرارداد فرانچایز در قرارداد پیش بینی نشده است که به نظر می رسد با توجه به امره بودن قانون فرانچایز مالزی چنین امری به صورت پیش فرض توسط طرفین به منصفه اجرا می رسد و نیازی به ذکر مجدد آن در قرارداد نیست.

پیوست شماره یک

نمونه قرارداد فرانچایز علامت تجاری

ماده 1. طرفین قرارداد:

1/1. شرکت فروشگاه های زنجیره ای (سهامی عام) به شماره ثبت و دارای کد اقتصادی و شناسه ملی به اعتبار امضا مجاز آقایان (مدیر عامل و عضو هیأت مدیره) و (عضو هیأت مدیره) به آدرس کدپستی: تلفن: فکس که در این قرارداد "فرانچایز دهنده" نامیده می شود.

1/2. آقای / خانم فرزند بشماره ملی صادره از به آدرس که در این قرارداد "فرانچایزگیرنده" نامیده می شود.

تبصره 1: فرانچایزگیرنده متقاضی افتتاح فروشگاه به مساحت حدود متر مربع در طبقه، مترمربع بالکن و مترمربع انبار با کاربری تجاری در ملک به آدرس دارای پلاک های ثبتی فرعی از اصلی واقع در بخش ثبتی واقع می باشد و هرگونه تغییر مکان فروشگاه باید پس از موافقت فرانچایز دهنده و اعلام کتبی موافقت به فرانچایزگیرنده صورت پذیرد.

ماده 2. موضوع قرارداد:

اعطای فرانچایز جهت فروش محصولات ارایه شده از سوی فرانچایز دهنده با رعایت ضوابط آن تحت علامت تجاری و تابلوی فروشگاههای

ماده 3. حق الزحمه قرارداد:

درصدی از فروش کالاهای فروشگاه که میزان و یا بازه درصد تعلق گرفته به فرانچایزگیرنده به ازای گروه کالا در ابتدای هر ماه از طرف فرانچایز دهنده به فرانچایزگیرنده ابلاغ و اعلام میگردد.

تبصره 2: درصد حق الزحمه با توجه به نوع کالا از یک تا پانزده درصد می باشد.

تبصره 3: حق الزحمه ماهانه فرانچایزگیرنده در پانزدهم ماه بعد به شماره حساب فرانچایزگیرنده به مشخصات ذیل واریز می شود:

مشخصات حساب:

تبصره 4: فرانچایزگیرنده حق حبس مال در ازای پرداخت حق الزحمه را از خود سلب می‌نماید.

تبصره 5: فرانچایزگیرنده ظرف مدت یک هفته پس از دریافت حق الزحمه صورتحساب دوره مربوطه را در نرم افزار سازمانی فرانچایز دهنده دریافت می‌نماید.

مدت قرارداد:

عبارت است از سال شمسی که از تاریخ لغایت خواهد بود.

تبصره 6: طول مدت قرارداد هیچ‌گونه حقی را برای طرفین ایجاد نمی‌نماید.

تبصره 7: فرانچایز دهنده حق فسخ قرارداد قبل از انقضا مدت مذکور را به صورت یک‌جانبه دارا می‌باشد و فرانچایزگیرنده حق هرگونه اعتراضی را از خود سلب و ساقط می‌نماید.

ماده 4. شروط و تعهدات طرفین:

5,1. شروط عمومی قرارداد:

- کلیه قوانین و مقررات جمهوری اسلامی ایران در این قرارداد برقرار و مورد قبول طرفین می‌باشد.
 - دوره های تخفیف فروشگاه فرانچایز شده همانند دیگر فروشگاه های منطقه می‌باشد.
 - هرگونه هزینه کرد در فروشگاه، حتی اگر در نظر فرانچایزگیرنده در راستای منافع فرانچایز دهنده باشد بدون اخذ تاییدیه کتبی از فرانچایز دهنده، مورد قبول وی نبوده و هزینه در تعهد فرانچایزگیرنده می‌باشد.
 - تخفیف و قیمت ارائه شده در فروشگاه فرانچایز شده همانند تخفیف و قیمت ارائه شده در دیگر فروشگاه‌های منطقه می‌باشد.
- تبصره 8:** مورد اشاره در بند بالا شامل مناسبت های خاص فروشگاه های منطقه نمی‌باشد.
- فرانچایزگیرنده منحصرًا از طریق نرم افزار سیستم فروشگاهی فرانچایز دهنده مجاز به صدور فاکتور فروش می‌باشد و هرگونه فروش کالا خارج از این شکل، خیانت در امانت تلقی خواهد شد.
 - در صورت توقف فعالیت فروشگاه به هر دلیل نظیر انقضای مدت، فسخ قرارداد و ...، فرانچایزگیرنده مکلف است ظرف سه روز نسبت به جمع‌آوری و تحویل تابلوی فروشگاه به فرانچایز دهنده اقدام نموده و حق گروکشی ندارد. در غیر این صورت فرانچایز دهنده می‌تواند راسا اقدام به جمع‌آوری تابلو نموده و فرانچایزگیرنده هرگونه ادعائی را از خود سلب و ساقط می‌نماید.
 - فرانچایزگیرنده در فرآیند فروش محصولات، حق دریافت وجهی بیشتر از مبلغ فاکتور صادر شده توسط سیستم فروشگاهی فرانچایز دهنده از مشتری ندارد. در غیر این صورت فرانچایز دهنده معادل پنج برابر مبلغ دریافتی به عنوان خسارت از محل مطالبات و یا وثایق فرانچایزگیرنده کسر خواهد کرد.

- فرانچایزگیرنده تنها مجوز فروش نقدی محصولات فرانچایز دهنده را دارد و مجاز به فروش اعتباری، مدت دار و نسیه نیست.
- اموال و تجهیزات خریداری شده توسط فرانچایزگیرنده متعلق به خود فرانچایزگیرنده می باشد.
- فرانچایزگیرنده به ازای کالاهای دریافتی از فرانچایز دهنده، هیچ گونه مسئولیتی مبنی بر پرداخت پول و تسویه حساب به هیچ شخص اعم از حقیقی و حقوقی به جز فرانچایز دهنده نخواهد داشت.
- پرداخت مالیات بر ارزش افزوده کالاهای فروش رفته بر عهده فرانچایز دهنده می باشد.
- تحویل محصولات هر فروشگاه درب فروشگاه توسط فرانچایز دهنده صورت خواهد پذیرفت و کلیه هزینه های انبارداری مرکز بر عهده فرانچایز دهنده می باشد.
- هزینه های انبارداری در انبارهای مرکزی، حمل و نقل و توزیع کالا از انبار تا درب فروشگاه بر عهده فرانچایز دهنده می باشد.
- دوره های انبار گردانی با حضور نماینده فرانچایز دهنده سه ماهه بوده و کسری کالا در انبار گردانی ها بر عهده فرانچایزگیرنده می باشد و مبلغ کسری معادل قیمت صندوق (آخرین نرخ) به عنوان خسارت از محل مطالبات و یا وثایق فرانچایزگیرنده کسر خواهد شد.
- انجام هرگونه فعالیتی در فروشگاه ها از قبیل فروش محصولاتی غیر از محصولات فرانچایز دهنده که مغایر با ضوابط و اهداف فرانچایز دهنده صورت گیرد، ممنوع می باشد.
- حضور فیزیکی فرانچایزگیرنده، کارکنان و با هر فرد دیگری به هر عنوان در خارج از ساعات کاری فروشگاه، در فروشگاه ممنوع می باشد.
- در صورت تقاضای فسخ قرارداد از سوی فرانچایزگیرنده یا اعمال فسخ از سوی فرانچایز دهنده به دلیل نقض مفاد این قرارداد؛ فرانچایزگیرنده موظف است علاوه بر پرداخت خسارت تعیین شده توسط فرانچایز دهنده، مبلغ ریال به عنوان خسارت به فرانچایز دهنده پرداخت نماید.
- در حالت درخواست فسخ از سوی فرانچایزگیرنده، کلیه کالاهای موجود در فروشگاه در ید فرانچایزگیرنده به تملک ایشان درآمده و نامبرده مکلف است وجه اقلام موجود در فروشگاه را به قیمت مصوب فرانچایز دهنده (قیمت فروش صندوق فرانچایز دهنده) نقداً به حساب فرانچایز دهنده واریز نماید.
- در حالت فسخ از سوی فرانچایزگیرنده، فرانچایزگیرنده مکلف است حق تابلو فرانچایز دهنده را که معادل با سه برابر متوسط حق العمل ماهانه فرانچایز در سال آخر فعالیت فروشگاه می باشد، به فرانچایز دهنده پرداخت نماید.
- آدرس هر یک از طرفین قرارداد در صورت تغییر باید فوراً به طرف مقابل اعلام گردد. در غیر این صورت، هرگونه اخطار، ابلاغ و مراسلات پستی به نشانی فوق ارسال و به عنوان ابلاغ قانونی محسوب خواهد شد.

5,2. تعهدات فرانچایزگیرنده:

الف) موارد عمومی

- 1) فرانچایزگیرنده متعهد می‌گردد یک باب مغازه تجاری (ملکیت یا سرقفلی) با متراژ حداقل متر سطح مفید فروش با مشخصات مندرج در تبصره 1 ماده 1 به‌عنوان آورده جهت ایجاد فروشگاه تخصیص نماید.
- 2) فرانچایزگیرنده در فروشگاه فرانچایز شده متعهد به اجرا و رعایت کلیه دستورالعمل‌ها و آیین‌نامه‌های دیگر فروشگاه‌های فرانچایز دهنده می‌باشد.
- تبصره 9: کلیه دستورالعمل‌ها و آیین‌نامه‌ها از طریق وب اپلیکیشن فرانچایزگیرندگان فرانچایز دهنده فرانچایز دهنده در دسترس بوده و هرگونه دستورالعمل و آیین‌نامه‌ی جدید نیز از همین طریق در اختیار آنها قرار خواهد گرفت که این به منزله ابلاغ رسمی این دستورالعمل‌ها و آیین‌نامه‌ها به فرانچایزگیرنده بوده و فرانچایزگیرنده موظف به اجرا و رعایت آنها می‌باشد.
- 3) فرانچایزگیرنده حق واگذاری هیچ یک از حقوق و تعهدات این قرارداد به اشخاص ثالث را کلاً و جزاً تحت هر عنوان اعم از محل فروش، صلح، وکالت، حق‌العمل‌کاری و... ندارد، در غیر این صورت فرانچایز دهنده حق فسخ یک‌جانبه قرارداد را خواهد داشت و مختار خواهد بود که کلیه خسارات و ضرر و زیان وارده به فرانچایز دهنده را به تشخیص خود از محل وثایق و تضامین، مطالبه و جبران نماید.
- 4) فرانچایزگیرنده مکلف است کلیه ابلاغیه‌ها و بخشنامه‌های صادره در خصوص تمامی عملیات فروشگاه‌ها، قیمت‌ها و تخفیف‌های اعلامی از سوی فرانچایز دهنده را اجرا نماید.
- 5) فرانچایزگیرنده اذعان دارد قرارداد مزبور صرفاً باهدف سرمایه‌گذاری توسط ایشان صورت گرفته و هیچ‌گونه حق مالکیت و یا ادعائی در خصوص فرانچایز دهنده برای فرانچایزگیرنده نداشته و ندارد. این قرارداد صرفاً حق استفاده از علامت تجاری و تابلوی فروشگاه‌ها فرانچایز دهنده را در مدت قرارداد به فرانچایزگیرنده می‌دهد و پس از اتمام قرارداد و یا اعمال حق فسخ توسط فرانچایز دهنده، فرانچایزگیرنده حقوقی بیش از آنچه صراحتاً در قرارداد به وی داده شده، نخواهد داشت.
- 6) فرانچایزگیرنده اقرار می‌دارد که مالکیت عین و یا منافع محل معرفی شده جهت احداث فروشگاه متعلق به ایشان بوده و هیچ‌گونه منافع آن به‌صورت اجاره، صلح، وکالت و ... کلاً و جزاً به غیر واگذار نشده است در غیر این صورت و ادعای اشخاص ثالث با حکم مراجع قانونی، فرانچایزگیرنده موظف است علاوه بر پرداخت خسارت تعیین شده توسط فرانچایز دهنده، مبلغ ریال به‌عنوان خسارت به فرانچایز دهنده پرداخت نماید.
- 7) فرانچایزگیرنده حق هرگونه همکاری و عقد قرارداد با فرانچایز دهنده‌ها و رقبای فرانچایز دهنده را بمدت یکسال پس از اتمام قرارداد نخواهد داشت در غیر اینصورت مشمول پرداخت خسارات مقطوع قراردادی معادل ریال در حق فرانچایز دهنده خواهد بود.

