

*Др Ана Човић, виши научни сарадник  
Института за упоредно право у Београду  
Др Оливер Николић, научни сарадник  
Института за упоредно право у Београду  
Др Александра Дариа Петровић, виши саветник  
SSL International Dubai*

*УДК: 339.187.44:347.4  
DOI: 10.46793/UPK20.117C*

## **ОБЛИГАЦИОНОПРАВНО ДЕЈСТВО УГОВОРА О ФРАНШИЗИ\***

### ***Резиме***

*Уговор о франшизингу произилази из франшизног посла који су договориле заинтересоване стране, давалац франшизе и прималац франшизе. Он спада у неименоване уговоре, зато што га закон не препознаје као прописани уговор облигационог или пословног права. Уговор се мора заснивати на начелима уговорног права, уз постојање сагласности воља уговорних страна и поштовање принудних прописа. Франшизни уговор је по свом карактеру мешовити уговор, зато што садржи и елементе неких других уговора. Међународним и националним прописима у овој области утиче се на јачање права интелектуалне својине и франшизне делатности, чиме се убрзава глобални иновациони капацитет, унапређује техничко-технолошки развој и регулише и унапређује тржиште. Предмет овог рада је облигационоправни однос између даваоца и примаоца франшизе и садржина њихових међусобних права и обавезе, са освртом на настанак и значај уговора о франшизи.*

***Кључне речи:** уговор, франшиза, облигациони односи, давалац франшизе, прималац франшизе.*

### **1. Увод**

Уговор о франшизи регулише облигационоправни однос између даваоца и примаоца франшизе и уређује њихова међусобна права и обавезе. Уговор о франшизи почива на одређеним изворима права садржаним у националним прописима и на начелима и принципима међународног трговинског права,

---

\* Рад је настао као резултат научноистраживачког рада истраживача Института за упоредно право у Београду, који финансира Министарство просвете, науке и технолошког развоја Републике Србије.

чиме се уређују међусобни односи, права и обавезе, даваоца и примаоца франшизе и дефинише садржај франшизног уговора. Појава франшизинга доводи до вертикалне интеграције субјеката у систему, јер на основу уговора он дугорочно обавезује два независна привредна ентитета, односно ствара чврсту симбиозу између успешних предузећа, која имају уходане и развијене методе пословања и независног појединца који располаже одређеним капиталом и жели да поседује сопствено предузеће.<sup>1</sup>

Јединство начела и принципа међународних прописа и националних прописа из области франшизинга се заснива на потреби хармонизације прописа једнообразног приступа у дефинисању франшизног односа, којим се обезбеђује једнакост и истоветност равнотеже права и обавеза даваоца и примаоца франшизе чиме однос постаје однос партнерске сарадње и помагања у заједничкој успешној реализацији франшизног пројекта. У међународном трговинском праву наметнуо се принцип потребе јачања правне сигурности, уједначавања истоветног положаја даваоца и примаоца франшизе, како бе се избегле ситуације неједнаког дефинисања франшизног пословања и уговарања, када је националним прописима ова материја различито регулисана у земљама уговорних страна. Прегледом прописа из ове материје у националним законодавствима, може се уочити да иста није регулисана неким посебним прописом, па је зато облигационоправни однос између даваоца и примаоца франшизе у франшизном уговору, у погледу међусобних права и обавеза у садржају уговора, препуштен уговорним странама које заједнички регулишу укупност њихових односа. Франшизно пословање представља систем трговања производима, услугама и/или технологијама које се заснива на сарадњи компанија (даваоца франшизе) с једне стране и примаоца франшизе с друге стране.<sup>2</sup> Тиме је обезбеђена укупност хармонизације поступања и дефинисања франшизног уговора између уговорних страна. Дефинисање економског и правног аспекта посла дозвољено је и могуће само за потребе теоријске анализе, а у пракси је то нераскидива целина.<sup>3</sup>

## **2. Облигационоправни однос између примаоца и даваоца франшизе**

Давалац франшизе је предузетник који као власник интелектуалне својине – франшизе, располаже франшизним правима и у пословном односу се појављује као:

---

<sup>1</sup> Миленковић-Керковић, Т., *Уговор о франшизингу – тајна успеха*, Ниш, 1998.

