

# FRANŠĪZE, TĀS TIESISKAIS REGULĒJUMS FRANCHISE, ITS LEGAL FRAMEWORK

**Kaspars Ločmelis**

Rezeknes Tehnoloģiju akadēmija, kasparslocmelis1@inbox.lv, Rēzekne, Latvija

Zinātniskais vadītājs: **Aldis Kaļva** Mg.iur. vieslektors

**Abstract.** *The publication is intended to reflect the problems of the franchise and its legal framework. The author analyzes court decisions in concluding what is involved in the conclusion of a franchise agreement, which results in a problem in defining the concept of a franchise. The thesis is that the 7th chapter of the Commercial Law needs to innovate in relation to the concept of franchising and other aspects. Finally, the conclusions are presented.*

**Keywords.** *Commercial Law, disclosure law, franchise*

## Ievads

Šajā rakstā tiek pētīta franšīze, tās tiesiskais regulējums. Veicot šo pētījumu, tika noskaidrotas problēmas, kas saistītas ar franšīzes tiesisko regulējumu. Ir svarīgi noteikt un pētīt šīs problēmas, jo ar tām ikdienā saskaras franšīzes līguma slēdzēji, slēdzot līgumu, kas piešķir franšīzesņēmējam tirdzniecības tiesības noteiktā vietā, izmantojot franšīzes devēja uzņēmējdarbības atšķirības zīmes.

Šo problēmu pētīšana konkrētajā brīdī ir ļoti aktuāla, jo, sakarā ar lielāko uzņēmumu attīstības tendencēm, tieši slēdzot franšīzes līgumu, šo līgumu galveno pamatprincipu pārkāpšana ir kļuvusi par ļoti viegli veicamu, un līdz ar to arvien biežāk tiek konstatēti dažādi līgumu pārkāpumi.

Franšīzes aktualitāti pierāda arī fakts, ka līdz 2002. gada 1. janvārim pamatnosacījumus, kas regulē franšīzes līguma slēgšanu regulēja Romas līguma 81. pants un Eiropas Ekonomiskās Kopienas regula NR. 4087/88. Tas apliecina to, ka jau tuvojoties 20. gadsimta sliekšnim bija nepieciešamība noregulēt franšīzes attīstību un ierobežot konkurenci.

Kā pētījuma mērķis tika noteikts franšīzes tiesiskā regulējuma izpēte, problēmu atklāšana, izanalizēšana un priekšlikumu, šo problēmu novēršanai, izteikšana. Ssavukārt kā pētījuma uzdevumi tika noteikti: 1) veikt franšīzes jēdziena izpēti; 2) noskaidrot un analizēt normatīvos aktus, kas regulē franšīzes galvenos pamatnoteikumus; 3) veikt franšīzi regulējošo tiesību normu analīzi un izpētīt tās uzbūves īpatnības; 4) izpētīt tiesu nolēmumus par franšīzi un veikt to analīzi;

Šajā rakstā tika izmantotas zinātniski pētnieciskās metodes: semantiskā metode, gramatiskā metode, sistemātiskā metode, analītiskā metode, vēsturiskā metode, teleoloģiskā metode, salīdzinošā metode.

## Franšīzes jēdziena izpratne

Saskaņā ar 2004.gada UNIDROIT Informācijas par franšīzi atklāšanas parauglikuma 2.pantu franšīze nozīmē tiesības, kuras franšīzes devējs piešķir franšīzesņēmējam par tiešu vai netiešu finansiālu atlīdzību nodarboties ar biznesu preču vai pakalpojumu pārdošanā franšīzesņēmēja vārdā, saskaņā ar franšīzes devēja izstrādāto sistēmu, kas iekļauj atbalstu, nosaka pamatkārtību, kādā jānodarbojas ar franšīzes biznesu, ieskaitot nozīmīgu un ilgstošu darba kontroli no franšīzes devēja puses, un ir neatņemami saistīta ar franšīzes devēja izstrādātās preču zīmes, pakalpojuma zīmes, zīmola izmantošanu (*Model Franchise Disclosure Law, 2000*). Saskaņā ar Komerclikumu šīs attiecības nodibina ar franšīzes līgumu. Franšīzes līgums ir tāds līgums, ar kuru komersants (franšīzes devējs) piešķir otram līdžējam (franšīzesņēmējam) tiesības izmantot preču zīmi, citas intelektuālā īpašuma tiesības, zinātību preču pārdošanā, izplatīšanā vai pakalpojumu sniegšanā atbilstoši franšīzes devēja izstrādātajai un pārbaudītajai sistēmai (franšīze), bet franšīzesņēmējs samaksā nolīgto atlīdzību.