- 8) چنانچه فرانچایزگیرنده درخواست فسخ قرارداد و قطع همکاری با دلیل غیرموجه را ارائه نماید، می‌بایست کلیه ضرر و زیان وارده بر فرانچایز دهنده، به‌علاوه مبلغ ریال را به‌عنوان خسارت به فرانچایز دهنده پرداخت نموده، سپس با موافقت کتبی فرانچایز دهنده قرارداد فسخ می‌گردد.
- 9) فرانچایزگیرنده مکلف است مفاد قرارداد، مستندات و اطلاعات فرانچایز دهنده و همچنین نحوه همکاری خود با فرانچایز دهنده را محرمانه تلقی نموده و حق ارائه‌ی آن به رقبای آن را ندارد.
- 10) در صورت افشای مفاد قرارداد، مستندات و اطلاعات فرانچایز دهنده، فرانچایز دهنده علاوه بر حق فسخ قرارداد، مبلغ ریال به عنوان خسارت از محل تضامین یا مطالبات فرانچایزگیرنده وصول می‌نماید.
- 11) توسعه شعب فروشگاهی در هر فاصله ای حتی 50 متری شعبه در صورت تشخیص فرانچایز دهنده مورد پذیرش می‌باشد.

ب) موارد حوزه منابع انسانی

- 12) فرانچایزگیرنده و کارکنان وی موظف به گذراندن دوره های آموزش الکترونیک فرانچایز دهنده می باشند.
- 13) فرانچایزگیرنده و کارکنان معرفی شده توسط وی باید پیش از آغاز به کار در فروشگاه فرانچایز، دوره‌های آموزشی تئوری (از طریق نرم افزار آموزش الکترونیک مدل) و عملی لازم را گذرانده و در آزمون های مربوطه در نرم افزار آموزش الکترونیک مدل نمره قبولی کسب نمایند و افتتاح فروشگاه منوط به طی مراحل مذکور است.
- 14) فرانچایزگیرنده مکلف است در جذب نیرو، دستورالعمل‌ها و ضوابط وزارت کار را رعایت نماید و جذب نیرو همراه با تایید واحد منابع انسانی فرانچایز دهنده باشد.
- نکته: بکارگیری اتباع خارجی تحت هر عنوانی ((روزمزد و غیره)) ممنوع و موجب حق فسخ برای فرانچایز دهنده می گردد.
- 15) فرانچایزگیرنده متعهد می‌گردد که مقررات قانون کار و تامین اجتماعی را در انجام وظایف موضوع قرارداد و تعیین مزد و حقوق کارگران حسب تکلیفی که به‌عنوان کارفرمای کارکنان خود دارد کاملاً رعایت و اجرا نماید و هرگونه پاسخگویی به مراجع ذی‌ربط و شکایات و اجرای آراء صادره از مراجع حل اختلاف کارگری و سایر تعهدات قانون کار و تامین اجتماعی به عهده فرانچایزگیرنده می‌باشد و فرانچایز دهنده از این بابت هیچ‌گونه مسئولیتی ندارد. در صورتی که خسارتی از بابت این موارد متوجه فرانچایز دهنده شود، فرانچایز دهنده حق خواهد داشت خسارت وارده را از محل مطالبات و یا وثایق فرانچایزگیرنده وصول نماید.
- نکته: بیمه نمودن تمامی پرسنل حتی اقوام درجه یک (والدین، همسر ...) الزامیست.
- 16) فرانچایزگیرنده مکلف است تصویر یا نسخه‌ای از فهرست پرداخت حقوق، مزایا و فهرست حق بیمه ماه کارکنان خود را به فرانچایز دهنده ارائه نماید. اسناد پرداخت بیمه ارایه شده توسط واحد منابع انسانی فرانچایز دهنده، مبلغ ذخیره شده همراه با پرداخت حق العمل به فرانچایزگیرنده مسترد می‌گردد. لازم بذکر است بیمه نمودن تمامی افراد شاغل در فروشگاه فرانچایز بدون هیچ گونه استثنایی الزامی است.

- 17) فرانچایز گیرنده مکلف است مفاصاحساب سالیانه بیمه تأمین اجتماعی فروشگاه فرانچایز خود را در بهار سال بعد به فرانچایز دهنده ارائه نماید. در غیر اینصورت، فرانچایز دهنده نسبت به مسدود سازی تمام و یا بخشی از حق العمل فرانچایز گیرنده تا زمان ارائه مفاصاحساب سالیانه بیمه اقدام خواهد نمود.
- 18) تمام افراد شاغل در فروشگاه اعم از فرانچایزگیرنده و کارکنان وی موظف به پوشیدن لباس فرم تهیه شده توسط فرانچایز دهنده در سطح فروشگاه می‌باشند.
- 19) هزینه البسه بر عهده فرانچایزگیرنده می‌باشد.
- 20) فرانچایزگیرنده مکلف است حداکثر ظرف سه ماه پس از افتتاح فروشگاه، کد کارگاهی تأمین اجتماعی فروشگاه خود را به منابع انسانی فرانچایز دهنده اعلام نماید و در غیر این صورت 5٪ سپرده مربوط به پرداخت حق بیمه به 16.67٪ (براساس دستورالعمل ماده 38 قانون تأمین اجتماعی) از حق العمل افزایش می‌یابد. در صورت پرداخت معوقات و ارایه مفاصاحساب به فرانچایز دهنده، مبالغ ذخیره به فرانچایزگیرنده عودت داده می‌شود.
- 21) فروشگاه با هزینه فرانچایزگیرنده توسط فرانچایز دهنده تحت پوشش بیمه آتش سوزی قرار می‌گیرد. لازم بذکر است بیمه محصولات رافع مسئولیت فرانچایزگیرنده در قبال فرانچایز دهنده نخواهد بود.
- 22) در صورتی که کارکنان فرانچایزگیرنده، مرتکب هرگونه بزه و تخلفی در راستای فعالیت خود در محل فروش شوند و این تخلف موجب ضرر و زیان فرانچایز دهنده و یا مشتریان وی (مستقیم و غیرمستقیم) گردد کلیه مسئولیت‌ها به عهده فرانچایزگیرنده خواهد بود و فرانچایز دهنده حق خواهد داشت در راستای جبران خسارت وثایق فرانچایزگیرنده را به اجرا گذارد، در این خصوص فرانچایزگیرنده حق هرگونه اعتراضی را از خود سلب و ساقط می‌نماید.

ج) موارد تجهیز و اداره فروشگاه

- 23) هزینه تجهیز ملک بر عهده فرانچایزگیرنده بوده که می‌تواند بایست مستقیماً به حساب تأمین کنندگان تجهیزات (با معرفی فرانچایز دهنده) واریز گردد، لیکن تجهیز توسط تیم تجهیز فرانچایز دهنده بر اساس اصول چیدمان و استانداردهای وی صورت می‌گیرد.
- 24) فرانچایزگیرنده مکلف است سیستم موجود نرم‌افزاری فرانچایز دهنده را در فروشگاه نصب و استفاده نماید. همچنین محصولات موردنیاز فروشگاه توسط سیستم نرم‌افزاری، تعیین شده و سفارش داده می‌شود. لذا فرانچایزگیرنده به هیچ‌عنوان حق ندارد خارج از سیستم اقدام به تهیه، تأمین یا درخواست محصولات نماید. در صورتی که خسارتی از بابت این موارد متوجه فرانچایز دهنده شود، فرانچایز دهنده حق خواهد داشت خسارت وارده را از محل مطالبات و یا وثایق فرانچایزگیرنده وصول نماید.
- 25) فرانچایزگیرنده با اخذ تایید منطقه می‌تواند اقدام به دایر نمودن غرفه جهت فروش اقلام مشخص و غیر رقیب با محصولات فرانچایز دهنده نماید (طبق فرم قرارداد اجاره غرفه در فروشگاه فرانچایز).
- 26) فرانچایزگیرنده مکلف است هرگونه تغییر در وضعیت و مدل فروشگاه در صورت درخواست فرانچایز دهنده را به اجرا درآورد.

- (27) فرانچایزگیرنده مکلف به نصب و بکارگیری کلیه تجهیزات و ادوات مصوب فرانچایز دهنده از جمله اقلام تبلیغاتی مانند مش، استند و ... می باشد و حق نصب و بکارگیری تجهیزات و ادوات دیگری را ندارد.
- (28) فرانچایزگیرنده مسئولیت تعمیر و نگهداری تجهیزات (طبق استاندارد فرانچایز دهنده) را عهده دار شده فلذا پرداخت تمامی هزینه های مربوط به تعمیر و نگهداری تجهیزات بر عهده فرانچایزگیرنده می باشد.
- (29) فرانچایزگیرنده مکلف است تمامی کارت خوان های موجود در فروشگاه را به حساب اعلامی از جانب فرانچایز دهنده وصل نموده، به نحوی که پول حاصل از فروش به حساب فرانچایز دهنده واریز شود. همچنین فرانچایزگیرنده موظف است مبالغ نقدی دریافتی از مشتریان را تا قبل از ساعت دوازده ظهر روز کاری آتی به حساب فرانچایز دهنده واریز نماید.
- (30) در صورت عدم واریز مبالغ نقدی به حساب فرانچایز دهنده، فرانچایز دهنده معادل پنج برابر مبلغ واریز نشده را به عنوان خسارت از محل مطالبات فرانچایزگیرنده کسر خواهد کرد. همچنین در صورت جمع آوری وجوه فروشگاه توسط فرانچایز دهنده، فرانچایزگیرنده مکلف است کلیه ی وجوه را با اخذ رسید تحویل نماینده فرانچایز دهنده نماید.
- (31) فرانچایزگیرنده مکلف است تمام کارتن های اجناس ارسالی به فروشگاه خود را، طبق رویه تعیین شده مشابه سایر فروشگاه های منطقه به فرانچایز دهنده تحویل دهد.
- (32) فرانچایزگیرنده موظف است در هر زمان که فرانچایز دهنده تشخیص دهد مقدمات بازرسی فروشگاه را فراهم و اسناد و مدارک لازم را تهیه نموده و مستندات لازم را در اختیار فرانچایز دهنده قرار دهد و همکاری لازم را با بازرسی فرانچایز دهنده به عمل آورد.
- (33) هرگونه تغییر و جابجایی مکان فروشگاه پس از موافقت کتبی فرانچایز دهنده قابل انجام خواهد بود در غیر این صورت فرانچایز دهنده تصمیم مقتضی را اتخاذ خواهد نمود و فرانچایزگیرنده موظف به پذیرش آن است.
- (34) در صورت حجر، ورشکستگی و یا توقیف قانونی فرانچایزگیرنده، قرارداد فرانچایزگیرنده به حالت تعلیق درمی آید. فرانچایز دهنده پس از اطلاع از موضوع، شخصی را به عنوان کفیل معرفی می نماید و کارکنان مکلف به رعایت دستورات وی می باشند. در صورتی که این وضعیت بیش از سه ماه بطول بیانجامد فرانچایز دهنده حق فسخ قرارداد را دارا خواهد بود.
- (35) فرانچایزگیرنده می تواند فردی از بستگان درجه یک خود را به عنوان کفیل تعیین نماید که در صورت فوت فرانچایزگیرنده، کفیل پس از تایید صلاحیت شدن توسط فرانچایز دهنده، امکان اداره فروشگاه را خواهد داشت. در صورت عدم تایید صلاحیت کفیل معرفی شده، فرانچایز دهنده حق فسخ قرارداد را دارا بوده و تا زمان فراهم شدن شرایط مورد نظر، فرانچایز دهنده شخصی را به عنوان کفیل معرفی نموده و کارکنان مکلف به رعایت دستورات وی می باشند.
- (36) چنانچه در طول مدت قرارداد فرانچایزگیرنده از اجرای بخشنامه ها و دستورات فرانچایز دهنده سرپیچی و یا برخلاف مفاد قرارداد اقدام نماید فرانچایز دهنده حق فسخ قرارداد را دارا بوده ضمن اینکه خسارات وارده به فرانچایز دهنده از محل تضامین و یا مطالبات فرانچایزگیرنده وصول خواهد شد.