<sup>2</sup> Европски етички кодекс је документ који је усвојила ЕЕФ (Европска франшизна организација) 1972.

<sup>3</sup> Спасић, И., *Франшизинг посао*, Београд, 1996, стр. 14.

1. власник франшизног бренда, односно робне марке која се потврдила као одговарајућа тржишна вредност и уз то поседује и визуелни идентитет као дизајн одређене франшизе;

2. обрадом тржишта врши понуду своје франшизе као производа, услуге, технологије, знања дефинисаног као поступка „знати како„ и друго;

3. „знати како„ као развијена пословно технолошко - техничка метода постаје интелектуални капитал предузетника власника, заштићен патентом и лиценцом предметне франшизе и тиме постаје предмет пословне трансакције;

4. развијену пословну методу „знати како„ власник франшизе прометује на тржишту франшизног пословања.

Прималац франшизе путем свог пословног подухвата постаје предузетник - корисник предметне франшизе којом остварује нови пословни резултат и бенефит за своју организацију. Он се појављује као „независни предузетник који послује у своје име и за свој рачун и не представља агента ни представништво даваоца франшизе“.<sup>4</sup> Прималац франшизе се појављује као:

1. власник предузећа – организације која почиње да обавља франшизну делатност путем франшизинга, вршећи пословну активност путем франшизе, реализацијом свог франшизног пројекта, чиме остварује нови пословни резултат на одређеном тржишту;

2. предузетник остварује путем франшизе нову пословну могућност, као нови пословни успех и резултат;

3. будући предузетници који покрећу бизнис преко франшизне делатности;

4. запослени који желе да покрену властити бизнис путем франшизинга.

Франшизно пословање путем франшизинга у облигационоправном односу даваоца и примаоца франшизе, представља и меру подстицања привредног развоја националних економија, јер обезбеђује нови привредни развој, просперитет и одрживи раст и развој економије, очувањем пословних резултата привредних субјеката који се баве франшизним пословањем. Према дефиницији међународног удружења за франшизинг (**IFA**) франшизинг је "уговорни однос између даваоца и примаоца франшизе у коме давалац нуди или се обавезује да одржи трајни интерес у пословању примаоца франшизе у таквим областима као што су *know-how* и обучавање, док се прималац обавезује да послује под заједничком фирмом, спољним изгледом или поступком, који припада даваоцу или га он контролише, као и да из својих извора уложи основни инвестициони капитал у пословање”.<sup>5</sup> Од посебног је значаја исказани интерес и потреба даваоца франшизе да непрестано утиче на привредну одрживост и значај пословне репутације франшизе, кроз непрестано праћење и утицај на успех предметне франшизе приликом остварења очекиваног пословног резултата, пружањем сваке врсте пословне подршке примаоцу франшизе у његовој реализацији франшизног пројекта. Зато се и каже да

---

<sup>4</sup> Исто, стр. 49.

<sup>5</sup> <http://www.worldfranchising.com>

давалац и примацац франшизе имају заједнички циљ да се реализује пословни резултат.

