

## **საქონლის ხარისხის კონტროლი და პასუხისმგებლობის განაწილება ფრენშიაიზინგის ხელშეკრულებაში**

ფრენშიაიზინგის მიმცემის მიერ კონტროლის განხორციელება ფრენშიაიზინგის მიმღების მიერ ფრენშიაიზინგის სისტემის გამოყენებაზე, მეტისმეტად მნიშვნელოვანია საწარმოს სათანადოდ მუშაობისა და ფრენშიაიზინგის მიმცემის ინტელექტუალურ საკუთრებაზე უფლებების, კერძოდ, მისი განმასხვავებელი ნიშნების დაცვის უზრუნველყოფისთვის. ასეთი კონტროლი აუცილებელია, რადგან ფრენშიაიზინგის ხელშეკრულების მოქმედებისას ფრენშიაიზინგის მიმცემი საზოგადოების თვალში პირდაპირ ასოცირდება ფრენშიაიზინგის მიმღებთან. ამგვარად, ფრენშიაიზინგის მიმცემის განმასხვავებელი ნიშნების რეპუტაციითა და “გუდვილის” შენარჩუნებით ორივე მხარეა დაინტერესებული. რაც შეეხება ფრენშიაიზინგის მიმღების მიერ წარმოებული საქონლისა და გაწეული მომსახურების ხარისხის კონტროლს, ფრენშიაიზინგის მიმცემი, ჩვეულებრივ, მოითხოვს ინსტრუქციასა და რეკომენდაციას დაცვას, რომელსაც შეიცავს საექსპლუატაციო სახელმძღვანელო, აგრეთვე, ინსპექციის განხორციელების უფლებას, რომელიც ეხება ფრენშიაიზინგის მიმღების საწარმოს საქმიანობას და საჭირო ნედლეულისა და მასალების შეკვეთებს უშუალოდ მასთან, ან სხვა ადგილას, მაგრამ მისი რეკომენდაციით ან მოწონებით.

ფრენშიაიზინგის მიმღები ვალდებულია უზრუნველყოს საქონლის ან მომსახურების ხარისხის დონე, ისე როგორც, ამას მოითხოვს ფრენშიაიზინგის მიმცემი. ეს კი თავის მხრივ, შეიძლება გამოიხატოს ფრენშიაიზინგის მიმღებისთვის კონტრაქტების შეზღუდვით. მაგალითად, სწრაფი კვების ობიექტებში მათთვის საკვები პროდუქტების მომწოდებელი კომპანიების ზუსტი განსაზღვრით, თუნდაც ისინი, სხვებთან შედარებით, უფრო მაღალ ფასად აწვდიდნენ საჭირო ნედლეულს ან პროდუქტს [38].

თუ შესრულების ხარისხი დაწვრილებით არ არის განსაზღვრული ხელშეკრულებაში, მაშინ ფრენშიაიზინგის მიმღებს შეუძლია შეასრულოს, სულ ცოტა, საშუალო ხარისხის სამუშაო, თუმცა ამან შეიძლება გამოიწვიოს ფრენშიაიზინგის მიმცემის რეპუტაციის შელახვა. ზოგიერთ შემთხვევაში ფრენშიაიზინგის ხელშეკრულებაში შეიძლება ჩადებული იყოს პირობა იმისა, რომ ფრენშიაიზინგის მიმღებს უფლება ჰქონდეს მიიღოს ინფორმაცია ფრენშიაიზინგის მიმცემის მოგების შესახებ.

ფრენშიაიზინგის ხელშეკრულებით შეიძლება გათვალისწინებული იქნეს ფრენშიაიზინგის მიმღების მიერ საქონლის გასაღებასთან დაკავშირებული შეზღუდვის პირობა, რომლის მიხედვითაც მას უფლება აქვს მხოლოდ იმ საქონლის გასაღებისა და მომსახურების გაწევისა, რომელიც შეთანხმებულია ფრენშიაიზინგის მიმცემთან ან თუ ისინი არ წარმოადგენენ კონკურენტულ საქონელსა და მომსახურებას. წინააღმდეგ შემთხვევაში შეიძლება მოხდეს ფრენშიაიზინგის მიმცემის სახელის შელახვა. სწორედ ამის თავიდან აცილების მიზნითაა განკუთვნილი აღნიშნული პირობა. ფრენშიაიზინგის მიმღების მიერ ფრენშიაიზინგის მიმცემთან შეუთანხმებელი, არაკონკურენტული საქონლის გასაღება ფრენშიაიზინგის “იტალიური ვარიანტითაა” ცნობილი, რადგან იგი პირველად იტალიაში იქნა გამოცდილი [35].