37) کلیه کالاهای فرانچایز دهنده از تاریخ تحویل به فرانچایزگیرنده تا زمان فروش و پرداخت وجه آن به فرانچایز دهنده نزد فرانچایزگیرنده امانت می‌باشد و فرانچایزگیرنده متعهد به حفظ و نگهداری از کالاهای مذکور بوده و در صورت بروز هرگونه خسارات به کالاهای یاد شده اعم از سرقت، مفقودی کالا و غیر آن فرانچایزگیرنده صرف نظر از تعدی و تفریط، متعهد به جبران خسارات وارده حسب تشخیص فرانچایز دهنده خواهد بود. ضمن اینکه خسارات وارده به فرانچایز دهنده از محل تضامین و یا مطالبات فرانچایزگیرنده قابل وصول و برداشت خواهد بود.

38) فرانچایزگیرنده مکلف است ساعت شروع و پایان کار فروشگاه را مطابق با ساعات اعلامی فرانچایز دهنده هماهنگ نماید.

39) تعطیلی فروشگاه صرفاً در روزهای اعلام شده از سوی فرانچایز دهنده امکان‌پذیر است. در صورت نیاز به تعطیلی در روزهای خارج از تقویم ارائه‌شده توسط فرانچایز دهنده، فرانچایزگیرنده بایستی درخواست آن را با دلیل ارائه نماید و در صورت تأیید کتبی فرانچایز دهنده، تعطیلی خارج از تقویم امکان‌پذیر خواهد بود. در غیر این صورت، فرانچایزگیرنده موظف است به ازاء هرروز تعطیلی نه درصد از میانگین فروش روزانه همان فروشگاه در آن ماه را به‌عنوان خسارت پرداخت نماید. در ضمن فرانچایز دهنده حق وصول خسارت از محل تضامین یا مطالبات فرانچایزگیرنده را داراست. ضمناً در صورت تعطیلی فروشگاه بیش از سه روز بدون اخذ مجوز از سمت فرانچایز دهنده، قرارداد منفسخ و فرانچایزگیرنده مبلغ پانصد میلیون ریال بعنوان وجه التزام به فرانچایز دهنده پرداخت می‌نماید که این مبلغ قابل تهاتر با مطالبات فرانچایزگیرنده و یا قابل وصول از محل تضامین می‌باشد.

40) فرانچایزگیرنده می‌بایست از دستگاه‌های ارائه‌شده توسط فرانچایز دهنده در فروشگاه استفاده نماید و هرگونه پیشنهاد تغییر در جهت ارتقا سیستم را به فرانچایز دهنده ارائه نماید و شخصاً حق تغییر ندارد.

41) در صورت دست‌کاری در اطلاعات سیستم و سرورها، فرانچایز دهنده علاوه بر حق فسخ قرارداد، مبلغ یک میلیارد ریال به عنوان خسارت از محل تضامین یا مطالبات فرانچایزگیرنده وصول می‌نماید.

42) فرانچایزگیرنده مکلف است در صورت اعلام نیاز فرانچایز دهنده، خلاصه صورت وضعیت مالی فروشگاه خود را به فرانچایز دهنده ارائه نماید.

43) فرانچایزگیرنده متعهد می‌گردد که تنها اجناس و کالاهای ارائه شده توسط فرانچایز دهنده را به فروش برساند. در ضمن فرانچایزگیرنده باید اجناس و کالاهای معیوب و خراب شده را در زمان تحویل بار، به فرانچایز دهنده مرجوع کند. پس از تحویل بار به فرانچایزگیرنده، فرانچایز دهنده هیچ مسئولیتی در قبال این نوع کالاها نخواهد داشت.

44) فرانچایزگیرنده متعهد می‌گردد که کلیه فعالیت‌ها، برنامه‌ها و کمپین‌های تبلیغاتی و بازاریابی را منحصراً با تأیید فرانچایز دهنده به انجام رساند. در غیر این صورت فرانچایزگیرنده موظف به پرداخت ضرر و زیان اعلامی از جانب فرانچایز دهنده می‌باشد.

45) فرانچایزگیرنده متعهد گردید از پرداخت هرگونه وجه یا منفعت یا امتیازات مالی یا مال (اعم از منقول و غیرمنقول) یا ارائه خدمات به پرسنل فرانچایز دهنده یا واسطه‌ها خودداری نماید لیکن چنانچه مشخص شود هر یک از پرسنل فرانچایز دهنده در طی مراحل مذاکره

جهت عقد قرارداد، انعقاد قرارداد و در حین فعالیت به هر نحوی وجه یا منفعت یا امتیازات مالی یا مال (اعم از منقول و غیرمنقول) یا ارائه خدماتی از شخص فرانچایزگیرنده یا اطرافیان ایشان برای خود یا دیگری تحصیل نماید، فرانچایز دهنده علاوه بر حق فسخ یکجانبه^۳ی قرارداد حق دارد معادل پنج برابر از مطالبات یا وثایق مربوط به فرانچایزگیرنده را به عنوان خسارت به نفع خود وصول نماید.

5,3. تعهدات فرانچایز دهنده:

- (1) فرانچایز دهنده متعهد می‌گردد جهت آشنایی فرانچایزگیرنده و پرسنل ایشان کلاس‌های آموزشی الکترونیکی به صورت رایگان برگزار نماید.
- (2) یک سرپرست فروشگاه از پرسنل فرانچایز دهنده به مدت یک ماه از زمان افتتاحیه با هزینه فرانچایز دهنده در فروشگاه مشغول به فعالیت می‌گردد.

نکته: در صورتی که فرانچایزگیرنده یا یکی از فرانچایزگیرندگان از پرسنل فعال یا مستعفی مجموعه باشد، و با این شعبه اولین شعبه فرانچایزگینده/گان نباشد اعزام نیرو سرپرست بنابه تشخیص فرانچایز دهنده خواهد بود.

- (3) فرانچایز دهنده می‌بایست سیستم نرم‌افزاری موجود در فروشگاه‌های خود را در فروشگاه فرانچایزگیرنده راه‌اندازی نماید.
- (4) فضاهای تبلیغاتی فروشگاه در اختیار فرانچایز دهنده بوده و فرانچایز دهنده مبلغی در حدود ریال را از باب استفاده از فضاهای تبلیغاتی به صورت ماهیانه به فرانچایزگیرنده پرداخت خواهد کرد.
- (5) در شش ماه ابتدایی فعالیت فروشگاه، در صورت عملکرد مناسب فرانچایز (کسب نمره بازرسی بالای دو و نه دهم) فرانچایز دهنده تا مبلغ نیم درصد از فروش ناخالص فروشگاه را به صورت ماهانه جهت فعالیت‌های بازاریابی هزینه می‌نماید.
- (6) فرانچایز دهنده متعهد می‌گردد شارژ اولیه محصولات فروشگاه را سفارش گذاری نموده و مطابق برنامه زمانبندی اعلامی، در اختیار فرانچایزگیرنده قرار دهد. پس از آن، سفارشات فروشگاه بنا بر روند فروش محصولات در فروشگاه و برنامه‌های ترویجی به صورت سیستمی ثبت شده و درب فروشگاه تحویل می‌گردد.
- (7) فرانچایز دهنده حق بازرسی و نظارت بر نحوه فروش و اداره فروشگاه را دارا بوده و هر زمان می‌تواند بازدید کلی از تمامی امور صندوق، پرسنل و ... را انجام دهد و فرانچایزگیرنده مکلف به همکاری و فراهم نمودن مقدمات و ارائه‌ی مستندات لازم می‌باشد.

ماده 6. مالیات و عوارض:

پرداخت و تسویه مالیات بر درآمد، عوارض پسماند، تابلو و سایر هزینه‌های مرتبط به امور جاری فروشگاه در زمان مقتضی و اعلام شده از ارگان‌ها و ادارات مربوطه و یا فرانچایز دهنده بر عهده فرانچایزگیرنده می‌باشد. همچنین فرانچایزگیرنده موظف است در صورت درخواست فرانچایز دهنده، اسناد دال بر پرداخت این موارد را به فرانچایز دهنده ارائه دهد. در صورت عدم ارائه اسناد توسط فرانچایزگیرنده، فرانچایزگیرنده موظف به پرداخت ضرر و زیان این مورد به فرانچایز دهنده بوده و فرانچایز دهنده علاوه بر حق فسخ قرارداد، در صورت عدم پرداخت خسارت، حق دارد پس از پرداخت وجوه، خسارت مطالبه شده را از محل مطالبات یا تضامین وصول نماید.

ماده 7. خسارت وارده بر فرانچایز دهنده ناشی از عدم اجرای مفاد قرارداد:

چنانچه فرانچایزگیرنده از اجرای مفاد قرارداد خودداری نموده و یا برخلاف مفاد قرارداد، دستورات و بخشنامه‌های فرانچایز دهنده اقدام کند و به سبب این موارد، خساراتی به اموال و یا اعتبار فرانچایز دهنده (نام و علامت تجاری فرانچایز دهنده) وارد شود؛ فرانچایزگیرنده می‌بایست مبلغ یک میلیارد ریال به عنوان خسارت به فرانچایز دهنده پرداخت نماید. در ضمن فرانچایز دهنده علاوه بر حق فسخ قرارداد، در صورت عدم پرداخت خسارت، حق دارد خسارت مطالبه شده را از محل مطالبات یا تضامین فرانچایزگیرنده وصول نماید.

ماده 8. حکمیت و داوری:

کلیه اختلافات ناشی از این قرارداد یا در ارتباط با آن، از جمله تفسیر و نقض تعهدات، اختلاف راجع به اعتبار، مفاد و اجرای قرارداد با حکمیت و داوری نماینده منتخب مدیر حقوقی شرکت بعنوان داور مرضی الطرفین حل و فصل خواهد شد، مدت داوری شش ماه بوده و داور حق صلح و سازش دارد و رای داور از طریق پست سفارشی و یا ارسال اظهارنامه حسب تشخیص داور، به طرفین ابلاغ می‌گردد. حکم صادره برای طرفین لازم الاجراست. شرط داوری حاضر مستقل از این قرارداد می‌باشد و انحلال قرارداد تحت هر عنوان تاثیری در دوام و اعتبار نهاد داوری حاضر ندارد.

ماده 9. اتمام قرارداد:

در صورت اتمام مدت قرارداد و یا فسخ قرارداد به سبب مفاد قرارداد، کلیه بدهی‌های فرانچایزگیرنده (شامل ارزش کالاهای ارائه‌شده، ضرر و زیان وارد بر فرانچایز دهنده با توجه به مفاد قرارداد و ...) تسویه شده و در صورت نداشتن بدهی، تضامین وی حداکثر ظرف مدت 6 ماه عودت می‌گردد.

ماده 10. تضامین قرارداد:

فرانچایزگیرنده بابت بهای محصولات که به صورت امانی برای فروش نگهداری می‌شود و همچنین برای جبران خسارت‌های وارده احتمالی به فرانچایز دهنده و یا نقض قرارداد حاضر، اقدام به ترهین ملک یا سپردن وثیقه نقدی لازم می‌نماید تا در صورت لزوم و یا عدم پرداخت بدهی و یا تسویه حساب به موقع و بروز تخلفات احتمالی (به تشخیص فرانچایز دهنده) خسارت وارده بر فرانچایز دهنده قابل جبران و وصول باشد.

تبصره 11: کلیه‌ی هزینه‌های مربوط به ارزیابی ملک، تنظیم و ثبت تضامین (تضامین مربوط به بهای محصولات) بر عهده فرانچایزگیرنده می‌باشد.