Izpētot juridisko literatūru, autors konstatē, ka nepastāv viena konkrēta franšīzes definīcija. Tā, piemēram, ir atrodamā franšīzes definīcija, kurā franšīzesņēmējs, izmantojot

tam piešķirtās izņēmuma tiesības un balstoties uz franšīzes devēja norādījumiem, sniedz pakalpojumus (Pakalpojumu franšīze) (*Freimanis, 2014., 13.lpp.*), savukārt citā definīcijā franšīze ir definēta kā speciāla privilēģija, komercpilnvarojums, tiesība, ko valsts iestāde vai uzņēmums piešķir kā atļauju personai, lai tā būtu pilnvarota nodarboties ar kādu saimniecisku, ražošanas, sagādes, tirdzniecības pakalpojumu u.tml. darbību (*Jarkina, 2009., 14.lpp.*). Pēc autora domām, vienota franšīzes jēdziena definīcijas neesamība ir izskaidrojama ar to, ka katras valsts normatīvajos aktos, nevalstisko organizāciju dokumentos vai starptautisko tiesību instrumentos, ņemot vērā franšīzes vēsturiskās attīstības aspektus, regulējuma mērķi, valsts tiesiskā regulējuma specifiku, pastāv atšķirīga pieeja franšīzes definējumam un tā praktiskajai izmantošanai.

Autors piedāvā savu franšīzes definīciju: „Franšīze ir komercpilnvarojums starp kādu valsts iestādi vai uzņēmumu un franšīzes ņēmēju, kurā norāda apstākļus, kas ir jāievēro franšīzes ņēmējam sakarā ar nolīgto darbības sfēru.” Autors uzskata, ka šī definīcija izskaidro galveno franšīzes būtību, – to, ka franšīze ir attiecināma uz līgumiskajām attiecībām starp franšīzes devēju un franšīzes ņēmēju. Šī definīcija ir jāiekļauj Komerclikumā 7. nodaļā.

### **Komerclikuma 474.-478. pantu analīze**

Autors savā darbā veic Komerclikuma normu, kuras paredz noteikumus par franšīzes līgumu, analīzi. Dotajā brīdī Komerclikumā par franšīzes līgumu pamatnosacījumi ir iekļauti 7. nodaļā (*Komerclikums, 2000., 7. nod.*).

Komerclikuma 7. nodaļa aktuālā redakcija sastāv no sešiem pantiem (*Komerclikums, 2000., 474.-480. p.*). Šajos pantos ir iekļauta franšīzes līguma definīcija, franšīzes līguma forma, franšīzes devēja un ņēmēja pienākumi, līguma slēgšanas sekas, konkurences ierobežojums un konkurences tiesību piemērošana.

Komerclikuma 474. pantā paredzēts franšīzes līguma definējums t.i. franšīzes līgums ir tāds līgums, ar kuru komersants (franšīzes devējs) piešķir otram līdzējam (franšīzes ņēmējam) tiesības izmantot preču zīmi, citas intelektuālā īpašuma tiesības, zinātību preču pārdošanā, izplatīšanā vai pakalpojumu sniegšanā atbilstoši franšīzes devēja izstrādātajai un pārbaudītajai sistēmai (franšīze), bet franšīzes ņēmējs samaksā nolīgto atlīdzību. Kā arī būtisks ir Komerclikuma 475. pants, kas nosaka, ka franšīzes līguma forma ir rakstiska forma. Tādējādi likums prasa rakstisku formu kā franšīzes līguma būtisku sastāvdaļu. Rakstiska forma kā izņēmums no civiltiesībās pastāvošā formas brīvības principa ir piemērota franšīzes līgumam, jo tas ir sarežģīts ilgtermiņa līgums. Franšīzes līguma rakstiskā forma kalpo līguma satura pierādīšanai, un tai ir būtiska nozīme franšīzes ņēmēja brīdināšanā par līguma noslēgšanas sekām (*Balodis, 2009., 12.lpp.*).

Atsaucoties uz iepriekš minēto, ir secināms, ka Komerclikuma 474. un 475. pantā ir minētas Civillikuma 1404. pantā minētās tiesiskā darījuma sastāvdaļas, tikai Komerclikuma 474. un 475. pantā tās ir izskaidrotas padziļinātāk. Līdz ar to autors uzskata, ka netiek pilnvērtīgi sniegts franšīzes raksturojums. Pēc autora domām, Komerclikuma 7. nodaļa ir jāpaplašina ar autora izstrādāto franšīzes definīciju, kas minēta iepriekšējā nodaļā.