ამკარაა, რომ ფრენშიაიზინგის მიმცემს სრული უფლება აქვს მოითხოვოს ფრენშიაიზინგის მიმღების საწარმოში წარმოებული პროდუქციის ხარისხის კონტროლი ფრენშიაიზინგის სისტემის ორივე მხარის ინტერესების დასაცავად. მიუხედავად ამისა, საჭიროა დავრწმუნდეთ, რომ ასეთი მოთხოვნა არ არღვევს ეროვნულ კანონმდებლობას კონკურენციის შესახებ. მეორეს მხრივ, ეროვნული კანონი სასაქონლო ნიშნების შესახებ ხშირად მოითხოვს ლიცენზიარისაგან მისი ლიცენზირებული სასაქონლო ნიშნების გამოყენების კონტროლს სალიცენზიო კონტრაქტების ძალაში შენარჩუნების მიზნით. იმის გამო, რომ ფრენშიაიზინგის ხელშეკრულება, როგორც წესი, შეიცავს სასაქონლო და

სხვა განმასხვავებელ ნიშნებზე უფლებების ლიცენზირებას, ასეთი კონტროლის განხორციელების მოთხოვნა მხედველობაში უნდა იქნეს მიღებული.

ფრენშიაინგის ხელშეკრულებაში გათვალისწინებულია, რომ ფრენშიაინგის მიმღებმა უნდა დაიცვას ფრენშიაინგის მიმცემის რეკომენდაციები, რომელიც ეხება საწარმოს საქმიანობის ორგანიზებას, განსაკუთრებით კი საექსპლუატაციო სახელმძღვანელოში დაფიქსირებულ რეკომენდაციებს. ფრენშიაინგის მიმღები ვალდებულია დანერგოს ყველა ცვლილება, გაუმჯობესება-სრულყოფა ან სიახლე, რომელიც შეტანილია საექსპლუატაციო სახელმძღვანელოში. იმისათვის, რომ ფრენშიაინგის მიმცემს მიეცეს შესაძლებლობა, დარწმუნდეს, რომ მისი მოთხოვნები სრულდება, ფრენშიაინგის ხელშეკრულება უზრუნველყოფს ფრენშიაინგის მიმცემის უფლებას, განახორციელოს საწარმოს პერიოდული საინსპექციო შემოწმება. შეიძლება გათვალისწინებული იყოს ფრენშიაინგის მიმცემის უფლებაც, ჩაატაროს ფრენშიაინგის საწარმოს თანამშრომელთა და კლიენტების გამოკითხვა.

როგორც უკვე აღინიშნა, ფრენშიაინგის მიმცემი დიდად არის დაინტერესებული იმით, რომ ფრენშიაინგის მიმღების საწარმოს საბოლოო პროდუქცია პასუხობდეს მის მიერ დადგენილი ხარისხის მინიმალურ სტანდარტებს. საბოლოო პროდუქციის ხარისხის კონტროლის უზრუნველყოფის ერთ-ერთ საშუალებას წარმოადგენს კონტროლის დაწესება ნედლეულის ხარისხზე [37, 56].

უნდა აღინიშნოს, რომ ასეთი დებულებები შეიძლება ეწინააღმდეგებოდეს ადგილობრივ ან რეგიონულ კანონმდებლობას, რომელიც იცავს კონკურენციის თავისუფლებას. ზოგ ქვეყანაში ან რეგიონში ეს პრობლემა გადაიჭრება ფრენშიაინგის ხელშეკრულების ტექსტში ასეთ მოთხოვნათა შეტანის ნებართვის გზით მხოლოდ იმ შემთხვევაში, თუ ეს საჭიროა ფრენშიაინგის მიმცემის ინტელექტუალური საკუთრების უფლებათა დასაცავად ან ფრენშიაინგის სისტემის რეპუტაციის შესანარჩუნებლად. უფრო მეტიც, კანონები კონკურენციის შესახებ ზოგჯერ ითვალისწინებს, რომ ასეთი შეზღუდვები გამოიყენება მხოლოდ მაშინ, როდესაც შეუძლებელია ნედლეულის ობიექტური ხარისხობრივი მახასიათებლების დადგენა, რაც საშუალებას მისცემდა ფრენშიაინგის მიმღებს შეეძინა ნედლეული ნებისმიერი პირისაგან ამ მახასიათებლების დაცვის პირობით.

ფრენშიაინგის ხელშეკრულებით ფრენშიაინგის მიმღებს შეიძლება მოეთხოვოს, არ გაყიდოს სხვა საქონელი, გარდა იმისა, რომელიც მოიწონა ფრენშიაინგის მიმცემმა. ფრენშიაინგის მიმცემი დაინტერესებულია იმით, რომ არ დაუშვას ფრენშიაინგის მიმღების მიერ რაიმე სახის საქონლის გაყიდვა, რომელსაც, მისი აზრით, ექნება უარყოფითი გავლენა ფრენშიაინგის სისტემაზე, ან გაუწევს კონკურენციას მის საკუთარ საქონელს [40, 23].