ماده 11. توقف یا پلمپ فروشگاه:

در صورتی که اشخاص ثالث یا سازمان‌های مختلف اعم از دولتی و غیردولتی به هر نحوی مانع از فعالیت فروشگاه شوند فرانچایزگیرنده مکلف است حداکثر ظرف چهل و هشت ساعت نسبت به رفع مشکل اقدام نموده و مجدداً فروشگاه را راه‌اندازی نماید. چنانچه ظرف مدت یک ماه نتواند فروشگاه را فعال نماید، قرارداد منفسخ شده و فرانچایزگیرنده مکلف به پرداخت مبلغ یک میلیارد ریال به عنوان خسارت به فرانچایز دهنده می‌باشد. ضمناً فرانچایز دهنده می‌تواند این مبلغ را از محل تضامین یا مطالبات فرانچایزگیرنده وصول نماید.

ماده 12. ناظر قرارداد:

با توافق طرفین، مسئول فرانچایز فرانچایز دهنده مربوطه به‌عنوان ناظر قرارداد معرفی شده و مباحث فنی فروشگاه، ورود و خروج کالا و پرداخت‌ها با نظارت ایشان صورت می‌پذیرد.

ماده 13. اعمال حق فسخ:

چنانچه قرارداد مزبور طبق مفاد قرارداد به هر دلیلی توسط فرانچایز دهنده فسخ و یا مدت قرارداد منقضی گردد. فرانچایزگیرنده مکلف است حداکثر ظرف مدت یک ماه کلیه بدهی‌های خود به فرانچایز دهنده را تسویه نماید. ضمن اینکه فروشگاه در مدت یک ماه مذکور جهت فروش محصولات موجود فعال بوده و پس از آن نیز تمامی محصولات باقی مانده بنا به مفاد قرارداد به محل مورد نظر فرانچایز دهنده عودت داده می‌شود. در صورت عدم انجام تعهدات مذکور به ازای هر روز تاخیر ده میلیون ریال به عنوان وجه التزام به فرانچایزگیرنده تحمیل و فرانچایزگیرنده موظف به پرداخت آن به فرانچایز دهنده خواهد بود. همچنین فرانچایز دهنده حق دارد خسارت وارده را از محل مطالبات یا تضامین فرانچایزگیرنده وصول نماید.

ماده 14. نسخ قرارداد:

قرارداد حاضر در 14 ماده و 11 تبصره و 3 نسخه که هر یک حکم واحد دارد در تاریخ و در شهر تنظیم و به امضا طرفین رسید.

پیوست الف: دستورالعمل موارد انضباطی فروشگاه‌های فرانچایز

- ضوابط زیر در راستای ایجاد شفافیت و وحدت رویه در رسیدگی به تخلفات در فروشگاه‌های فرانچایز سراسر کشور با تعیین وجه التزام تدوین شده است.
- 1- براساس قرارداد فیما بین فرانچایز گیرنده ضمن اجرای کلیه ضوابط، مقررات و دستورالعمل‌های ابلاغی فرانچایز دهنده، مکلف به رعایت موارد انضباطی فروشگاه‌های فرانچایز مطابق با جدول پیوست می‌باشد.
 - 2- واحد حقوقی ضمن ابلاغ مفاد مذکور به فرانچایز گیرنده، ایشان با اقرار به اطلاع کامل از موارد انضباطی، ملزم به اجرای استانداردهای فرانچایز دهنده می‌باشد.
 - 3- در صورت ارتکاب تخلف، فرانچایز گیرنده اختیار و وکالت اخذ وجه التزام از محل مطالبات و وثایق در رهن فرانچایز دهنده را واگذار می‌نماید.
 - 4- وجه التزام هر بند در مرتبه‌های اول الی سوم آن در جدول پیوست تعیین شده است.
 - 5- گزارشات سیستمی و میدانی واحدهای بازرسی و نظارت و ارزیابی ستاد مرکزی، تصاویر دوربین‌ها، گزارشات مشتریان و پرسنل منطقه مبنای احراز تخلفات بوده و جهت اخذ وجه التزام، تنظیم صورتجلسه با تاییدیه مدیر حقوقی ستاد مرکزی الزامی است.
 - 6- جهت بررسی و صورتجلسه موارد، حضور اعضای کمیسیون تخلفات فرانچایز (متشکل از معاونت/ مدیریت منطقه یا نماینده ایشان، مدیر یا نماینده واحد حقوقی، فرانچایز گیرنده یا وکیل قانونی ایشان با ارائه وکالتنامه محضری و سوپروایزر فروشگاه) الزامی است.
 - 7- براساس نیاز و بنا به تشخیص اعضای کمیسیون، افرادی به عنوان مطلع، شاهد یا کارشناس بدون حق رای در جلسه فرانچایز دهنده می‌نمایند.
 - 8- مسئولیت برگزاری و اجرای مصوبات جلسه برعهده واحد حقوقی بوده و این واحد ملزم به تهیه گزارشات ماهانه از تخلفات و رسیدگی‌های مربوطه جهت ارائه به مدیریت ارشد فرانچایز دهنده می‌باشد.
 - 9- کمیته حقوقی منطقه موظف است ظرف یک هفته پس از ثبت درخواست جلسه، نسبت به برگزاری جلسه و ثبت مصوبات و مستندات آن در سیستم تخلفات فرانچایز اقدام نماید.
 - 10- در صورتی که مصداق اخراج نیرو در جدول پیوست، شخص فرانچایز گیرنده باشد، نوع برخورد با ایشان بنا به نظر و تصمیم کمیسیون تعیین می‌گردد.
 - 11- مدیر واحد حقوقی می‌تواند بنا به ضرورت، به نمایندگی از کمیسیون اجرای تمام یا قسمتی از مجازات را معلق نموده و یا اعمال تخفیف نماید.
 - 12- در صورت تکرار تخلف بیش از سه مرتبه در وجه التزام نقدی، وجه التزام مرتبه سوم تکرار خواهد گردید.
 - 13- هر تخلف پس از گذشت مدت یک سال مشمول مرور زمان شده و به عنوان مراتب لحاظ نمی‌گردد.
 - 14- هر گونه تعلیق حق العمل، بستن صندوق و جلوگیری از ارسال بار فروشگاه فرانچایز به تشخیص معاونت منطقه صورت گرفته و لازم است به اطلاع کمیته نظارت و بازرسی ستاد مرکزی (متشکل از مدیر واحد حقوقی، بازرسی و نظارت و ارزیابی) برسد.

ردیف	موضوع	توضیحات	وجه التزام		
			مرتبۀ 1	مرتبۀ 2	مرتبۀ 3
1	عدم رعایت استاندارد پوشش لباس فرم	-	اخطار کتبی	تا نیم میلیون تومان	تا یک میلیون تومان
2	نظافت فروشگاه	مطابق با دستورالعمل نظافت فروشگاه با شماره سند OK-IN00142	اخطار کتبی	تا نیم میلیون تومان	تا یک میلیون تومان
3	عدم رعایت استانداردهای چیدمان	مطابق با آیین نامه چیدمان کالا در فروشگاه‌ها با شماره سند OK-IN00026	اخطار کتبی	تا نیم میلیون تومان	تا یک میلیون تومان

ردی ف	موضوع	توضیحات	وجه التزام		
			مرتبۀ 1	مرتبۀ 2	مرتبۀ 3
4	عدم امحای ضایعات و کالاهای تاریخ گذشته	مبنای وجه التزام عدم امحای ضایعات، وجود ضایعات بیش از نیم میلیون تومان در فروشگاه (سطح فروش و انبارک) می باشد.	تا یک میلیون تومان	تا دو میلیون تومان	تا سه میلیون تومان
5	استفاده از اتباع خارجی به عنوان پرسنل فروشگاه بدون مجوز کار و اقامت	-	تا یک میلیون تومان	تا سه میلیون تومان	فسخ قرارداد
6	فروش کالای غیرمصوب فرانچایز دهنده در قالبی غیر از غرفه	احداث غرفه بدون مجوز ممنوع می باشد.	تا یک میلیون تومان	تا سه میلیون تومان	فسخ قرارداد
7	فروش کالاهای ممنوعه (قاچاق)	منظور از کالاهای ممنوعه چیزی است که ورود آن به کشور یا معامله آن از طرف دولت ممنوع بوده و در قانون برای آن مجازات در نظر گرفته شده است.	تا 20 میلیون، فسخ قرارداد و تعقیب کیفری		
8	به کارگیری نیروهای تایید نشده و آموزش ندیده (به ازای هر نیرو)	اشتغال نیرو در فروشگاه به مدت بیش از یک هفته بدون هماهنگی با منابع انسانی منطقه غیرمجاز می باشد.	اخطار کتبی	تا یک میلیون تومان	تا سه میلیون تومان
9	عدم پرداخت بیمه پرسنل	-	ذخیره و عدم پرداخت پنج٪ حق العمل		
10	عدم رعایت شئون اخلاقی کارکنان فروشگاه	منظور از شئون اخلاقی، مواردی مانند پوشش نامناسب، استفاده از زیورآلات نامتعارف، به کار بردن الفاظ نامناسب، درگیری فیزیکی و موارد مشابه است.	اخطار کتبی	تا یک میلیون تومان	تا سه میلیون تومان + اخراج نیرو
11	عدم معرفی و یا عدم حضور کارکنان در دوره های آموزشی فرانچایز دهنده	(به ازای هر نفر)	اخطار کتبی	تا نیم میلیون تومان	تا یک میلیون تومان
12	استعمال دخانیات در سطح فروش (یا محدوده بیرونی فروشگاه با لباس فرم فرانچایز دهنده)	-	تا نیم میلیون تومان + اخطار کتبی	تا یک میلیون تومان	تا یک میلیون تومان + اخراج نیرو
13	نوشیدن مشروبات الکلی یا استعمال مواد مخدر در سطح فروشگاه	-	تا پنج میلیون تومان + اخراج نیرو	تا ده میلیون تومان + اخراج نیرو	تا بیست میلیون تومان + فسخ قرارداد
14	هر گونه درگیری فیزیکی با مشتریان فروشگاه یا پرسنل مجموعه	-	تا پنج میلیون تومان	تا هفت میلیون تومان + اخراج نیرو	تا ده میلیون تومان + فسخ قرارداد

ردی ف	موضوع	توضیحات	وجه التزام		
			مرتبۀ 1	مرتبۀ 2	مرتبۀ 3
1 5	هرگونه فحاشی، توهین، تهمت و افترا به پرسنل مجموعه، مشتریان، پیمانکاران و یا نمایندگان نهادهای نظارتی حاکمیتی	-	تا یک میلیون تومان + اخطار کتبی	تا سه میلیون تومان	تا پنج میلیون تومان + اخراج نیرو
1 6	سوء استفاده و عدم اجرای درست طرح های فروش فرانچایز دهنده (کوپن، جشنواره ها و غیره)	-	تا سه میلیون تومان + اخطار کتبی	تا پنج میلیون تومان + اخراج نیرو	تا ده میلیون تومان + فسخ قرارداد
1 7	بسته شدن صندوق به علت عدم واریز به هنگام وجه	-	تا سه میلیون تومان + اخطار کتبی	تا پنج میلیون تومان	تا ده میلیون تومان
1 8	خروج کالا از فروشگاه بدون صدور فاکتور فرانچایز دهنده	-	تا پنج میلیون تومان + اخطار کتبی	تا ده میلیون تومان	تا بیست میلیون تومان + فسخ قرارداد
1 9	عدم تأمین نیرو به تعداد مورد نیاز فروشگاه	مبنا گزارشات بازرسی و براساس استاندارد نیروی انسانی فرانچایز دهنده (حداقل 4 نفر)	اخطار کتبی	تا یک میلیون تومان	تا سه میلیون تومان
2 0	عدم تهیه به موقع تجهیزات فروشگاه مطابق استاندارد تجهیز	مطابق با آیین نامه افتتاحیه و تجهیز	اخطار کتبی	تا یک میلیون تومان	تا سه میلیون تومان
2 1	ممانعت از انجام وظیفه و یا عدم همکاری لازم با نمایندگان فرانچایز دهنده (شامل تیم فروش، بازرسی، کنترل دوربین و سایر واحدهای مرتبط)	مطابق بند 14 پس از دریافت گزارش عدم همکاری حق العمل فروشگاه با مجوز معاونت منطقه معلق خواهد شد.	تا سه میلیون تومان + اخطار کتبی	تا پنج میلیون تومان	تا ده میلیون تومان
2 2	تخلفات عملیاتی فروشگاه	شامل جت پرینت، حواله برگشت به انبار، برگشت از فروش و سایر عملیات فروشگاه	تا سه میلیون تومان + جبران زیان وارده + اخطار کتبی	تا پنج میلیون تومان + جبران زیان وارده	تا ده میلیون تومان + جبران زیان وارده + اخراج نیرو
2 3	عدم نصب و بروزرسانی لیبیل ها	اگر میانگین نمره سوالات بروزرسانی شلف لیبیل ها برای سه دوره متوالی کمتر از 2.5 باشد.	اخطار کتبی	تا یک میلیون تومان	تا سه میلیون تومان
2 4	استفاده از تبلیغات غیر مجاز در فروشگاه	-	تا دو میلیون تومان + اخطار کتبی	تا پنج میلیون تومان	تا ده میلیون تومان