Облигационоправни однос између даваоца и примаоца франшизе се не завршава реализацијом франшизног пројекта. Давалац франшизе након увођења примаоца франшизе у франшизно пословање остаје заинтересован да предметна франшиза оствари планирани и очекивани пословни резултат и допринесе пословном успеху примаоца франшизе, јер примацац франшизе и даље треба да плаћа франшизну накнаду из свог пословног резултата, у зависности од тога како је уговорна обавеза накнаде дефинисана. Уговор о франшизингу произилази из франшизног посла који су договориле заинтересоване стране, давалац франшизе и примацац франшизе, како на националном нивоу тако и на међународном. Овде се ради о два феномена, првом правном и другом економском, који су дијалектички испреплетени и међусобно условљени.<sup>6</sup> Такође, давалац франшизе има правни интерес да франшиза остварује приход у складу са франшизним пројектом, чиме се доприноси даљој маркентишкој афирмацији предметне франшизе, као и да се уговорне обавезе у свему реализују у складу са међусобно утврђеним принципима правног дејства франшизног уговора. Са друге стране, узајамност правног односа уговорних страна прераста и у узајамност пословних интереса да се франшиза покаже успешном задовољавајући франшизне кориснике производа и услуга. Поштовање уговорних обавеза уговорних страна и равнотежа међусобних права и обавеза обезбеђује успостављање добре сарадње принципом узајамности и доброг привредника.<sup>7</sup>

### 3. Настанак и значај уговора о франшизингу

Уговор о франшизингу се први пут појавио у САД крајем 19. века, 1893. године, а склопила га је компанија која је производила шиваће машине Сингер. Уговори о франшизингу су све до 1959. године претежно били заступљени у производњи, аутомобилској индустрији, индустрији промета нафте и нафтних деривата да би се од 1950. године веома убрзано развијали у области брзе припреме хране (*Mc Donald's*). У Европи франшизу уводе америчке компаније (*Avis*, *Herz* и *Coca Cola*). Након оснивања Међународног удружења за франшизинг 1960. године (*International Franchise Association – IFA*) настаје и велики број националних франшизинг организација у Европи (у Мађарској, Пољској, Чешкој, Бугарској, Румунији), а све са циљем да се успоставе кодекси

---

<sup>6</sup> Париводић, М., *Право међународног франшизинга*, Београд, 2003, стр. 29.

<sup>7</sup> Fulop. C., *History and Development*, у Lashley, C, Morrison, A, (eds.), *Franchising Hospitality Services*, Butterworth Heinemann, Oxford, 2000, стр. 30.

и правила понашања у овој области чиме би се на изванредан начин заштитили интереси учесника.<sup>8</sup>

Није препоручљиво размишљати о међународном франшизинг систему уколико није постигнут успех у земљи порекла. Ако је овај услов испуњен, следеће о чему се мора водити рачуна је људски и финансијски потенцијал франшизера као и локалног партнера (субфраншизер) са којима се има намера пословати у земљи домаћина. Као и при реализацији других међународних послова и овде је неопходно да упознамо карактеристике циљног тржишта (економско, правно, пореско, политичко, географско и културолошко окружење), а све у циљу што боље реализације планираног циља.<sup>9</sup>

Међународне конвенције о интелектуалним правима и правима индустријске својине у садејству са принципима и начелима међународног трговинског и облигационог права допринеле су статусној изградњи уговора о франшизи, који је у међувремену постао типски образац уређења међусобних права и обавеза даваоца и примаоца франшизе, чиме је прецизирано једнако и истоветно облигационоправно дејство ових уговора са аспекта положаја уговорних страна и њихове правне сигурности. С друге стране, типски једнообразни уговорни критеријуми су обезбедили и олакшали правни положај уговорних страна у случају вођења спора или решавања истих по принципу доброг привредника или арбитражног решавања. Једнообразност правних правила преточених у уговорне одредбе типских уговора о франшизи олакшали су и вођење судских спорова пред националним судовима даваоца франшизе или примаоца франшизе. Реализација франшизног пројекта се посебно дефинише одредбама франшизног уговора, односно дефинишу се обавезе поступања даваоца франшизе и примаоца франшизе како у погледу динамике потребних пословних активности, тако и прецизирањем свих неопходних радњи које доприносе да франшизни пројекат у свему, како је уговором прецизирано, заживи као нова пословна активност примаоца франшизе. У том смислу, прецизирањем ових неопходних радњи франшизни давалац обезбеђује успешност своје франшизе и њену даљу референтност, а укупност дејства франшизног уговора се може посматрати и кроз одређене фазе активности обе уговорне стране. У почетку давалац франшизе и прималац франшизе успостављају однос пословне сарадње која води даљем наставку заједничке сарадње са циљем дефинисања свих облика и садржаја активности, након чега долази до одређених нефункционалности и неспоразума у сарадњи даваоца и примаоца франшизе, при чему се прималац франшизе још увек придржава задатих принципа и параметара задатих од стране даваоца франшизе као пословног оквира успостављене сарадње. Честа је појава проблема у остваривању потребне сарадње, када прималац франшизе сматра да