მართალია, ასეთი შეზღუდვა შეიძლება გახდეს ეროვნულ ან რეგიონალურ კანონმდებლობასთან კონფლიქტის მიზეზი, მაგრამ, ხშირ შემთხვევაში, ეს გონივრულია, თუ მწარმოებლის მიერ საქონლის ასეთ გაყიდვას ან მის მიერ მომსახურების გაწევას შეუძლია გაუწიოს კონკურენცია საქონელს, რომელსაც აწარმოებს თვით ფრენშიაინგის მიმცემი, და არ დაუშვას, რომ რაიმე გაუთვალისწინებელმა და კონტროლს მიღმა არსებულმა ფაქტორმა უარყოფითად იმოქმედოს ფრენშიაინგის სისტემის რეპუტაციაზე, ან დამატებითი პასუხისმგებლობა დააკისროს ფრენშიაინგის მიმცემს.

**ფრენშიაინგის მხარეთა პასუხისმგებლობის საკითხი**, განსაკუთრებით საქონლისა და მომსახურების ხარისხთან დაკავშირებით, საქართველოს სამოქალაქო კოდექსში ნაკლებადაა რეგულირებული, ამიტომ სასურველი იქნებოდა აღნიშნული საკითხის მარეგულირებელი ნორმების დეტალურად გათვალისწინება ან დამატებით ცალკე კანონის მიღება. *საქართველოს სამოქალაქო კოდექსის 614-ე მუხლი, რომლის თანახმად “ფრენშიაინგის მიმცემი პასუხს აგებს ფრენშიაინგის სისტემით გათვალისწინებული უფლებებისა და ინფორმაციისთვის. თუ იგი ბრალეულად არღვევს სახელშეკრულებო ვალდებულებას, ფრენშიაინგის მიმღები უფლებამოსილია*

*შეამციროს საზღაური. შემცირების ოდენობა საბოლოოდ უნდა განისაზღვროს დამოუკიდებელი ექსპერტის დასკვნით, რომლის ხარჯებიც ეკისრებათ მხარეებს*”. ფრენშაიზის მიმცემი პასუხისმგებელია ფრენშაიზინგის სისტემით გათვალისწინებული უფლებების პირნათლად შესრულებასა და ინფორმაციის ნამდვილობაზე. ბრალეულობა შეიძლება წარმოიშვას სხვადასხვა შემთხვევაში, მაგალითად, როცა ფრენშაიზის მიმცემის საქმიანობა ყოველგვარი დასაბუთებისა და ახსნა-განმარტების გარეშე არ პასუხობს ხელშეკრულებით გათვალისწინებულ გრძელვადიან ვალდებულებით ურთიერთობას. აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ სახელშეკრულებო უფლების დარღვევად უნდა ჩაითვალოს არსებითი, სერიოზული დარღვევები. არსებითია ხელშეკრულების ის პირობები, რომლებზედაც ერთ-ერთი მხარის მოთხოვნით მიღწეულ იქნა შეთანხმება, ან თუ ასეთად მიიჩნევა კანონი. ანალოგიურად ხდება იმ შემთხვევაშიც, როდესაც დარღვევას ადგილი აქვს ფრენშაიზის მიმღების მხრიდან [41, 41-43]. თუმცა, ერთი რამ ცხადია: სახელშეკრულებო პირობათა დარღვევა შეიძლება მოხდეს არ მარტო ფრენშაიზის მიმცემის, არამედ ფრენშაიზის მიმღების მხრიდანაც, რაც არანაკლებ მნიშვნელოვანია, უფრო მეტიც, იგი ხშირად მეტად თავისებური და სპეციფიკურია, ვიდრე ფრენშაიზის მიმცემის ვალდებულებები, რის გამოც მიმღების პასუხისმგებლობის საკითხი ყოველთვის ანალოგიის პრინციპით ვერ გადაწყდება, ამიტომ, აღნიშნული საკითხი მოითხოვს დეტალურ სამართლებრივ რეგულირებას უშუალოდ საქართველოს სამაქალაქო კოდექსით და ან სულაც ცალკე კანონით.

