

دیدگاه

شماره: ۲۲۸	موضوع: ضرورت تدوین قانون خاص فرانشیز در ایران و الزامات آن
تاریخ: ۱۳۹۵/۱۰/۰۶	

توضیح اجمالی:

یکی از راه های نوین سازی شبکه توزیع کالا در ایران، گسترش مدل تجاری فرانشیز است. فرانشیز نوعی قرارداد است که طی آن امکان استفاده از علامت تجاری به همراه مجموع یا بخشی از حقوق مالکیت فکری (حق نسخه برداری، دانش فنی، جزوات آموزشی، دستورالعمل ها و ...) برای مدت زمان مشخص را فراهم می آورد. مهم ترین مزایای این مدل شامل حاکمیت مدیریت یکپارچه، پیاده سازی استانداردهای فنی و مدیریتی واحد و امکان رصد و پایش دائمی فرآیندهای لازم جهت انجام امور تجاری است. به عنوان مثال در سال ۲۰۱۵ معادل ۱۰ درصد تولید ناخالص داخلی آمریکا از کسب و کارهای فرانشیزی حاصل گردیده است. علاوه بر این بیش از ۱۴ درصد از کسب و کارهای خصوصی (در کل حوزه ها) با مدل فرانشیز اداره و مدیریت می گردند. یکی از علل موفقیت این کشور در حوزه فرانشیز را می توان حاکمیت قانون خاص فرانشیز (جهت شفافیت فضای عمل بازیگران اقتصادی، رعایت حقوق رقابت، حفظ اخلاق اقتصادی، تنظیم دقیق روابط و رعایت حقوق همه طرف های قرارداد و...) دانست. برخی کشورهای در حال توسعه از جمله مالزی نیز قانون خاص فرانشیز دارند.

این در حالی است که ایران فاقد قانون خاص فرانشیز است. در قوانین ایران، تعریفی از قراردادهای مورد بحث حتی در قانون مدنی و قانون تجارت مشاهده نمی شود. قالب این قرارداد با هیچ یک از عقود معین مانند اجاره، صلح و وکالت (در قانون مدنی)، انطباق ندارد. تنها ظرفیت موجود «قانون ثبت اختراعات، طرح های صنعتی و علائم تجاری- مصوب سال ۱۳۸۶» است که در آن بدون توجه مستقیم به قرارداد فرانشیز و ارائه تعریفی از آن، امکان عقد چنین قراردادهایی در قالب صدور مجوز بهره برداری (تحت لیسانس) برای دارایی های فکری وجود دارد. همچنین، قوانین عام قابل تسری به این حوزه به ویژه قانون ثبت اختراعات دارای نقایص بیشماری می باشد، در همین ارتباط، می توان به ضعف هایی همچون عدم اشاره به مدل تجاری فرانشیز (و فقط تاکید بر موضوع حقوق مالکیت فکری که آن هم خاص همه توافقات عمودی می باشد) در قانون فوق اشاره کرد. به بیان دیگر، قانون ثبت اختراعات فقط به جنبه های مرتبط با حقوق مالکیت فکری اشخاص اشاره دارد و برای همین، این قانون در عمل (به دلیل عدم تبیین وظایف و حقوق طرفین) نمی تواند شامل همه جنبه های حقوقی قرارداد فرانشیز باشد. افزون بر این، فرانشیز در قانون مدنی و قانون تجارت نیز مورد توجه قانون گذار قرار نگرفته است. به گونه ای که در خوش بینانه ترین حالت ممکن می توان گفت قانون گذار (در قانون مدنی) فرانشیز را حداکثر به عنوان نمایندگی تجاری مورد توجه قرارداده است. در حالیکه، فرانشیز با نمایندگی (که عمدتاً مربوط به عرضه کالاهایی با برند مشخص بوده و درآمد نماینده از محل مابه التفاوت قیمت تولید و مصرف آن تامین می گردد) تفاوت ماهوی دارد.

علاوه بر این، در رابطه با محمل قانونی فرانشیز در ایران می توان گفت البته در آیین نامه اجرایی نحوه صدور و تمدید پروانه کسب (موضوع ماده ۱۲ قانون نظام صنفی کشور) برای اولین بار رد پای فرانشیز دیده شده است. بطور دقیق تر، در ماده (۶) آیین نامه مزبور به شرایط عمومی واحدهای صنفی تحت پوشش فرانشیز (از جمله داشتن پروانه کسب از اتحادیه ذی ربط، اجازه بهره برداری از علامت تجاری خارجی و ضرورت استعلامات لازم از مرکز امور اصناف و بازرگانان ایران) اشاره شده است. در حالی که می بایست به شرایط اختصاصی آنها با توجه به نوپا بودن این حوزه در ایران و همچنین الزامات فرانشیزهای داخلی و خارجی نیز پرداخته می شد.