---

<sup>8</sup> Поповић, Н., Ондреј, Н., Прокић, С., *Менаџмент интерорганизационих односа*, Српски економски центар, 2010, стр. 33.

<sup>9</sup> Париводић, М., *нав. дело*, стр. 65.

је његова пословна активност допринела у свему успеху предметног франшизинга и пласмана франшизног производа и услуга, а након фазе у којој прималац франшизе не прихвата сугестије и предлоге даваоца франшизе следи обнова у којој и прималац и давалац франшизе прихватају да је најбоља пословна опција заједнички рад на реализацији франшизног пројекта.

Динамика реализације франшизног пројекта подразумева свакодневну пословну активност и прилагођавања која су неопходна и нужност. Постоји обавеза даваоца франшизе, у циљу заштите потенцијалних корисника од злоупотребе доминирајућег положаја даваоца франшизе, да податке од значаја за франшизинг пословање предочи корисницима.<sup>10</sup> Када прималац франшизе не зарађује више од своје плате, однос се прекида<sup>11</sup>. Елементи франшизног уговора почивају на следећим принципима:

1. давалац франшизе је озваничени власник франшизе као свог интелектуалног капитал знања, односно интелектуалне својине, која се у свом појавном облику интелектуалне својине јавља као патентно и лицензно право, са другим облицима интелектуалног власништва, права дизајна, робне марке, жига, права индустријске својине и другим сличним правима интелектуалне својине, као нпр. *know – how*;

2. облигационоправни пренос права индустријске својине путем преноса франшизног права, подразумева давање и пренос права коришћења за одређени временски период;

3. пренос франшизног права се односи за тачно дефинисано тржиште било на локалном, националном или глобалном новоу;

4. давалац франшизе уговором задржава право обављања контроле и провере начина вршења и обављања франшизног пословања, као и начина реализације стечених франшизних права;

5. плаћање франшизне накнаде је уговорна обавеза коју је прималац франшизе дужан да поштује у складу са уговорно дефинисаним начинима и роковима;

6. уговор о франшизи предвиђа дефинисање износа приступне франшизе и основну франшизу, при чему се "*Initial fee*" плаћа приликом закључења уговора и може се уговорити да плаћањем уговор ступа на правну снагу. "*Royalty fee*" се плаћа када се покрене франшизна делатности и то у уговореним периодима континуирано, у зависности од постигнутог пословног успеха.

У складу са напред наведеним уговор о франшизи не даје примаоцу франшизе пуну независност, односно „није потпуно независан и зато није увек у положају да самостално одређује правила у својој организацији“.<sup>12</sup> Уговор допушта да прималац франшизе у споразуму са даваоцем франшизе договори

---

<sup>10</sup> Christian, J., *Contract and Status in Franchising Law*, Franchising and the Law, Baden-Baden, 1991, стр. 23.

<sup>11</sup> Исто, стр. 61.

<sup>12</sup> UNIDROIT, (2007.), UNIDROIT Franchising guide, 2nd edition, Rim.