არსებით დარღვევად შეიძლება ჩაითვალოს ფრენშაიზის მიმღების მიერ ხელშეკრულების შეუსრულებლობა, მაგალითად, გადაცემული ინფორმაციის კონფიდენციალურობის დარღვევა, გადასახადების გადაუხდელობა, ფრენშაიზის მიმცემთან შეთანხმებული ხარისხის სტანდარტების დაუცველობა, საქონლის შეთანხმებული რაოდენობის გაუსაღებლობა, ანდა, შეგნებულად არასწორი ინფორმაციის მიწოდება, როდესაც ფრენშაიზის მიმცემი მოქმედებს არაკეთილსინდისიერად და მისთვის ხელსაყრელი პირობებით ხელშეკრულების დადების მიზნით შეცდომაში შეჰყავს კონტრაქტის ფრენშაიზინგის სისტემის თაობაზე. არასწორი ინფორმაციის მიწოდება შემდგომში შეიძლება გახდეს ფრენშაიზინგის ხელშეკრულების მოშლის საფუძველი და ფრენშაიზის მიმცემს შეიძლება დაეკისროს ზიანის ანაზღაურების ვალდებულება.

ფრენშაიზინგის ხელშეკრულება შეიძლება შეიცავდეს “არსებითი დარღვევის” განსაზღვრებას. მაგალითად, ნებისმიერი მოქმედება, რომელსაც მივყავართ ფრენშაიზის მიმცემის სასაქონლო ნიშნის გაუქმებამდე, ან ფრენშაიზის მიმცემის მიერ მისი მიმღებისათვის დაბალი ხარისხის პროდუქციის მიწოდება, როდესაც პროდუქციის მაღალი ხარისხი პრინციპულად მნიშვნელოვანი პირობაა ფრენშაიზის მიმცემის მუშაობისთვის, შეიძლება შეფასდეს, როგორც არსებითი დარღვევა და გახდეს ხელშეკრულების მოქმედების შეწყვეტის საფუძველი [42, 57]. ფრენშაიზის მიმცემის მხრივ ხელშეკრულების დარღვევა შეიძლება გაუტოლდეს არსებით დარღვევას, მაგრამ შეიძლება მისი გამოსწორებაც. ასეთი შემთხვევებისათვის ხელშეკრულება, როგორც წესი, ითვალისწინებს, რომ ფრენშაიზის მიმცემს უნდა მოეთხოვოს და მიეცეს შესაძლებლობა – განახორციელოს საჭირო ღონისძიებები დარღვევის გამოსასწორებლად გარკვეული ვადის განმავლობაში (მაგალითად, 30 დღის), ვიდრე ფრენშაიზის მიმღები შეძლებს ხელშეკრულების მოქმედების შეწყვეტას.

მაგრამ ყველაზე მეტად საგულისხმოა, რომ ჩვენი კანონმდებლობით არ არის გათვალისწინებული მომხმარებელთა უფლებების დარღვევისას რომელი მხარე, როგორ და რა ფორმით აგებს პასუხს. მაგალითად, მიღებულია, რომ ზოგადად, ფრენშაიზის მიმცემი და ფრენშაიზის მიმღები ინაწილებენ კომპენსაციებს ურთიერთშეთანხმებული წესითა და ოდენობით და სოლიდარულად აგებენ პასუხს, თუმცა, აქაც მთელი რიგი ფაქტორები უნდა იქნეს გათვალისწინებული.

კომპენსაციათა ვალდებულების გადანაწილებას იზიარებს აშშ-ისა და ევროპის უმრავლესი ქვეყნების სამაქალაქო კანონმდებლობები, თუმცა აღნიშნული საკითხი წესრიგდება დისპოზიციურობის პრინციპებზე დაყრდნობით და შესაძლოა მხარეთა შეთანხმებით ცალკეულ შემთხვევებში აღნიშნული საკითხი განსხვავებულად დარეგულირდეს. ჩვენ მიზანშეწონილად

მიგვაჩნია, არ დაეკისროს პასუხისმგებლობა ფრენშიაიზის მიმღებს იმ შემთხვევაში, თუკი ზიანი დადგა ფრენშიაიზის მიმცემის მიერ წარმოებული და ფრენშიაიზის მიმღებისთვის მზა სახით მიწოდებული პროდუქციის გასაღების შედეგად (სასაქონლო ფრენშიაიზინგი), თუ, რა თქმა უნდა, ფრენშიაიზის მიმღების მიერ არ იყო დარღვეული პროდუქციის შენახვის პირობები. თუმცა ფრენშიაიზული ურთიერთობები მხოლოდ ასეთი მარტივი სქემით რომ ხორციელდებოდა, საკითხი ადვილად რეგულირებადი იქნებოდა. მაგრამ ფრენშიაიზული ურთიერთობის მხარეთა ურთიერთობები მრავალგვარია, იმისდა მიხედვით, თუ როგორი სახის ფრენშიაიზინგთან გვაქვს საქმე, და შესაბამისად, თითოეული შემთხვევაში განსხვავებულია როგორც ზიანის მიყენების წყარო, ისე კომპენსაციის ვალდებულებათა გადანაწილების პრინციპები.