موضوع دیگری که باید بدان پرداخته شود آنست که اگرچه در تدوین پیش نویس سند حمایت از فروشگاه های زنجیره ای (۱۳۹۵/۴/۲۴) موضوع تدوین قانون فرانشیز برای ایران (به عنوان یکی از مفاد پیش نویس فوق الذکر) مورد توجه واقع شده است، اما این پیش نویس در حوزه فرانشیز دارای نقایص زیادی همچون برخی تعاریف نامناسب از جمله در تعریف مدل فرانشیز و مترادف تلقی نمودن آن با نمایندگی تجاری و... می باشد. همچنین، باید توجه داشت اگرچه بصورت بالقوه امکان ثبت فرانشیز در ایران در مرکز امور اصناف وجود دارد، اما با توجه به تخصصی بودن این حوزه، دانش اندوخته کافی در این حوزه وجود ندارد.

نکات کلیدی:

مهمی نبودن فضای قانونی و محیط تجاری ایران، یکی از دلایل عدم ورود فرانشیزهای بزرگ به ایران است. پیشنهاد می شود به منظور شفافیت فضای عمل بازیگران در شبکه توزیع و مقابله با بروز مشکلات احتمالی میان طرفین قرارداد، تدوین قانون خاص و جامع فرانشیز برای ایران مورد توجه برنامه ریزان قرار گیرد. محتوای کلی قانون مذکور که بتواند در آینده نظام حقوقی حاکم بر قراردادهای فرانشیز را در ایران شکل بدهد، به شرح زیر معرفی می گردد:

- وظایف دهنده فرانشیز؛ وظایف گیرنده فرانشیز؛ مقررات مربوط به شفاف سازی روابط طرف های قرارداد؛ مقررات در حوزه نظارت و بازرسی؛

دیدگاه

رعایت اصول اخلاقی و منصفانه بودن روابط و مهمتر از آن تبیین نوع رابطه این قانون با دیگر قوانین حاکم در کشور. اهم این قوانین شامل قانون رقابت، قانون حمایت از حقوق مصرف کننده، حقوق تجارت، حقوق قراردادهای، حقوق ثبت و حقوق مالکیت فکری می باشند، زیرا عملکرد فرانسیز و مقررات حاکم بر آن می تواند موضوعات تحت شمول این قوانین را تحت تاثیر قرار دهد.

- برای نمونه در رابطه با قانون رقابت باید مشخص شود که مقررات رقابتی می بایست در چارچوب همان فصل نهم قانون اجرای سیاست های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی (تسهیل رقابت و منع انحصار) دیده شود یا این که موضوع رقابت منصفانه در فرانسیز به طور ویژه در قالب قانون فرانسیز منعکس شود.

- در رابطه با قانون حمایت از حقوق مصرف کننده باید گفت که یکی از اساسی ترین حقوق مصرف کننده حق برخورداری از اطلاعات است، در حالیکه در فرانسیز بخش زیادی از اطلاعات باید به صورت محرمانه حفظ شود. حفظ اسرار تجاری دهنده فرانسیز می تواند به این مهم (حق مصرف کننده) آسیب برساند. علاوه بر این، در سیستم فرانسیز معمولاً قیمت ها توسط دهنده فرانسیز پیشنهاد می شوند. در سیستم مزبور اگر برای قیمت ها سقف در نظر گرفته شود، حقوق رقابتی از طریق فروش کالا با قیمت های تهاجمی می تواند تضییع شود. از سوی دیگر، اگر برای قیمت ها کف گذاشته شود، ممکن است که حق مصرف کننده از طریق عدم امکان مقایسه قیمتی برای خرید و سپس انتخاب کالا، تضییع شود. در رابطه با حقوق قراردادهای می توان گفت مقرراتی که حاکم بر قرارداد فرانسیز می باشد، باید رابطه اش با قوانین مدنی کشور تبیین گردد. به این مفهوم که این مقوله بهتر است در چارچوب قوانین مدنی کشور دیده شود یا اینکه باید تحت پوشش قانون پیشنهادی جدید (فرانسیز) باشد، و اینکه در هر حال رابطه قراردادهای فرانسیز با مقررات عمومی حاکم بر قراردادهای در قانون مدنی کشور چیست.

- در رابطه با حقوق تجارت باید معلوم شود که فرانسیز در قالب نوع یا انواع خاصی از شرکت های تجاری تشکیل شود یا این که فرانسیز را می توان به افراد و اشخاص حقیقی نیز اعطا کرد. در مورد رابطه با حقوق ثبت نیز باید معلوم شود که می بایست فرانسیز در مراجع رسمی به ثبت برسد یا خیر؟

- در رابطه با حقوق مالکیت معنوی باید دید آیا بهتر آنست که محتوای دارای ارزش مالکیت فکری در قرارداد فرانسیز (و نقض آن) مانند نام و نشان تجاری با توجه به قانون ثبت اختراعات، طرح های صنعتی و علائم تجاری مورد توجه قرار گیرد و یا اینکه می بایستی در رابطه با این مهم، در قانون پیشنهادی فرانسیز به این موضوع به صورت خاص و در قالب یک بند جداگانه تصریح شود. این موضوع در رابطه با لزوم تعیین قلمرو جغرافیایی در قانون فرانسیز نیز صدق می نماید.

در نهایت خاطرنشان می سازد استفاده از قانون نمونه فرانسیز که توسط موسسه بین المللی یکسان سازی حقوق خصوصی (یونیدرو) تهیه گردیده است، می تواند الگوی مناسبی جهت تدوین قانون خاص فرانسیز برای ایران باشد.