разне друге пословне могућности и модалитете, посебно у трансферу одређене технологије и пословног метода и модела „знати како“, све у циљу комплетирања асортимана понуде производа и услуга, у складу са захтевима и потребама предметног тржишта. На овај начин може се обезбедити да се франшизинг "шири изван националних граница и тиме постаје најбржи растући облик пословања у глобалном економском систему".<sup>13</sup>

У зависности од предмета франшизе, франшизни однос између уговорних страна дефинише се избором могуће врсте франшизног уговора који се прилагођава потребној дефиницији пословног односа, као на пример појединачни уговор о франшизи, уговор о франшизи са аспекта развојне перспективе примаоца и даваоца франшизе и мастер франшиза.

Уговором о франшизи посебно се истичу и дефинишу одредбе које се односе на обавезе даваоца франшизе, којима се утврђује помоћ примаоцу франшизе за припрему и почетак франшизне делатности, а и касније за праћење и помоћ за обављање делатности, с тим да се даваоцу франшизе омогућава непосредна контрола реализације франшизног пројекта, чиме се врши утицај на имплементацију франшизинга и франшизног пословања. Франшизним пројектом, у сарадњи са даваоцем франшизе, прималац франшизе може ради успешне реализације и франшизног пословања да оснује:

1. пословну јединицу, без својства правног лица у форми дела организације или представништва;
2. давалац франшизе може да формира и оснује ћерку фирму са својством правног лица;
3. уговором о пословно-техничкој сарадњи давалац франшизе са примаоцем франшизе може да оснује заједничко предузеће или да организују друге облике дугорочне пословне сарадње.

Уколико давалац франшизе има пословни интерес за пласман своје франшизе, може на датом тржишту да организује пилот маркетинг - пробни пројекат пословне функционалности предметне франшизе ради провере успешности будућег франшизног пословања, који може на основу својих успешних пословних показатеља бити препорука потенцијалним примаоцима франшизе.

Овај пословни пројекат се додатно дефинише и закључењем других уговора који регулишу укупно обављање ове врсте пословне делатности, као на пример уговором о преносу франшизе, уговором о тајности, уговором о јемству, обештећењу и стварноправним обезбеђењима, уговором о забрани конкуренције, уговором о престанку, уговором о испорукама и продаји.

---

<sup>13</sup> Justus, R. T., Gastrogiovanni, G. J., *Franchising configurations and transitions*, Journal of Consumer marketing, Vol. 15 (2), 1998, стр. 170.

#### 4. Међусобна права и обавезе даваоца и примаоца франшизе у франшизном уговору

У свету је мали број националних законодавстава донео *lex specialis* за нормирање и регулисање начела и принципа франшизног пословања и дефинисање франшизног уговора. Ова област се уређује и нормама облигационог права, облигационоправним прописима, водећи рачуна о усаглашености истих са нормама међународног права из области франшизног пословања. Зато су за дефинисање уговора о франшизи меродавни, поред облигационоправних прописа, и прописи из области права интелектуалне својине и сродних права, као и прописи из области пословног права.

Аутори *Boroian* и *Boroian* опредељују услове када се може организовати франшизно пословање, односно франшизинг: организација давалац франшизе лиценцира своје трговачко име (бренд) и свој начин рада (систем пословања) одређеној особи или групи - примаоцима франшизе, који се слажу да ће пословати у складу са условима уговора (уговор о франшизи). Давалац франшизе обезбеђује примаоцу франшизе подршку и може се предвидети и право његове контроле над начином пословања примаоца франшизе. Заузврат прималац франшизе плаћа даваоцу франшизе почетни износ улазнице у франшизинг, као и накнаду за пословање за коришћење трговачког имена и начина пословања.<sup>14</sup>