ფრენშიაიზინგის ხელშეკრულება ითვალისწინებს, რომ გადაცემული განსაკუთრებული უფლებები, როგორც წესი, გამოყენებულ უნდა იქნეს საქონლის გასაღების, მომსახურების გაწევისა თუ სამუშაოს შესრულების გაფართოებაში. ამ საქონლის (სამუშაოს, მომსახურების) წარმოება ფრენშიაიზის მიმღების მხრიდან არ უნდა იყოს იმაზე დაბალი, ვიდრე ფრენშიაიზის მიმცემისა. ეს უკანასკნელი კი თავის მხრივ, უფლებამოსილი და ვალდებულია, აკონტროლოს აღნიშნული საქონლის (სამუშაოს, მომსახურების) ხარისხი, თუ ხელშეკრულებით სხვა რამ არ არის გათვალისწინებული, რაზეც ზემოთ გვქონდა საუბარი. ასეთ პირობებში ლოგიკურია ფრენშიაიზის მიმცემის განსაკუთრებული პასუხისმგებლობის დაწესება მესამე პირთა წინაშე საქონლის (სამუშაოს, მომსახურების) არასათანადო ხარისხისათვის. ასეთი პასუხისმგებლობა კი, როგორც უკვე ზემოთ აღვნიშნეთ, შეიძლება იყოს როგორც სუბსიდიური, ისე სოლიდარული, კერძოდ, ფრენშიაიზის მიმცემი სუბსიდიურად აგებს პასუხს, თუ პრეტენზია წაყენება ფრენშიაიზის მიმღებს, როგორც ფრენშიაიზინგის ხელშეკრულების საფუძველზე საქონლის მხოლოდ გამსაღებელს (სამუშაოს შემსრულებელს, მომსახურების გამწვევს), მაგრამ თუ პრეტენზია წაყენება ფრენშიაიზის მიმღებს, როგორც ფრენშიაიზის მიმცემის პროდუქციის (საქონლის) მწარმოებელს, ეს უკანასკნელი სოლიდარულად აგებს პასუხს ფრენშიაიზის მიმღებთან ერთად [36, 648].

ფრენშიაიზის მიმცემი პასუხს აგებს იმისდა მიუხედავად, საქონლის გაყიდვა ხდება მომხმარებელზე თუ სამოქალაქო ბრუნვის სხვა მონაწილეებზე. ფრენშიაიზინგის მიმცემის პასუხისმგებლობის საკითხი დგება მხოლოდ ხარისხის შეუსაბამობისას (მაგრამ არა რაოდენობის, ასორტიმენტის, კომპლექტაციის, ვადებისა და ხელშეკრულების სხვა პირობებისა).

როგორც წესი, ფრენშიაიზინგის ხელშეკრულებისას უხარისხო პროდუქციით მიყენებული ზიანისთვის, (ფრენშიაიზის მიმღების მომხმარებელთან ურთიერთობისას) ორივე მხარე აგებს პასუხს და ინაწილებს კომპენსაციებს (მაკენტოში, კოლესნიკოვი) [38, 105], თუმცა, პასუხისმგებლობის გადანაწილების წესი, თავის მხრივ, შეიძლება შეიცვალოს ყოველი კონკრეტული შემთხვევის გათვალისწინებით. ამიტომ, ჩვენის აზრით, შეიძლება ჩამოვყალიბოთ პასუხისმგებლობის ახალი, ერთიანი და უნივერსალური მოდელი, რომელიც შემდეგნაირად გამოიყურება:

- ✓ თუ პრეტენზია წაყენება ფრენშიაიზის მიმცემის მიერ დამზადებულ და მიწოდებულ საქონელს, ზიანის მოყენების შემთხვევაში იგი სუბსიდიურად აგებს პასუხს, ხოლო თუ საქონელი დამზადებულია ფრენშიაიზის მიმღების მიერ, მაშინ ზიანის დადგომისას, ორივე მხარე სოლიდარულად აგებს პასუხს.
- ✓ თუკი აღნიშნული საქონელი დამზადებულია ფრენშიაიზის მიმღების მიერ, მაგრამ ფრენშიაიზის მიმცემის უშუალო რეკომენდაციებითა და კონტროლით, რამაც ზიანი გამოიწვია, პასუხისმგებლობა უნდა დავაკისროთ ფრენშიაიზის მიმცემს სუბსიდიურად.
- ✓ თუ საქონელი მიწოდებულია ფრენშიაიზის მიმცემის მიერ და ფრენშიაიზის მიმღები მას მხოლოდ ასაღებს, მაგრამ დაირღვა მიმღების მიერ მისი შენახვისა და ექსპლუატაციის პირობები, რის გამოც მომხმარებელს მიადგა ზიანი, მაშინ პასუხისმგებლობა, უდავოდ, უნდა დავაკისროთ ფრენშიაიზის მიმღებს.
- ✓ რაც შეეხება მომსახურების სფეროს, აქ ფრენშიაიზის მიმღების მონაწილეობა ფრენშიაიზულ