Franšīzes devēja un franšīzes ņēmēja pienākumi ir minēti Komerclikuma 476. un 477. pantos. Komerclikuma 476. pantā ir minēti pienākumi, kas ir jāizpilda franšīzes devējam pret franšīzes ņēmēju, kā arī ir pielīgts pienākums sniegt informāciju pirms franšīzes līguma slēgšanas un atbalsta pienākums līguma spēkā esamības laikā. Savukārt Komerclikuma 477. pants nosaka franšīzes ņēmēja pienākumus saistībā ar franšīzes izmantošanu līgumā noteiktajam mērķim, kā arī komercnoslēpuma neizpaušanu.

Lai varētu pilnvērtīgi konstatēt franšīzes ņēmēja pienākumus un problēmas, kas izriet no tām, autors analizēja Augstākās tiesas Civillietu tiesu palātas lēmumu par preču zīmju nelikumīgas izmantošanas pārtraukšanu un nemantiskā kaitējuma atlīdzības piedziņu.

Autors analizē Augstākās tiesas Civillietu tiesu palātas 2014. gada 6. maija spriedumu lietā Nr. C04528010, sakarā ar civillietu Nīderlandes uzņēmuma „Inter IKEA Systems B.V.”

prasībā pret sabiedrību ar ierobežotu atbildību „I-Home” par preču zīmju nelikumīgas izmantošanas pārtraukšanu un nemantiskā kaitējuma atlīdzības piedziņu.

Prasītājs šajā lietā norādīja, ka plaši pazīstamu preču zīmju īpašnieki nereti ļauj savu zīmi izmantot citiem uzņēmumiem, slēdzot licences vai franšīzes līgumus. Tādā veidā preču zīmes īpašnieks saņem procentus no uzņēmuma ienākumiem un atstāj sev tiesības kontrolēt zīmes izmantošanu un uzņēmuma darbību vispār, bet uzņēmums, kuram tiek dotas tiesības izmantot preču zīmi, neieguldot līdzekļus zīmes reklāmā, produktu popularizēšanā un citos mārketinga pasākumos, piedāvā patērētājiem jau zināmu produktu, tādējādi gūstot labumu no zīmes atpazīstamības tirgū. Prasītāja ieskatā atbildētāja guva labumu no nelikumīgas preču zīmes izmantošanas, nemaksājot neko par zīmes lietošanu, turklāt prasītājam nebija iespēju kontrolēt zīmes izmantošanu. Zīmes īpašnieks neguva ienākumus, ko varētu gūt, slēdzot licences vai franšīzes līgumu, kā arī zīme tika izmantota citādi, nekā to ir paredzējis zīmes īpašnieks, kā rezultātā ir nodarīts kaitējums zīmes reputācijai un ir vājināta zīmes atšķirtspēja. Turklāt tika maldināti patērētāji par pakalpojuma izcelsmi, kas nodara kaitējumu zīmes reputācijai. Preču zīmes reputācija saistīta ar augstu pakalpojumu servisa līmeni ar zemu cenu profilu, bet atbildētājas darbības šo reputāciju aptraipījušas.

Augstākās tiesas Civillietu palāta, izvērtējot lietas materiālus, apmierināja prasītāja prasību.

Līdz ar to autors secina, ka ir jānosaka stingrāks regulējums attiecībā uz preču zīmēm, kuras tiek izplatītas bez franšīzes līguma slēgšanas.

478. pantā ir minētas franšīzes līguma sekas. Viena no būtiskākajām panta daļām ir otrā daļa, kas paredz, ka līdzēji var vienpusēji atkāpties no franšīzes līguma, ja saistību izpilde kļuvusi pārmērīgi apgrūtināsa sakarā ar objektīvu apstākļu izmaiņām vai ja pirms franšīzes līguma noslēgšanas līdzējs ir sniedzis nepatiesas ziņas par apstākļiem, kuriem ir būtiska nozīme, slēdzot franšīzes līgumu. Autors šeit saskata pretrunas ar Civillikuma 1587. pantu, kas paredz, ka tiesīgi noslēgts līgums uzliek līdzējam pienākumu izpildīt apsoltīto, un ne darījuma sevišķais smagums, ne arī vēlāk radušās izpildīšanas grūtības nedod vienai pusei tiesību atkāpties no līguma, kaut arī atlīdzinot otram zaudējumus (*pacta sunt servanda*). Šīs normu kolīzijas rezultātā tiek piedāvāts risinājums noteikt, ka pusei ir tiesības vērsties tiesā, ja tā vēlas izbeigt franšīzes līgumu objektīvu apstākļu dēļ, un tad tiesa izanalizē, vai patiešām pastāv šie objektīvie apstākļi, kas apgrūtinā izpildīt franšīzes līgumu, un ja tos konstatē, tad šo līgumu pārtrauc.