Пословна фирма дефинише своју франшизу и франшизно преносиво право када у својој пословној стратегији развоја организује и осмисли франшизни пројекат који доводи до дефиниције конкретне предметне франшизе, све на основу развоја свог пословног модела, заштити га лиценцом и патентом „знати како“ и након тога почне са обављањем франшизне делатности, чиме свој „капитал знање,“ опредмеђује кроз вршење франшизне производње и вршење франшизних услуга, а након тога се определи да заштићену франшизу прометује на одређеном тржишту. Када власник франшизних права прометује своју франшизу, онда се тај пословни систем јавља као давалац франшизе, док је прималац франшизе пословна организација која је путем уговора примила предметну франшизу за вршење франшизне делатности на одређеном тржишту, за одређени период времена. Франшиза обезбеђује једну разрађену пословну активност којом се франшизни модел производње и вршења услуга јавља као реализација планираног пословног подухвата за даљи раст и одрживи пословни успех организације. Пренос франшизе се врши адекватним правним послом којим се уговара франшизинг путем кога прималац франшизе остварује франшизно пословање које му обезбеђује пословно преимућство у вршењу одређене франшизне производње и франшизне пословне услуге.

---

<sup>14</sup> Boroian, D. D., Boroian, P. J., *The Franchise Advantage – Make it for you*, Chicago Review Pr, 1987, стр. 4.



Својевремено је организација *Singer Sewing Center* (Dougan, 1998) припремила и додатно развила франшизу аутора *Isaac Singera*, који је посебно допринео развоју мреже тржишта почетком 20. века, закључивањем појединачних уговора са продавцима робе, уступивши им право продаје производа који су пословали на локалним тржиштима.<sup>15</sup> Кодекс франшизинга и франшизног пословања је развијен на основу општих принципа облигационог права и међународних норми из ове области. Облигационоправни принцип уговарања прометовања конкретне франшизе почива на слободној манифестацији воља даваоца и примаоца франшизе. Интерес обе уговорне стране посебно почива и на обавези потребе да изричито поштују своја права и обавезе, уз посебан део који се односи на принципе уговарања заштите права интелектуалне својине и сродних права. Код франшизних уговора посебно је важно да се узајамно поштује обавеза чувања пословне тајне, затим чувања угледа и идентитета уговорних страна.

Начела и принципи на којима се заснива уговор о франшизи, преточени су у одговарајуће одредбе уговора и то су:

1. права и обавезе које има давалац франшизе;
2. права и обавезе које има прималац франшизе;
3. дефинисање предмета франшизе, како са аспекта идентификације, тако и са аспекта роба и услуга које ће давалац франшизе обезбеђивати испоруком примаоцу франшизе (обављање одређених услуга на предметном тржишту и уступање права продаје дефинисаних роба на тржишту, пренос права коришћења робног или услужног жига, узорка модела и фирме, пренос права пословног *know-how*, вршење дефинисаних услуга полазећи од дефиниције идентитета из уговора о франшизи, вршење надзора и контроле квалитета обављања пласмана роба и услуга);
4. износ плаћања и услови плаћања обавезе примаоца франшизе даваоцу;
5. период времена за који је дата франшиза, односно трајање франшизинга;
6. услови за евентуално продужење уговора о франшизи;
7. остали услови за примаоца франшизе према даваоцу у односу на знак, логотип, трговинско име, ознака франшизне мреже као и друге ознаке визуелног или другог идентитета;
8. околности и услови раскида уговора о франшизи;
9. околности и услови за пренос имовинских права било да су материјалне или нематеријалне природе, уколико се преноси предмет франшизе након истека уговора.

Уговор о франшизи у облигационоправном смислу регулише облигационоправни однос даваоца и примаоца франшизе за реализацију заједнички дефинисаног франшизног односа и јавља се као заједнички партнерски аранжман. Давалац и прималац франшизе у заједничком послу иступају сваки у своје име и за свој рачун, али су у партнерском односу обе

---

<sup>15</sup> Спасић, И., *нав. дело*, стр. 19.