სისტემაში გაცილებით დიდია, ხოლო ფრენშაიზის მიმცემისა – მნიშვნელოვნად მცირე, ამიტომ მიგვაჩნია, რომ ფრენშაიზის მიმღებმა სუბსიდიურად უნდა აგოს პასუხი.

ზოგადად მისაღებია შეხედულება, რომ თუ ზიანი დადგა ფრენშაიზის მიმცემის უშუალო კონტროლის შედეგად განხორციელებული საქმიანობით, რომლის დროსაც ფრენშაიზის მიმღებმა არ გაითვალისწინა მისი რეკომენდაციები, სამართლიანად მიგვაჩნია, პასუხისმგებლობა დავაკისროთ მხოლოდ ფრენშაიზის მიმღებს.

#### გამოყენებული ლიტერატურა:

1. საქართველოს კონსტიტუცია. 1995.
2. საქართველოს სამოქალაქო კოდექსი. 1997.
3. საქართველოს საგადასახდო კოდექსი. 1998.
4. საქართველოს კანონი მეწარმეთა შესახებ. 1993.
5. საქართველოს კანონი მომხმარებელთა უფლებების დაცვის შესახებ. 20.03.1996.
6. კანონი სასაქონლო ნიშნების შესახებ. 05.02.1999.
7. საქართველოს საპატენტო კანონი. 05.02.1999.
8. საქართველო კანონი თავისუფალი ვაჭრობისა და კონკურენციის შესახებ. 03.06.2005.
9. გერმანიის სამოქალაქო სჯულდება –  
[http: www.law.ed.ae.nk file-download/courses /handoust /LLM/119/1730-germancivilcode.pdf](http://www.law.ed.ae.nk/file-download/courses/handoust/LLM/119/1730-germancivilcode.pdf), რუსული ვარიანტი [http://www.eis-legal-reform.org. civil code /index.html](http://www.eis-legal-reform.org/civilcode/index.html)
10. ევროპის ფრენშაიზული ორგანიზაციის ეთიკის კოდექსი –  
[www. eff-franchise.com/regulation](http://www.eff-franchise.com/regulation)
11. საფრანგეთის სამოქალაქო კოდექსი (ინგლისურ ენაზე) - <http://www.napoleon-series.org/research/government/c-code.html>
12. ესპანეთის სამოქალაქო კოდექსი (ესპანურ ენაზე) - <http://noticias.juridicas.com/base-datos/Privado/cc.html>
13. ლიტვის რესპუბლიკის სამოქალაქო კოდექსი (ინგლისურ ენაზე) - <http://www3Irl.It/pls/inter2/dokpaieska.showdoc-e?p-id=245495>
14. ლატვიის რესპუბლიკის სამოქალაქო კოდექსი,  
<http://www3Irl.It/pls/inter2/dokpaieska.showdoc-e?p-id=245495>
15. რუსეთის ფედერაციის სამოქალაქო კოდექსი (რუსულ ენაზე) - <http://www.garweb.ru/project/law/doc/10064072-001.http>
16. უზბეკეთის სამოქალაქო კოდექსი (რუსულ ენაზე) - <http://lawlib.freenet.uz.laws/utbek/gkuz/gklind.html>
17. ყაზახეთის სამოქალაქო კოდექსი (რუსულ ენაზე) - <http://lawlib.freenet.uz.laws/kazah/gkkaz/congkkz.html>
18. ყირგიზეთის სამოქალაქო კოდექსი (რუსულ ენაზე)  
<http://lawlib.freenet.uz.laws/kazah/kyrgyz/congkkg.html>
19. აზერბაიჯანის სამოქალაქო კოდექსი (რუსულ ენაზე)  
<http://grants.rinti.rufulldoc.ddws?uid79FB40ACDDB713321DFF33C8&dui=4581>
20. სასომხეთის სამოქალაქო კოდექსი (რუსულ ენაზე)  
<http://grants.rinti.rufulldoc.ddws?uid79FB40ACDDB713321DFF33C8&dui=4725>
21. თურქმენეთის სამოქალაქო კოდექსი (რუსულ ენაზე) <http://www.tax.gov.un/russian/law/068ru.html>
22. მოლდოვეთის სამოქალაქო კოდექსი (რუსულ ენაზე) <http://www.eis-legal-reform.org/civil-code/moldova/civil-code/moldova-index-rus.html>