ردی ف	موضوع	توضیحات	وجه التزام		
			مرتبۀ 1	مرتبۀ 2	مرتبۀ 3
2 5	وجود پوز متفرقه در فروشگاه	-	تا پنج میلیون تومان + اخطار کتبی	تا ده میلیون تومان	تا بیست میلیون تومان +فسخ قرارداد
2 6	هرگونه تقلب یا تخلف منجر به اظهار موجودی غیرواقعی طی عملیات انبار گردانی	-	تا پنج میلیون تومان	تا ده میلیون تومان	تا پانزده میلیون تومان + فسخ قرارداد
2 7	فروش عمده اقلام تنظیم بازار	نرخ بازار توسط واحد پایش رقبا	تا پنج میلیون تومان + اخذ مابه التفاوت نرخ فروش فرانچایز دهنده و بازار	تا ده میلیون تومان + اخذ مابه التفاوت نرخ فروش فرانچایز دهنده و بازار	تا پانزده میلیون تومان + فسخ قرارداد + اخذ مابه التفاوت نرخ فروش فرانچایز دهنده و بازار
2 8	هرگونه دستکاری در سیستم های فروش و امنیتی فروشگاه	-	تا پنج میلیون تومان	تا ده میلیون تومان	تا سی میلیون تومان
2 9	عدم رعایت ضوابط و فرایندهای اجرایی فرانچایز دهنده	-	تا سه میلیون تومان	تا پنج میلیون تومان	تا ده میلیون تومان +فسخ قرارداد با تایید کمیسیون

اینجانب به عنوان فرانچایز گیرنده در قرارداد شماره ضمن مطالعه و آگاهی کامل از مفاد دستورالعمل موارد انضباطی (انواع تخلفات مذکور و جرایم مربوطه) فروشگاه های فرانچایز خود را مکلف به اجرای آن دانسته و در صورت ارتکاب هرگونه تخلف فرانچایز دهنده مجاز به اعمال جرایم از محل مطالبات و یا وثایق می باشد

پیوست ب: استاندارد تجهیزات فروشگاه‌های فرانچایز

فرانچایزگیرنده متعهد می‌گردد تمام تجهیزات فروشگاه‌های را طبق جدول ذیل تهیه نماید و پس از تهیه تمامی تجهیزات فروشگاه افتتاح گردد:

ردیف	شرح کالا	مشخصات	تعداد
1	یو پی اس	لاین اینترکتیو-KVA3	1
2	باتری یو پی اس	باتری 12 ولت 65 آمپر ساعت سیلد اسید	4
3	کابینت باتری	رنگ الکترو استاتیک - گنجایش 4 عدد باتری 65 آمپر ساعت	1
4	کیبورد کامپیوتر		1
5	موس کامپیوتر		1
6	مانیتور کامپیوتر	19 یا 20 اینچ	1
7	کیس کامپیوتر	قابلیت پشتیبانی 10WIN و 32 بیتی و حداقل رم GB4 و هارد TB 1	1
8	سوئیچ شبکه	سوئیچ 16 پورت 100/10 - دی-لینک - دی-لینک - 1016DES - D رک مونت	1
9	مودم	مودم روتر باسیم دی-لینک سری Plus 2ADSL مدل 2U-Z2520DSL	1
10	روتر	Hnd2-951RB MikroTik	1
11	پرینتر اداری	N 402HP	1
12	اسکندر اداری	120LID Canon	1
13	سرور	9Gen 10Proliant ML HP یا رایانه لمسی Posiflex مدل 3415PS	1
14	رک	ابعاد 60*80*120 فریم فلزی در شیشه ای با رنگ الکترواستاتیک 24 یونیت دارای چرخ و فن و 2 عدد سینی با پاور مازول 8 تایی	1
15	اسکندر اثر انگشت	Suprema Biomini	1
16	دوربین مدار بسته	دید در شب - بولت و دام - MP2	16
17	آداپتور	متناسب با دوربین	16
18	دی وی آر	تامین از اسپات	1
19	هارد 2 ترا بایت	هارد دو ترا بایت بنفش	2
20	هارد 4 ترا بایت	هارد چهار ترا بایت بنفش	2
21	بلندگو	بلندگوی روکار ستونی 15 وات	4
22	آمپلی فایر	90 وات دارای رادیو و ورودی USB - AUX	1
23	صندلی کانتر	چرخدار - دارای جک - چرم مصنوعی با قابلیت شستشو	2
24	صندلی سرپرست	چرخدار - دارای جک - چرم مصنوعی با قابلیت شستشو	1
25	فریزر دپو	فریزر صندوقی 600 لیتری در شیشه ای تک فاز	1
26	فریزر 2 در	تامین از اسپات یا انجماد یا رادسرما	مطابق نقشه
27	یفریزر 4 در	تامین از اسپات یا انجماد یا رادسرما	مطابق نقشه
28	یخچال پرده هوا	تامین از اسپات یا انجماد یا رادسرما	مطابق نقشه
29	یخچال خوابیده پرده هوا	تامین از اسپات یا انجماد یا رادسرما	مطابق نقشه
30	شلف یکطرفه	تامین از اسپات یا راک تهران	مطابق نقشه
31	شلف دو طرفه	تامین از اسپات یا راک تهران	مطابق نقشه
32	شلف برنج	تامین از اسپات یا راک تهران	مطابق نقشه
33	سبد اسپات	تامین از اسپات یا راک تهران	مطابق نقشه
34	پاصندوقی	تامین از اسپات یا راک تهران	مطابق نقشه
35	ترولی	تامین از اسپات یا راک تهران	حداقل 10

ردیف	شرح کالا	مشخصات	تعداد
36	باربر دستی	تامین از اسپات	1
37	نوار قرمز داخل فروشگاه	تامین از اسپات	مطابق نقشه
38	تابلو گروه کالایی	تامین از اسپات	مطابق نقشه
39	سبد دستی فلزی	تامین از اسپات یا راک تهران	حداقل 10
40	سبد تنقلات	تامین از اسپات یا راک تهران	مطابق نقشه
41	میل رگال	تامین از اسپات یا راک تهران	مطابق نقشه
42	چک اوت کانتر موتور دار	تامین از اسپات یا راک تهران	مطابق نقشه
43	شلف میوه	تامین از اسپات یا راک تهران	مطابق نقشه
44	سبد میوه	سبد پلاستیکی سبز رنگ - طول 420 عرض 325 - ارتفاع 130 - 900 گرمی	مطابق نقشه
45	ترازوی لیبل پرینت	ترازوی صبا سی کیلویی علمکدار	در صورت وجود شلف میوه
46	پالت پلاستیکی	سایز 60 * 90 - هفت کیلوگرمی - پلی اتیلن مواد نو	مطابق نقشه
47	پالت پلاستیکی	سایز 120*80-12 کیلوگرمی - پلی اتیلن مواد نو	مطابق نقشه
48	کپسول آتش نشانی 2CO	کپسول استاندارد 6 کیلویی 2Co با پایه دیواری	1
49	کپسول آتش نشانی آب و گاز	کپسول استاندارد 10 لیتری آب و گاز با پایه دیواری	3
50	میز سرپرستی	میز ام دی اف روکش دار دارای کشو به ابعاد 210 * 60 با ارتفاع 80	1
51	صندلی ناهار خوری	کفی و پشتی پلاستیکی قابل شستشو - پایه فلزی به رنگ قرمز	4
52	میز ناهار خوری	سطح پلاستیکی با پایه فلزی 4 نفره به رنگ قرمز	1
53	کمد پرسنلی	کمد فلزی 6 در با رنگ الکترو استاتیک قفل دار با ارتفاع 190 عمق 40 و عرض 95	1
54	یخچال پرسنلی	یخچال 5 فوت	1
55	سطل زباله	سطل زباله با ارتفاع 40 سانت	4
56	اسپیلت	اسپیلت ایستاده BTU (با توجه به آب و هوای منطقه حاره ای یا معتدل)	یک عدد 60 هزار یا دو عدد 32 هزار
57	بخاری	بخاری گاز سوز 45000 بی تی یو - دارای دودکش و فن و سنسور منو اکسید کربن و اگزاست فن	1
58	نردبان	نردبان آلومینیومی 4 تکه 28 پله	1
59	ماکروویو	ماکروویو 20 لیتری (حداقل)	1
60	چای ساز	چای ساز یک و نیم لیتری (حداقل)	1
61	لوازم رفاهی آشپزخانه	شامل لیوان و بشقاب و قاشق و چنگال	یک دست
62	تلویزیون	تلویزیون LED سایز 40 تا 43 اینچ با پایه دیواری و دارای ورودی HDMI و USB	1
63	تلفن بی سیم	تلفن بی سیم	1
64	جعبه کمک های اولیه	به ابعاد 40 * 30 * 10 با لوازم (الکل و چسب و باند و قیچی و چسب زخم و گاز استریل و قرص مسکن و محلول بتادین	1
65	صندوق فروشگاه	رایانه لمسی Posiflex مدل 3415PS	در صورت استفاده از پوز سرور 1 عدد و در صورت استفاده از سرور HP دو عدد
66	فیش پرینتر(پرینتر حرارتی)	سیتی زن یا 6900 پوزی فلکس	2
67	بارکد اسکنر دستی	5145MK- Posiflex	2
68	بارکد اسکنر رومیزی	2200TS- Posiflex	2

ردیف	شرح کالا	مشخصات	تعداد
69	کشوی پول	Posiflex 2020CR	2
70	کیبورد صندوق فروشگاهی	SERIES 500KP- POSIFLEX	2

Franchise Agreement

THIS AGREEMENT (the “Agreement”) is made on [Insert Date] by and between [Insert Franchisor Name] (the “Franchisor”) of [Insert Franchisee Address] and [Insert Franchisee Name] (the “Franchisee”) of [Insert Franchisee Address] on the basis of the following understandings and agreements:

1. Basis for Agreement

The Franchisor has developed methods for establishing, operating, and promoting businesses engaged in the business of [Insert Franchise Type] using the service mark and related trade names and trademarks (the “Marks”) and the Franchisor’s proprietary methods of doing business (the “Licensed Methods”). The Franchisor grants the right to others to develop and operate a [Insert Franchise Name] franchise, under the Marks and pursuant to the Licensed Methods.

The Franchisee desires to establish a [Insert Franchise Name] franchise at a location identified herein or to be later identified, and the Franchisor desires to grant the Franchisee the right to operate a [Insert Franchise Name] franchise at such location under the terms and conditions which are contained in this Agreement.

2. Grant of Franchise

The Franchisor grants to the Franchisee and the Franchisee accepts from the Franchisor, the right to use the Marks and Licensed Methods in connection with the establishment and operation of a [Insert Franchise Name] franchise, at the location described in this Agreement. The Franchisee agrees to use the Marks and Licensed Methods, as they may be changed, improved, and further developed by the Franchisor from time to time, only in accordance with the terms and conditions of this Agreement.

The Franchisee agrees at all times to faithfully, honestly, and diligently perform the Franchisee’s obligations hereunder, and to continuously exert best efforts to promote the [Insert Franchise Name] franchise. The Franchisee agrees to utilize the Marks and Licensed Methods to operate all aspects of the business franchised hereunder in accordance with the methods and systems developed and prescribed from time to time by the Franchisor, all of which are a part of the Licensed Methods. The Franchisee shall offer such products and services as the Franchisor shall designate and shall be restricted from manufacturing, offering, or selling any products or services not previously approved by the Franchisor in writing. The Franchisee’s [Insert Franchise Name] must feature [Insert Franchise Name] brand items manufactured by the Franchisor or its designated suppliers and related non-primary items (“Items”) approved by the Franchisor in writing.