уговорне стране заинтересоване да се уговор реализује у свему у складу са франшизним пројектом и планом извршења. Међутим, овде се мора нагласити да пословни ризик припада свакој уговорној страни посебно, у зависности од успешности оствареног пословног резултата и успешног вршења франшизне делатности. Зато се и каже да успешност франшизинга зависи од обе уговорне стране, због чега је важно да свој пословни однос поставе као заједнички обострани интерес на партнерској основи. Са аспекта глобалног тржишта франшизна делатност намеће потребу да се обавља у складу са постојећим међународним нормама које су хармонизоване са националним законодавствима постојећих локалних тржишта на којима франшизинг инсталира предметну франшизу било кроз производ или вршење услуга. С тим у вези, Европска франшизна федерација је 1972. године донела Кодекс који на јединствен начин целовито регулише узајамност односа даваоца и примаоца франшизе и појединачна права и обавезе свакога од њих. На националним законодавствима је да изврше усаглашавање својих прописа са Кодексом и прописима и директивама ЕУ.

Основни принцип и претходно питање је да се давалац франшизе у уговорном односу појављује као носилац франшизних својинских права, као и свих припадајућих права интелектуалне својине и њима сродних права, попут „знати како“. Поред тих права он мора поседовати и регулисана права на својину трговинског имена, трговинског знака франшизне мреже, чиме стиче право франшизе, на основу уговора, прибавља пренесено право употребе трговинског знака и трговинског имена. Претходно питање пре закључења уговора о преносу франшизних права је и провера да ли предметна франшиза поседује пословну подобност за инсталацију на одређеном тржишту, односно подобност да буде прометована на датом тржишту. Понуда даваоца франшизе путем јавног позива за пренос франшизних права садржи све услове које будући прималац франшизе треба да испуни, као и све елементе које франшиза испуњава са аспекта етичког кодекса и све битне дефиниције аранжмана будућег пословног односа. Уколико постоји одређена пословна потреба пословни партнери, као будуће уговорне стране, могу закључити и одређени франшизни предуговор, који дефинише будуће облигационоправне односе. У предуговору се наводи основни разлог за његово закључење, као и шта бива са постојећим пословним односима уколико након закључења предуговора не дође до закључења основног уговора о франшизи. Њиме се могу уредити међусобни односи у случају да давалац франшизе не поступи у складу са уговореним обавезама, и он тада може бити у обавези да примаоцу франшизе поврати све извршене уплате на име давања гаранције за приступ франшизи или их може компензовати са обавезом по уговореном износу за франшизну накнаду. Поред наведеног, предуговор садржи рок у ком се уговор треба потписати (могу се утврдити и разлози за померање рока за закључење уговора о франшизи), као и одредбе о заштити пословне тајне даваоца франшизе,

односно заштити података о идентитету организације, интелектуалне својине и носиоца власништва над франшизним правима и друго.

У погледу обавеза које се односе на даваоца франшизе, исте зависе од врсте предметног франшизинга и врсте франшизе, па се уговором утврђују и остале обавезе у односу на примаоца франшизе и то:

1. пренос права ексклузивне продаје роба и услуга;
2. пренос права употребе робног или услужног жига;
3. пренос права употребе пословног имена, меморандума и других пословних знакова;

4. пренос права „*know how*“, (техничко технолошки методи производње, употребе рецепата, формула, спецификације, поступци производње и пословних знања у придобијању потрошача, знања у организацији пласмана и промета, као и знања у основама финансирања и разних економских и комерцијалних калкулација и слично);

5. уговором се посебно предвиђа право и обавеза вршења контроле и надзора у заштити знака, стандарда квалитета и свих уговорених стандарда, метода, система, асортимана понуде, пружања и врсте услуга, робе и друго;

6. посебно се уговарају и додатне активности и услуге даваоца франшизе, као на пример помоћ у стартовању франшизне делатности, помоћ у реализацији франшизног пројекта, обука кадрова и организациона питања, маркетинг активности, кампање и слично.