23. ბელორუსიის სამოქალაქო კოდექსი (რუსულ ენაზე)  
<http://grants.rinti.rufulldoc.ddws?uid79FB40ACDDB713321DFF33C8&dui=4779>
24. უკრაინის სამოქალაქო კოდექსი (რუსულ ენაზე) [http://jguard.ru.images/attaches/231GK\\_Ukraina.txt](http://jguard.ru.images/attaches/231GK_Ukraina.txt)
25. ტაჯიკეთის სამოქალაქო კოდექსი (რუსულ ენაზე) <http://www.eis-legal-reform.org/civil-code/Tajikistan/eiv-taj-l-rus.htm>
26. იტალიის 2004 წლის 6 მაისის კანონი ფრენშიზინგის შესახებ –  
[www.eff-franchise.com/IMG/Italy - Dectee-204 of 2- sept 2005 – for –law-129 of-6.pdf](http://www.eff-franchise.com/IMG/Italy-Dectee-204-of-2-sept-2005-for-law-129-of-6.pdf)
27. ბელგიის ფრენშიზინგის ეთიკის კოდექსი –  
[www.eff-franchise.com/IMG/pdf/Belgium - - Franchise - - on-Precontractual-pdf](http://www.eff-franchise.com/IMG/pdf/Belgium-Franchise-on-Precontractual.pdf)
28. შვედეთის 2006 წლის 24 მაისის კანონი ფრენშიზინგის მიმცემის მიერ ინფორმაციის გადაცემის ვალდებულებაზე (ფრენშიზინგის ეთიკის კოდექსი) - [www.eff-franchise.com /IMG/pdf/Sweden –franchise- -law,lag – 2005 – 484 – in-English-and.pdf](http://www.eff-franchise.com/IMG/pdf/Sweden-franchise-law,lag-2005-484-in-English-and.pdf)
29. ავსტრალიის ფრენშიზინგული ორგანიზაციის მიერ გაანალიზებული სასამართლო საქმეები -  
- [www.accc.gov.au/content/index.phtml/itemId/6118](http://www.accc.gov.au/content/index.phtml/itemId/6118)
30. იაპონიის 2004 წლის 24 აპრილის კანონი ფრენშიზინგთან დაკავშირებული ანტიმონოპოლიური საქმიანობის აღკვეთის შესახებ – [www.chusho.metigo.jp/sme-english/outline/08/01-04.html](http://www.chusho.metigo.jp/sme-english/outline/08/01-04.html)  
[www.jftc.go.jp/e -page/legislation/ama/franchise.pdf](http://www.jftc.go.jp/e-page/legislation/ama/franchise.pdf)
31. კორეის ფრენშიზინგული კოდექსი – [www.kfa.or.kr](http://www.kfa.or.kr),
32. [www.eff – franchise.com/regulation](http://www.eff-franchise.com/regulation)
33. საქართველოს სამოქალაქო კოდექსის კომენტარი. წიგნი მეოთხე, ტომი 1. 2001.
34. ახვლედიანი ზ. 1999. *ვალდებულებითი სამართალი*. თბილისი.
35. დამუკაშვილი დ. *ინტელექტუალური საკუთრების სამართალი*. 2000. თბილისი.
36. ისმო-ს საერთაშორისო ბიურო. 1984. *ფრენშიზინგის სახელმძღვანელო*. ისმო-ს პუბლიკაცია 1480.
37. Сергеев А. П., Толстой Ю.К., 2008. Гражданское право. часть 2. М.
38. Спинели С.-мл., Розенберг Р. М., Берли С. 2007. *Франчайзинг, путь к богатству*. М.
39. Коллесников В.А. 2006. *Построение Франчайзингового Бизнеса*. Питер.
40. Ли А.С. Некоторые вопросы применения норм международного частного права при заключении сделок фанчайзинга. [www. JurExpert.ru](http://www.JurExpert.ru)
41. Oxenfeldt A. R. and Kelly A. O. 1968. Will Successful Franchise Systems Ultimately Become Wholly-Owned Chains? *Journal of Retailing* 44 (4)
42. Brickley, J. A., Dark, F. H., and Weisbach, M. S. (1991). An agency perspective on franchising. *Financial Management*, 20 (1)
43. Brown, J. R. 1981. A cross-channel comparison of supplier-retailer relations. *Journal of Retailing*, 57 (Winter)

## **Control of brand quality and separating responsibilities in franchise contract**

### **Summary**

A franchiser's control towards a franchisee is utmost important for using the franchising system properly and for ensuring the right to the intellectual property, in particular defending its differentiating signs. Such control is necessary because in the franchising agreement a franchiser is directly related with a franchisee. Thus, both parties are interested in the reputation connected with the differentiating signs of the franchisee and keeping "goodwill". As for the quality control conducted by the franchisee, the franchiser generally demands the instructions and recommendations given in the exploitation text-book to be strictly followed. He/she also requires the right to conduct inspection referring to the activities of the franchisee and ordering necessary resources and material directly to him or to other place but with his recommendations or approval.