3. Franchise Fee

The Franchisee agrees to pay the Franchisor an amount of \$[Insert Amount] as Franchise Fee. The payment of the franchise fee enables the Franchisee to enjoy the use of the Franchisor's system and name, as well as assistance for a limited time.

4. Franchised Location and Designated Area

The Franchisee is granted the right and franchise to own and operate one [Insert Franchise Name] franchise at [Insert Franchise Address] ("Franchised Location").

The rights that are granted to the Franchisee under this Agreement are for the specific Franchised Location and cannot be transferred to any other location without the prior written approval of the Franchisor. If the Franchisee has operated a [Insert Franchise Name] franchise for not less than 12 months and desires to relocate it to an alternative site, the Franchisee must set forth its reasons for requesting the relocation in writing to the Franchisor, along with a proposed new location. The Franchisor will have 30 days from receipt of the Franchisee's written request to respond. If the Franchisor approves the relation and the proposed new location, and if the ownership of the Franchisee does not change in any respect from the ownership of the Franchisee before the relocation, then the Franchisee may move its franchise to the new approved location, provided that the Franchisee signs the Franchisor's then-current form of Franchise Agreement and opens the franchise at the new location within 12 months after the franchise closes at its former Franchised Location. In addition, the Franchisee will be required to pay a nonrefundable design fee of \$[Insert amount] as a fee for the preparation of a design for Franchisee's new Franchised Location. A similar design fee will also apply if the Franchisee requests design assistance in remodeling its franchise at any time during the term of this Agreement.

5. Initial Franchise Fee

In consideration for the right to develop and operate one [Insert Franchise Name] franchise, the Franchisee agrees to pay to the Franchisor an initial franchise fee, which is due and payable as of the date of execution of this Agreement. The initial franchise fee represents payment for the initial grant of the rights to use the Marks and Licensed Methods, that the Franchisor has earned the initial franchise fee upon receipt thereof, and that the fee is non-refundable except as otherwise specifically set forth in this Agreement.

6. Training

After the Franchisee executes a lease for the Franchised Location, the Franchisee or, if the Franchisee is not an individual, the person designated by the Franchisee to assume primary responsibility for the management of the [Insert Franchise Name] franchise ("General Manager") is required to attend and successfully complete the initial training program which is offered by the Franchisor at one of the Franchisor's designated training facilities.

The Franchisor's initial training program shall consist of [Insert Number] days of instruction at a location designated by the Franchisor; provided, however, that the Franchisor reserves the right to waive a portion of the Franchisor's training program or alter the training schedule if, in the Franchisor's sole discretion, the Franchisee or General Manager has sufficient prior experience or training.

From time to time, the Franchisor may present seminars, conventions, or continuing development programs or conduct meetings for the benefit of the Franchisee.

7. Development Assistance

In addition to the Franchisor's initial training, equipment list, design services, Operations Manual, and other pre-opening services described elsewhere in this Agreement, Franchisor will provide the Franchisee prior to opening with a list of approved and designated suppliers and an advertising plan and advertising copy for Franchisee's grand opening.

8. Operations Manual

The Franchisor agrees to loan to the Franchisee one or more manuals, technical bulletins, and other written materials (collectively referred to as the "Operations Manual") covering ordering of supplies, manufacturing, processing, and stocking and other operating and in-store marketing techniques.

The Franchisee agrees to use the Marks and Licensed Methods only as specified in the Operations Manual. The Operations Manual is the sole property of the Franchisor and shall be used by the Franchisee only during the term of this Agreement and in strict accordance with the terms and conditions hereof. The Franchisee shall not duplicate the Operations Manual or disclose its contents to persons other than its employees or officers who have signed the form of Confidentiality and Non-Disclosure Agreement. The Franchisee shall return the Operations Manual to the Franchisor upon the expiration, termination, or transfer of this Agreement. The Franchisor reserves the right to revise the Operations Manual from time to time as it deems necessary to update or change operating and marketing techniques, standards, and specifications for all components of the Licensed Methods. Promptly after receiving any update from the Franchisor, the Franchisee shall update his or her copy of the Operations Manual as instructed by the Franchisor and shall conform operations with the updated provisions within a reasonable time after receipt of such updated information.

The Franchisee shall at all times during the term of this Agreement own and control the [Insert Franchise Name] franchise authorized hereunder. The Franchisee shall not operate any other business or profession from or through the franchise location. If the Franchisee is an entity, the entity shall only operate the [Insert Franchise Name] franchise governed by this Agreement and no other business, unless the Franchisee receives the Franchisor's prior written approval. Upon request of the Franchisor, the Franchisee shall promptly provide to the Franchisor proof, reasonably acceptable to the Franchisor, of such ownership.

9. Fee

Throughout the term of this Agreement, the Franchisee agrees to pay to the Franchisor a continuing monthly royalty (“Royalty”) equal to 0 percent of its Gross Retail Sales generated from or through the [Insert Franchise Name] franchise.

“Gross Retail Sales” shall be defined as receipts and income of any kind from all products or services sold from or through the [Insert Franchise Name] franchise, including any such sale of products or services made for cash or upon credit, or partly for cash and partly for credit, regardless of collection of charges for which credit is given, fewer returns for which refunds are made, provided that the refund shall not exceed the sales price and exclusive of discounts, sales taxes, and other taxes, amounts received in settlement of a loss of merchandise, shipping expenses paid by the customer and discount sales to corporations or to charities for fund-raising purposes. “Gross Retail Sales” shall also include the fair market value of any services or products received by the Franchisee in barter or in exchange for his services and products.

The Franchisee agrees that Royalty payments shall be paid monthly and sent to the Franchisor, post-marked on the [Insert Day] of each month based on Gross Retail Sales for the immediately preceding month. Royalty payments shall be accompanied by monthly reports and standard transmittal forms containing information regarding the Franchisee’s Gross Retail Sales and such additional information as may be requested by the Franchisor.

10. Advertising

The Franchisee shall obtain the Franchisor’s prior written approval of all advertising or other marketing or promotional programs published by any method, including print, broadcast and electronic media, regarding the [Insert Franchise Name] franchise, including, without limitation, “Yellow Pages” advertising, newspaper ads, flyers, brochures, coupons, direct mail pieces, specialty and novelty items, radio, television, and Internet advertising. The Franchisee acknowledges and agrees that the Franchisor may disapprove of any advertising, marketing, or promotional programs submitted to the Franchisor for any reason in the Franchisor’s sole discretion. The Franchisee shall also obtain the Franchisor’s prior written approval of all promotional materials provided by vendors. The proposed written advertising or a description of the marketing or promotional program shall be submitted to the Franchisor before publication, broadcast, or use.

11. Quality Control

The Franchisee agrees to maintain and operate his [Insert Franchise Name] franchise strictly in compliance with this Agreement and the standards and specifications contained in the Operations Manual, as the same may be modified from time to time by the Franchisor in accordance with this Agreement. The Franchisee is prohibited from offering or selling any products or services not authorized by Franchisor.

If the Franchisee proposes to offer, conduct or utilize any products, services, materials, forms, items or supplies for use in connection with or sale through [Insert Franchise Name] which are not previously approved by the Franchisor as meeting its specifications, the Franchisee shall first notify the Franchisor in writing requesting approval. The Franchisor may, in its sole discretion, for any reason whatsoever, elect to withhold such approval. In order to make such determination, the Franchisor may require submission of specifications, information, or samples of such products, services, materials, forms, items, or supplies. The Franchisor will advise the Franchisee within a reasonable time whether such products, services, materials, forms, items, or supplies meet its specifications.

12. Term

The term of this Agreement begins on the date this Agreement is fully executed and ends [Insert period of time] later, unless sooner terminated as provided herein. Either party may terminate this Agreement upon 30 days' written notice or as required by law.

13. Default and Termination

The Franchisor shall have the right, at its option, to terminate this Agreement and all rights granted the Franchisee hereunder, without affording the Franchisee any opportunity to cure any default (subject to any state laws to the contrary, where state law shall prevail), effective upon receipt of notice by the Franchisee, upon the occurrence of any of the following events:

a. Abandonment. If the Franchisee ceases to operate the [Insert Franchise Name] franchise or otherwise abandons the [Insert Franchise Name] franchise for a period of 0 consecutive days, or any shorter period that indicates an intent by the Franchisee to discontinue operation of the [Insert Franchise Name] franchise, unless and only to the extent that full operation of the [Insert Franchise Name] franchise is suspended or terminated due to fire, flood, earthquake or other similar causes beyond the Franchisee's control and not related to the availability of funds to the Franchisee;

b. Insolvency; Assignments. If the Franchisee becomes insolvent or is adjudicated bankrupt; or any action is taken by the Franchisee, or by others against the Franchisee under any insolvency, bankruptcy or reorganization act, (this provision may not be enforceable under federal bankruptcy law), or if the Franchisee makes an assignment for the benefit of creditors, or a receiver is appointed by the Franchisee;

c. Criminal Conviction. If the Franchisee is convicted of a felony, a crime involving moral turpitude, or any crime or offense that is reasonably likely, in the sole opinion of the Franchisor, to materially and unfavorably affect the Licensed Methods, Marks, goodwill or reputation thereof;

d. Failure to Make Payments. If the Franchisee fails to pay any amounts due the Franchisor or affiliates, including any amounts which may be due as a result of any subleases or lease assignments between the Franchisee and the Franchisor, within 10 days after receiving notice that such fees or amounts are overdue;

- e. Misuse of Marks. If the Franchisee misuses or fails to follow the Franchisor's directions and guidelines concerning use of the Franchisor's Marks and fails to correct the misuse or failure within ten days after notification from the Franchisor;
- f. Unauthorized Disclosure. If the Franchisee intentionally or negligently discloses to any unauthorized person the contents of or any part of the Franchisor's Operations Manual or any other trade secrets or confidential information of the Franchisor;
- g. Repeated Non-Compliance. If the Franchisee has received two previous notices of default from the Franchisor and is again in default of this Agreement at any time during the term of this Agreement, regardless of whether the previous defaults were cured by the Franchisee.
- h. Other. Any other covenant that the parties feel is sufficient cause to terminate this Agreement.

14. Restrictive Covenants

The Franchisee acknowledges that, in addition to the license of the Marks hereunder, the Franchisor has also licensed commercially valuable information which comprises and is a part of the Licensed Methods, including without limitation, operations, marketing, advertising, and related information and materials and that the value of this information derives not only from the time, effort and money which went into its compilation, but from the usage of the same by all the franchisees of the Franchisor using the Marks and Licensed Methods. The Franchisee, therefore, agrees that other than the [Insert Franchise Name] franchise licensed herein, neither the Franchisee nor any of the Franchisee's officers, directors, shareholders or partners, nor any member of his or their immediate families, shall during the term of this Agreement have any direct or indirect controlling interest as a disclosed or beneficial owner in a "Competitive Business."

The Franchisee shall treat all information it receives which comprises or is a part of the Licensed Methods licensed hereunder as proprietary and confidential and will not use such information in an unauthorized manner or disclose the same to any unauthorized person without first obtaining the Franchisor's written consent. The Franchisee acknowledges that the Marks and the Licensed Methods have valuable goodwill attached to them, that the protection and maintenance thereof is essential to the Franchisor, and that any unauthorized use or disclosure of the Marks and Licensed Methods will result in irreparable harm to the Franchisor.

15. Insurance

The Franchisee shall procure, maintain, and provide evidence of:

- (i) Comprehensive general liability insurance for the Franchised Location and its operations;
- (ii) Automobile liability insurance covering all employees of the [Insert Franchise Name] franchise with authority to operate a motor vehicle in an amount not less than any statutorily imposed minimum coverage;

(iii) Unemployment and worker's compensation insurance with broad form all-states endorsement coverage sufficient to meet the requirements of the law.

The Franchisee will provide proof of insurance to the Franchisor prior to commencement of operations at the [Insert Franchise Name] franchise. This proof will show that the insurer has been authorized to inform the Franchisor in the event any policies lapse or are canceled. The Franchisor has the right to change the minimum amount of insurance the Franchisee is required to maintain by giving the Franchisee prior reasonable notice, giving due consideration to what is reasonable and customary in the similar business. The Franchisee's failure to comply with the insurance provisions set forth herein shall be deemed a material breach of this Agreement. In the event of any lapse in insurance coverage, in addition to all other remedies, the Franchisor shall have the right to demand that the Franchisee cease operations of the [Insert Franchise Name] franchise until coverage is reinstated, or, in the alternative, pay any delinquencies in premium payments and charge the same back to the Franchisee.