### Secinājumi un priekšlikumi

Autors konstatē, ka nepastāv viena konkrēta franšīzes definīcija. To ir nepieciešams noregulēt ieviešot autora piedāvāto definīciju: „Franšīze ir komercpilsonvarojums starp kādu valsts iestādi vai uzņēmumu un franšīzes ņēmēju, kurā norāda apstākļus, kas ir jāievēro franšīzes ņēmējam sakarā ar nolīgto darbības sfēru.” Komerclikumā tam ir nepieciešams regulējums, jo Komerclikuma 474. pantā ir dota franšīzes līguma definīcija.

Autors arī uzskata, ka atkāpe no Civillikuma 1587. panta nav pieļaujama franšīzes līguma slēgšanas gadījumā. *Pacta sunt servanda* ir vispārīgais princips, kas attiecas uz līgumiem, taču Komerclikumā 478.pantā ir atrunāta vienpusēja atkāpšanās no saistību izpildes. Pēc autora domām, ir nepieciešams aizstāt vienpusējo atkāpšanos ar tiesas lēmumu, kur tiesa lemj par objektīvajiem apstākļiem un ja šādi apstākļi atklājas tad līgumsaistības tiek pārtrauktas.

#### Izmantotā literatūra un avoti

1. *Civillikums* (28.01.1937.). LR likums ar groz. līdz 29.10.2015. <https://likumi.lv/doc.php?id=225418>, sk. 01.05.2018.
2. *Komerclikums* (13.04.2000.). LR likums ar groz. līdz 15.06.2017. <https://likumi.lv/doc.php?id=5490>, sk. 01.05.2018.
3. *Model Franchise Disclosure Law* (30.09.2000). The International Institute for the Unification of Private Law (*UNIDROIT*). Last Updated: 30.09.2013. Retrieved 01.04.2018. from <https://www.unidroit.org/instruments/franchising/model-law>

4. Balodis, K. (2014.) *Franšīzes tiesiskais regulējums Latvijā*. [http://franchisehub.eu/sites/franchisehub.eu/files/upload/2014-11-11\\_VARUL\\_EN.pdf](http://franchisehub.eu/sites/franchisehub.eu/files/upload/2014-11-11_VARUL_EN.pdf), sk. 01.05.2018.
5. Balodis, K. (26.05.2009.). Jaunais komercdarījumu regulējums un tā piemērošana. *Jurista Vārds*, Nr. 21(574), 1. – 13. lpp.
6. Freimanis, K. (2014.) *Franšīzes tiesiskais regulējums Latvijā*. [http://franchisehub.eu/sites/franchisehub.eu/files/upload/2014-11-11\\_VARUL\\_EN.pdf](http://franchisehub.eu/sites/franchisehub.eu/files/upload/2014-11-11_VARUL_EN.pdf), 01.05.2018.
7. Jarkina, V. (2009). *Franšīze teorijā un praksē*. Rīga: Latvijas Vēstnesis. 216.lpp.
8. Jarkina, V. (2014.). *Franšīzes praktiskie un juridiskie aspekti*. [http://www.liaa.gov.lv/files/liaa/attachments/2\\_presentation\\_franchise\\_2014-02-20\\_0.pdf](http://www.liaa.gov.lv/files/liaa/attachments/2_presentation_franchise_2014-02-20_0.pdf), sk. 01.05.2018.
9. Latvijas Universitāte (2004.) *Franšīze – biznesa modelis, tās būtība un perspektīvas*. [home.lu.lv/~ludarbi/marketing/tir\\_ref\\_tiesa\\_tirgvediba\\_fransize.doc](http://home.lu.lv/~ludarbi/marketing/tir_ref_tiesa_tirgvediba_fransize.doc), sk. 01.05.2018.
10. Latvijas Republikas Augstākās tiesas Civillietu palātas 2014. gada 6. maija spriedums lietā Nr. C04528010.

### **Summary**

This publication used a study on the legal framework for franchising. Since the purpose of the publication was to discover and analyze the problem with the franchise legal framework. The target was achieved. Analyzing Section 7 of the Commercial Law, which sets out the basic conditions for the conclusion of a franchise agreement, there are weaknesses regarding the definition of franchising and other aspects. Upon analysis of the publication, it is possible to judge that the thesis that Paragraph 7 of the Commercial Law needs to innovate in terms of the concept of franchising and other aspects - is confirmed. This is evidenced by the fact that the study finds that, when it comes to both court rulings and legal literature, there is no single definition of a common denominator for a franchise, the author believes that certain amendments should be introduced in Chapter 7 of the Commercial Law.