The franchisee is obliged to guarantee the level of goods and service as it is demanded by the franchisee. It can be expressed by the restriction of counteragents; e. g. by exactly determining the companies providing the fast food places with foodstuff even if they deliver necessary goods and products in higher prices comparing with others.

Based on the franchising agreement, the term of product distribution restriction by the franchisee can be taken into consideration, according to which he/she has the right to realize selling of those goods and services that are agreed with the franchiser or if they do not present the competitive goods and services. Otherwise, the image of the franchise can be humiliated.

In the franchising agreement it is considered that the franchisee should follow the franchiser's instructions, concerning organizing activities of the enterprise, especially the recommendations given in the exploitation text-books. The franchisee is obliged to establish all the changes, developments or innovations introduced in the exploitation text-books.

The most important is that according to our legislation neither parties are considered to be responsible for the breach of rights. For example, it is generally admitted that the franchiser and the franchisee share compensations on the basis of the joint agreements though, many factors must be taken into consideration in this case as well.

Redistribution of compensation obligations is shared by the civil legislations of the majority of the USA and European countries though, the mentioned issue is regulated according to the principles of disposition and may be regulated differently in particular cases. To our mind, the responsibility must not be imposed on the franchisee in case the damage is caused by the franchisers' production delivered to the franchisee as a result of distribution, certainly, in case the terms of preserving goods were not broken. But if the franchising relations could be regulated so easily there would not be so many difficulties in this spare. But the franchising relations between parties differ depending on what sort of franchising we are dealing with; consequently, in any case there are differences between the damage sources and the principles of redistribution of compensation obligations.

The franchiser is responsible notwithstanding the goods are distributed on the consumers or the other participator of the civil turnover. The matter of the responsibility takes place when the quality does not meet the demands (but not the other terms of the amount, assortment, and other terms and agreement).

As a rule, in case of damage caused by the poor quality production, both parties are responsible and share

compensations. Though, the rule of responsibility redistribution may be changed according to the particular cases. That is why we can define the following new, joint and universal model of responsibility:

- If the goods made and delivered by the franchiser are under the claim, in case of the damage the franchiser is subsidiary responsible, and if the goods are made by the franchisee, then in case of damages both parties are responsible.
- If the mentioned goods are made by the franchisee but by the direct recommendations and control of the franchiser that caused the damage, the franchisee must be subsidiary responsible.
- If the goods are delivered by the franchiser and the franchisee only has to sell it, but the terms of preservation and exploitation are broken and consequently, the consumer was damaged, the responsibility must be imposed on the franchisee.
- As for the service, here the participation of the franchisee is higher in the franchising system, and the participation of the franchiser is much less; that is why we think that the franchisee must be subsidiary responsible.

It is generally viewed that if the damage was caused by the activities resulted by the direct control of franchiser and the franchisee did not take into consideration the given recommendations, it is just to impose responsibility on the franchisee.

If the quality of performance is not exactly defined in the given agreement, then the franchisee is available to perform the task of the middle quality, though it may humiliate the franchiser's reputation. In some cases, the franchising agreement contains the term according to which the franchisee is able to receive the information about the profit of the franchiser.

Based on the franchising agreement, the particular term related to the restriction of the distribution of the goods and services can be defined. This consideration means to distribute and sell those goods and services that are determined in the agreement made by the franchiser. Otherwise, it may cause the breach of the image and reputation of the franchiser. In order to avoid such kind of confusions this term is one of the most important terms in the mentioned agreement. Any kind of the business activity from the side of the franchisee that is made independently, without consultations with the franchiser and distribution of the non-concurrent goods and services are known as "Italian variant", because such kind of the business activity was first used and tested in Italy.

It is quite obvious that the franchiser has the right to demand the quality control of the products made in the franchisee's factory in order to defend the interests of both - the franchiser and the franchisee. In spite of it, is it necessary to make sure that such kind of demand does not break the rules, rights and laws of the national legislation about the concurrence. But on the other hand, very often the national law about trademarks demands to control the licenced trademarks to keep valid the licenced contracts from the parties. As the franchising agreement contains the licence on the trademarks and other differentiating signs, the demand of passing such kind of control must be taken into consideration