16. Governing Law

This Agreement shall be interpreted under the laws of the State of Malaysia and any disputes between the parties shall be governed by and determined in accordance with the substantive laws of the Malaysia, which laws shall prevail in the event of any conflict of laws.

17. Modification.

The Franchisor and/or the Franchisee may modify this Agreement only upon execution of a written agreement between the two parties. The Franchisee acknowledges that the Franchisor may modify its standards and specifications and operate and marketing techniques set forth in the Operations Manual unilaterally under any conditions and to the extent in which the Franchisor, in its sole discretion, deems necessary to protect, promote, or improve the Marks and the quality of the Licensed Methods, but under no circumstances will such modifications be made arbitrarily without such determination.

18. Entire Agreement.

This Agreement contains the entire agreement between the parties and supersedes any and all prior agreements concerning the subject matter hereof. The Franchisee agrees and understands that the Franchisor shall not be liable or obligated for any oral representations or commitments made prior to the execution hereof or for claims of negligent or fraudulent misrepresentation based on any such oral representations or commitments and that no modifications of this Agreement shall be effective except those in writing and signed by both parties. The Franchisor does not authorize and will not be bound by any representation of any nature other than those expressed in this Agreement. The Franchisee further acknowledges and agrees that no representations have been made to it by the Franchisor regarding projected sales volumes, market potential, revenues, profits of the Franchisee's [Insert Franchise Name] franchise, or operational assistance other than as stated in this Agreement or in any disclosure document provided by the Franchisor or its representatives.

19. Effective Date.

This Agreement shall not be effective until accepted by the Franchisor as evidenced by dating and signing by an officer of the Franchisor.

20. Attorneys' Fees.

In the event of any dispute between the parties to this Agreement, including any dispute involving an officer, director, employee, or managing agent of a party to this Agreement, in addition to all other remedies, the non-prevailing party will pay the prevailing party all costs and expenses, including reasonable attorneys' fees, incurred by the prevailing party in any legal action, arbitration or other proceedings as a result of such dispute.

21. Injunctive Relief.

Nothing herein shall prevent the Franchisor or the Franchisee from seeking injunctive relief to prevent irreparable harm, in addition to all other remedies. If the Franchisor seeks an injunction, the Franchisor will not be required to post a bond.

22. No Waiver.

No waiver of any condition or covenant contained in this Agreement or failure to exercise a right or remedy by the Franchisor or the Franchisee shall be considered to imply or constitute a further waiver by the Franchisor or the Franchisee of the same or any other condition, covenant, right, or remedy.

23. No Right to Set Off.

The Franchisee shall not be allowed to set off amounts owed to the Franchisor for Royalties, fees, or other amounts due hereunder, against any monies owed to Franchisee, nor shall the Franchisee, in any event, withhold such amounts due to any alleged nonperformance by the Franchisor hereunder, which right of set-off is hereby expressly waived by the Franchisee.

24. Invalidity.

If any provision of this Agreement is held invalid by any tribunal in a final decision from which no appeal is or can be taken, such provision shall be deemed modified to eliminate the invalid element and, as so modified, such provision shall be deemed a part of this Agreement as though originally included. The remaining provisions of this Agreement shall not be affected by such modification.

25. Notices.

All notices required to be given under this Agreement shall be given in writing, by certified mail, return receipt requested, or by an overnight delivery service providing documentation of receipt,

at the address set forth in the first paragraph of this Agreement or at such other addresses as the Franchisor or the Franchisee may designate from time to time, and shall be effectively given when deposited in the United States mail, postage prepaid, or when received via overnight delivery, as may be applicable.

26. Payment of Taxes.

The Franchisee shall reimburse the Franchisor, or its affiliates and designees, promptly and when due, the amount of all sales taxes, use taxes, personal property taxes, and similar taxes imposed upon, required to be collected or paid by the Franchisor, or its affiliates or designees, on account of services or goods furnished by the Franchisor, its affiliates or designees, to the Franchisee through sale, lease or otherwise, or on account of collection by the Franchisor, its affiliates or designees, of the initial franchise fee, Royalties, Marketing and Promotion Fees or any other payments made by the Franchisee to the Franchisor required under the terms of this Agreement.

27. Signatures.

This Agreement shall be signed on behalf of [Insert Franchisor Name] by [Insert Franchisor Representative] and on behalf of [Insert Franchisee Name] by [Insert Franchisee Name].

BEFORE SIGNING THIS AGREEMENT, THE FRANCHISEE SHOULD READ IT CAREFULLY WITH THE ASSISTANCE OF LEGAL COUNSEL. THE FRANCHISEE ACKNOWLEDGES THAT (a) THE SUCCESS OF THE BUSINESS VENTURE CONTEMPLATED HEREIN INVOLVES SUBSTANTIAL RISKS AND DEPENDS UPON THE FRANCHISEE'S ABILITY AS AN INDEPENDENT BUSINESS PERSON AND ITS ACTIVE PARTICIPATION IN THE DAILY AFFAIRS OF THE BUSINESS, AND (b) NO ASSURANCE OR WARRANTY, EXPRESS OR IMPLIED, HAS BEEN GIVEN AS TO THE POTENTIAL SUCCESS OF SUCH BUSINESS VENTURE OR THE EARNINGS LIKELY TO BE ACHIEVED, AND (c) NO STATEMENT, REPRESENTATION OR OTHER ACT, EVENT OR COMMUNICATION, EXCEPT AS SET FORTH IN THIS DOCUMENT, AND IN ANY OFFERING CIRCULAR SUPPLIED TO THE FRANCHISEE, IS BINDING ON THE FRANCHISOR IN CONNECTION WITH THE SUBJECT MATTER OF THIS AGREEMENT.

INTENDING TO BE BOUND, the parties have executed this Agreement as of the date first above set forth.

FRANCHISOR:

By: _____ Date: _____
By [Insert Franchisor Representative]

FRANCHISEE:

By: _____ Date: _____
By [Insert Franchisee Name]

نتیجه گیری

قراردادهای لیسانس و فرانچایز علامت تجاری از جمله قراردادهایی می باشند که به واسطه مزایای خاص آن در عصر کنونی مورد توجه اشخاص، شرکت ها و سازمان های بین المللی قرار گرفته است. این نوع قراردادها دارای الزاماتی می باشند که به صورت مستقیم ناظر بر کیفیت محصول و خدمات می باشند و این مورد کاملاً مبرهن است که بهره برداری از علامت تجاری رابطه ناگسستنی با شهرت و اعتبار امتیاز دهنده دارد. بدون ایجاد یک ساختار حقوقی جامع، اجرای چنین نهاد با ارزشی روز به روز تحلیل رفته و موجبات بروز و حدوث اختلافات حقوقی را دامن می زند.

در چنین قراردادهایی علامت تجاری به عنوان شاخصه اصلی به همراه سایر موضوعات حقوق مالکیت فکری بر اساس مفاد توافق طرفین منتقل می شود. از مزیت های بسیار زیاد چنین قراردادهایی می توان به توسعه بازار، ارتقای محصول، صرفه جویی در منابع، کاهش هزینه های حمل و نقل و دیگر هزینه های جانبی اشاره داشت. با این وصف نمی توان نقش این نوع قراردادها را در بسط تجارت یک موضوع خاص در مناطق و کشورهای مختلف نادیده گرفت. افزایش چنین قراردادهایی در راستای اجرای دستورالعمل سازمان تجارت جهانی در توسعه جریان آزاد کالا و خدمات می باشد. متأسفانه در قانون ایران قانون خاصی که متضمن تمامی موارد مربوط به چنین قراردادهایی باشد به منصفه تصویب نرسیده است و صرفاً آیین نامه قانون ثبت علائم و اختراعات سال 1310 به عنوان تنها منبع مرتبط با این موضوع شناخته شده بود که نهایتاً در سال 1386 قانون ثبت اختراعات، طرح های صنعتی و علائم تجاری به تصویب رسید که این قانون هم صرفاً به اشاره ای از قراردادهای لیسانس علامت تجاری و لزوم ثبت آن بسنده کرده است و راجع به زوایای مختلف و مهم چنین قراردادهایی سخنی به میان نیاورده است. با این وصف این یک خلاء و شکاف قانونی بزرگ در سیستم حقوقی ایران مطرح می شود.

در حوزه قراردادهای لیسانس ، حقوق مالزی مانند حقوق ایران سابقه تقنینی به خود ندیده است و با توجه به افزایش روز افزون چنین قراردادهایی در مالزی به واسطه رشد اقتصادی آن ، عدم هماهنگی و مشکلات عدیده حقوقی و قراردادی حادث شده اند. عدم وضع قانون خاص که دربردارنده تمامی جوانب امر باشد موجب می گردد تا موضوع مهمی تحت عنوان علامت تجاری که عمدتاً برای شناساندن محصولات یا خدمات امتیاز دهنده به کار می رود، دستخوش نقیصه های قراردادی و سوء استفاده های مکرر و عدم آگاهی طرفین نسبت به حقوق و تعهدات خویش قرار گیرد.

در خصوص قراردادهای فرانچایز علامت تجاری وضعیت حقوقی کشور مالزی نسبت به ایران خیلی مناسب تر است. مالزی قانون فرانچایز را که متضمن مباحث مختلفی چون شرایط تکوین ، ماهیت، تعهدات طرفین ، آثار و انحلال چنین قراردادهایی می باشد را در سال 1998 تصویب نمود که هم اکنون در آن کشور ملاک عمل اشخاص متقاضی قرار می گیرد. با مطالعه و بررسی جایگاه چنین قانونی در جامعه مالزی این نتیجه عاید می گردد که با اجرای این قانون محمل و روزنه تقلب و کلاهبرداری و نقض تعهدات قراردادی تا حد قابل توجهی بسته شده است. این در حالیست که در ایران همانند موضوع لیسانس مقرر خاص و حرفه ای در این زمینه وجود ندارد با این تفاوت که نهاد قراردادهای لیسانس علامت تجاری در ایران نسبت به فرانچایز در موقعیت خوبی قرار دارد و نسبتاً شناخته شده تر می باشد. با جمیع اوصاف یاد شده بسیار مطلوب خواهد بود تا مقررات خاص و جامع در خصوص موضوعات یاد شده به تصویب برسند به نحوی که تمامی زوایای اجرایی چنین قراردادهایی با در نظر گرفتن عرف ها و رویه های بین المللی حاکم مشخص و پیش بینی گردند. مضافاً بسیار سودمند خواهد بود اگر دانشکده های حقوق در ایران مبادرت به برگزاری دوره های آموزشی ، سمینار و کنفرانس های ملی و بین المللی جهت شناساندن چنین نهادهای مهم حقوقی بر همگان نمایند.

منابع و مآخذ
منابع فارسی

- احسنی فروز ، محمد ، " قراردادهای انتقال تکنولوژی : ماهیت ، شرایط تشکیل و آثار " ، نشر دادگستر ، چاپ اول ، تهران ، 1390
- افشاری پور ، غلامرضا ، 1384، بررسی قراردادهای ليسانس بين المللی ، پایان نامه کارشناسی ارشد حقوق خصوصی، دانشگاه پردیس قم
- آقایی ، منوچهر (1368) . " قراردادهای انتقال فناوری " ، پژوهش در علم و صنعت ، سال ششم ، شماره 17
- السان ، مصطفی (1385) . " ابعاد حقوقی انتقال فناوری از طریق سرمایه گذاری خارجی " ، مجله پژوهش های حقوقی ، موسسه مطالعات و پژوهش های حقوقی شهر دانش ، شماره 9
- آیت اللهی ، مهناز ، " جنبه های حقوقی انتقال تکنولوژی " ، پایان نامه دوره کارشناسی ارشد دانشگاه شهید بهشتی ، به راهنمایی دکتر حمید رضا نیکبخت ، 1382
- ایرانپور ، فرهاد (1381) . " شناسایی و یا انکار اصل حاکمیت اراده در حقوق بین الملل خصوصی ایران " ، مجله دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه تهران ، شماره 58
- انوری، حسن، فرهنگ بزرگ سخن، انتشارات سخن، ج 1
- اسلامی ، میثم، بررسی تطبیقی تشکیل قراردادهای انتقال فناوری، دو فصلنامه تطبیقی دانشگاه مفید، سال 1396
- بابا پور ، محمد ، مقاله " تاریخچه فرانچایز ، فصلنامه حوزه ودانشگاه " ش 44 ، سال یازدهم ، پائیز 1384.

- باقر آبادی ، فرامرز ، " قراردادهای بین المللی فرانچایز و جایگاه این قراردادها در حقوق ایران " ، رساله دکترای حقوق خصوصی ، دانشکده حقوق دانشگاه تهران ، پردیس قم ، تیرماه 1389 .

بهرامی احمدی، حمید، کلیات عقود و قراردادها، چاپ دوم،

پورنوری، منصور ، حقوق مالکیت معنوی در دادگاه علامت تجاری و اختراعات

- جعفری لنگرودی، دکتر محمد جعفر ، " مبسوط در ترمینولوژی حقوق " در 5 مجلد ، تهران ، 1378 ، کتابخانه گنج دانش ، ج 1

- جعفری لنگرودی، دکتر محمد جعفر ، " فلسفه حقوق مدنی " در دو مجلد ، تهران ، 1380 ، کتابخانه گنج دانش ، ج 1

- حبیبی ، سعید و شاکری ، زهرا ، (1387) . " دکتربین استیفاء حق در نظام حقوقی مالکیت فکری " مجله دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه تهران ، ، دوره 38 شماره 2

حجتی اشرفی، غلامرضا، مجموعه کامل قوانین و مقررات محشای بازرگانی و تجاری

حکمت نیا ، محمود ، 1386، مبانی مالکیت فکری، قم ، پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی، چ1

- دهخدا، علی اکبر، 1377، لغت نامه دهخدا، تهران: انتشارات دانشگاه تهران، ج 13، چ 2

- رجیبی ، عیسی، نام و علامت تجاری : فرایند ثبت و حقوق ناشی از آن ، مجله پژوهش های حقوقی ، شماره 28، 1394

- زاهدی ، مهدی (1386) . اعمال و رویه های محدود کننده تجاری در قراردادهای انتقال فناوری " ، مجله پژوهش حقوق و سیاست ، دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه علامه طباطبایی ، سال نهم شماره 23

- شمس ، عبدالحمید ، " حقوق مالکیت بر علائم تجاری " ، انتشارات سمت ، چاپ اول ، تهران ، 1382
- شهیدی ، دکتر مهدی ، اصول قراردادهای و تعهدات ، چاپ اول ، نشر عصر حقوق ، 1379 .
- _ شعاریان، ابراهیم، شرحی بر کنوانسیون بیع بین المللی کالا،
- صابر ، محمد رضا (1386). " مطالعه تطبیقی ماهیت حقوقی قراردادهای بیع متقابل و جایگاه قانونی آن " ،
مجله حقوقی مرکز امور حقوقی بین المللی ریاست جمهوری ، شماره 37
- صابری ، روح اله ، " قراردادهای لیسانس " ، انتشارات شهر دانش ، چاپ اول ، تهران ، 1387 .
- صدر زاده افشار ، دکتر سید محسن ، " آئین دادرسی مدنی و بازرگانی " انتشارات ماجد ، تهران ، چاپ پنجم ،
1379
- صفری ، محسن و شهاب مشهدیان ، " بررسی ماهیت حقوقی قرارداد فرانچایز در حقوق ایران " فصلنامه حقوق
، مجله دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه تهران دوره 40 ، شماره 101 ، بهار 1389
- صفری ، محسن و شهاب مشهدیان ، " قرارداد بهره برداری از علامت تجاری (فرانچایز) " ، انتشارات جنگل ،
چاپ اول ، تهران ، 1398
- _ صفایی، سید حسین، قواعد عمومی قراردادها، ج2
- عزیزی مرادپور، حمید، نظام بین المللی حق اختراع با تاکید بر حقوق پدیدآورندگان نرم افزارهای رایانه ای
- عسگری مهرآبادی، اشکان و رهبری، ابراهیم، حق امتیاز به عنوان عوض در قراردادهای لیسانس اختراع، پژوهشنامه
دو فصلنامه حقوق خصوصی عدالت، سال سوم، شماره ششم

- کاتوزیان ، دکتر ناصر ، اموال و مالکیت ، حقوق مدنی (دوره مقدماتی) ، موسسه نشر یلدا ، چاپ اول - کاتوزیان ، دکتر ناصر ، " قانون مدنی در نظم کنونی " ، تهران ، 1377 ، نشر دادگستر
- کاتوزیان ، دکتر ناصر ، قواعد عمومی قراردادها ، حقوق مدنی ، شرکت سهامی انتشار ، چاپ چهارم ، 1376 ، ج 1 و 2 و 5

کلایو، ام اشمیتوف، ترجمه بهروز اخلاقی و همکاران ، جلد اول

کاپفر، ژان نوئل، مدیریت راهبردی نام تجاری

- گرجی ، دکتر ابوالقاسم ، مقالات حقوقی ، جلد دوم ، نشر موسسه انتشارات و چاپ دانشگاه تهران ، مهر ماه 1375.

میرحسینی ، حسن ، 1385، مقدمه ای بر حقوق مالکیت معنوی ، تهران : میزان ، چ 2

محمودی ، اصغر، ویژگی های حقوقی قرارداد مجوز بهره برداری از مالکیت صنعتی

نجات زادگان ، حمید ، قراردادهای فرانچایز، انتشارات مجد

- Battersby, Gregory J. Grimes, Charles W., license Agreement".New York, ASPEN publishing 2004
- Bitan , H., Droit et Expertise des contrats informatique, edition Lamy, francais , 2007
- Collin,P.H., Dictionary of law ,Bloomsbury publishing , England,2004
- Hesselink, W.Martjin, “ Commercial Agency,Franchise &Distribution Contracts “ ,10th Draft, Brussels,2005 (January). (Available at:)
- Dulian pollaud F. Droit de la propriete industriel , montehrestien, p.41
- Hesselink, W.Martjin, “ Commercial Agency,Franchise &Distribution Contracts “ (PEL CAFDC) “,OXFORD Univercity press,2006
- Justis, T. Robert &William Slater Vincent, “Streetwise Achieving Wealth Through Franchising “ , Adams Media, USA,2002.
- Hovenkamp, Herbert et al, IP and antitrust : An analysis of antitrust principles applied to intellectual property law, Aspen publishers online, USA, 2002,
- Pirkey, T. Louis,” The Franchise Trademark Handbook”, American Bar Association, USA,1994.
- Sanson, Michelle, essential international trade law, cavendish publishing, Sydney, Australia,2002.
- Halligan , Mark, intellectual property law, IICLE press, USA, 2008,
- Libecap, Gary D., Advances in the study of entrepreneurship, innovation and economic Growth, V. 15, Emerald Group Publishing, USA, 2004,
- Stim, Richard, patent, copyright and trademark, NOLO, publishing, ninth edition, USA, 2007.
- Stim , Richard, Licensing Your invention, Nolo, USA, 2004
- WIPO, Introduction to intellectual property:theory and practice, Geneva , Kluwer law international,1997.

- WIPO, international property Handbook: policy,law and use , WIPO publishing, Geneva,2004.
- Andewelt R.B., analysis of patent pools under the Antitrust law, Antitrust law Journal,1984,Vol.53.
- Benson S.E., the U.N code resterective practices: an international antitrust code is born,30 Am.U.L.Rev.1981
- Browman, W.,patents and antitrust law: A legal and economic appraisal, Chicago, university of Chicago press, 1973
- Chevigny P.G., the validity of grant back agreement under the antitrust law, Fordham L.Rev.Vol. 34, 1966
- Davies Isabel and Boltez Nick, trademark licenses and technology transfer block exemption, TMR (trademark report), Vol 94, 2004, available at:
- Jakhu, S. Gurmeet and Hamilton Pratt, IP Issues and Franchising, WIPO, Rome, 2009
- Lee Swee Seng, Licensing AND Franchising in Malaysia, 2020,
- Leland , Caryn R., Licensing Art and Design , Allworth communications, Inc., USA, 1995,
- Mendelson Martin, the Guid to Franchising, forward by Lord Elzar
- William Quinn P., Franchising, chapter 42, united states law of trade and investment,vol 5th
- Sherman, J.Andrew, franchising and licensing: two powerful way to grow your business in any economy
- Adler, Joseph, the fundamental Aspects of the Franchise Agreement, part 2

- Juustin, T.Robert and William slater Vincent, streetwise Achieving Wealth through Franchising, Adams Media, 2002
- Stienberg , paul and lescatre , Gerald , Beguiling Heresy: regulating Franchise Relationship, Penn state law Review, V.109 N1,2004,
- Mclean W.F., EEC-U. S View on reterective clauses, Les Nouvell.
- Mendes Philip, licensing and technology transfer in the pharamaceutical industry ,No.5.8 2008, available at: <http://www.wipo.int/index.html.en>
- Parpal J.M and sneeden E.M, standing of foreign governments to bring antitrust suits: congress respond to Pfizer V. India, Harward J. Leg, Vol.19.1982.
- .
- Stewart frances, technology and undevelopment ,second edition, London, Mac Milan press LTD, 1981
- Treitel G.H. an outline of the law of contract, tenth edition ,London, sweet and Maxwell, 1991.
- UNCTAD, periodic Report on politics, laws and regulations conducive to development, transfer and Acquisition of technology, UNCTAD,TD/B/C.6/111.
- Webster, new twentieth century dictionary: 2nd ,Edition , Simon and Schuster.1983.
- WIPO, Intellectual property material, WIPO publication, No. 476 and also: WIPO 2003.
- Mckendrick Ewen (contract law) Fifth edition, published by Palgrave Macmillan, 2003.
- Yung Jing , Dung, united states technology transfer policy toward china: post cold war objectives and strategies, available at: <http://www.heinonline.org/intlJ>.1996.

www.idiproject.com/docs/news/CFRworkshop.pdf.) (last visited on :

2011/3/14

- Schmidt Joanna , A new instrument of technology transfer, Houston journal of international law, Vo <http://www.Heinonline.org>
- Kurk paul, COCOM, limitation on the effectiveness of multilateral export controls, Wisconsin international law journal, 1983, available at:

<http://www.Heinonline.com>

<http://www.usvtc.org/trade/bta/survey.pdf>.

<http://www.USVtc.org/trade/bta/survey.pdf>.

<https://www.jstor.org/stable/1118403>

www.agc.gov.my/Akta/vol.2012/Act/20590.pdf.

<https://www.gfrlaw.com/what-we-do/insights/sole-license-and-exclusive-license-are-not-same>

http://www.myipo.gov.my/wp-content/uploads/2017/01/tmlawmanual_amend.pdf

http://franchiseguide.org/articles/franchises/page_8/About_franchise_Royalty_fees.html

www.idiproject.com/docs/news/CFRworkshop.pdf

<http://www.heinonline.org>

Abstract

Contracts containing trademark, which are concluded in the form of license and franchise agreements, today, due to their importance in the development of trade and services, has become the essence of attention of countries and commercial institutions. Defining a clear and comprehensive legal structure can be determined as a basic requirements of such agreements in order to uniformize the international regulations on the above-mentioned issues, which appear mainly in the international area. One of the most important subject in such contracts is intellectual property rights, especially trademarks. It is worth mentioning that the present dissertation deals with various aspects of franchise and licenses which examines them from different point of view. In this research, we used analytical-descriptive method and enjoyed from library resources, finally various issues related to license and franchises agreements .have been addressed in the legal system of Iran and Malaysia

Keywords: franchise agreement, license agreement, trademark, intellectual property



Faculty of Law and Political Science

Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the
Degree of
Master of Arts (MA) in law-Intellectual Property Rights

Legal aspect of franchise and License trademark Agreements in Iran and Malaysia
legal sysetems

Supervisor

Dr. Hamid Azizi Muradpour

Advisor

Dr. Meysam Eslami

By

Seyyed Masoud hashemi salehi

Nov 1401