У погледу обавеза које се односе на примаоца франшизе, исте зависе од врсте предметног франшизинга и врсте франшизе, па се уговором утврђују и остале обавезе у односу на даваоца франшизе и то:

1. прималац франшизе мора у свему поштовати све уговорене обавезе са аспекта предвиђених стандарда и упутстава вршења франшизне делатности и техничко технолошких поступака у складу са примљеном методом и процедуром, као и дате планове и пројекте унутрашњег и спољног уређења објекта, и свих задатих параметара производње и вршења услуга и предвиђене пропозиције франшизинга;

2. уговара се и спецификација набавке потребних репроматеријала и утврђених добављача од стране даваоца франшизе или од оних које је он одредио или препоручио;

3. реализација планираних инвестиција у складу са франшизним пројектом и уговорним обавезама;

4. обавеза чувања пословне тајне и „*know how*“;

5. обавеза плаћања у складу са уговорним роковима франшизне накнаде и друго.

Припрема реализације франшизног пројекта у складу са уговором подразумева читав низ пословних активности и правних радњи ради прикупљања валидних информација и поступака како би се осмислило покретање будуће франшизне делатности и вршење франшизинга уопште. Поред тога, софтверска лиценца је правни документ којим је регулисано

коришћење и дистрибуција софтвера. Софтверска лиценца омогућава крајњем кориснику дозволу да користи једну или више копија неког софтвера на такав начин да штити сва права аутора. Сав софтвер је заштићен копирајтом осим оног који је у јавном домену. Софтвер, такође, може бити у форми слободног софтвера и *shareware* форми.<sup>16</sup> Како се ради о сложеном и прецизном пословном подухвату то се подразумева да прималац франшизе мора да располаже свим неопходним елементима и информацијама за израду своје франшизно пословне калкулације и израду адекватног франшизног пројекта. У том смислу, давалац франшизе прибавља следеће податке: адекватна обавештења и податке о предметној франшизи; како се на конкретном тржишту опредељује предметна франшиза; какви су пословни резултати у претходном периоду и успешност предметне франшизе; сагледавање пословних резултата претходних и садашњих корисника франшизе; анализу франшизних обавеза, висину трошкова набавке репроматеријала и потребних роба; сагледавање и планирање свих других трошкова пословања. Питање обављања контроле даваоца франшизе над примаоцем у погледу вршења франшизинга и франшизне делатности од посебног је значаја за обе уговорне стране, посебно са аспекта у ком временском периоду и под којим условима се обавља контрола, како се врши, последица у случају негативних показатеља и услова у случају раскида уговора.

Уговор о франшизи спада у неименоване уговоре, зато што га закон не препознаје као прописани уговор облигационог или пословног права. С тим у вези, он мора почивати на начелима и пропозицијама уговорног права, односно мора постојати сагласност воља уговорних страна, а да не постоје мањкавости у погледу поштовања принудних прописа. Поред наведеног, франшизни уговор је по свом карактеру мешовити уговор, зато што садржи и елементе неких других уговора, као што су, уговор о закупу, уговор о продаји, уговор о лизингу, уговор правима индустријске својине. Прималац франшизе је овлашћен да прибављену франшизу користи за производњу франшизног производа, да франшизни производ или услугу ставља у промет на одговарајућем предметном тржишту и да располаже оствареним пословним резултатом од вршења франшизне делатности.

## 5. Закључак

На основу свега наведеног може се закључити да је нужно и даље јачати правну заштиту интелектуалног стваралаштва у домену индустријске својине, чиме се штити интелектуални капитал знање организације у појавном облику франшизног производа и услуге, које потом може бити прометовано као

---

<sup>16</sup> Ceruzzi, E. P., *A History of Modern Computing*, MIT Press. 2003, стр. 128.  
„Although IBM agreed to sell its machines as part of Consent Decree effective January 1956, leasing continued to be its preferred way of doing business.“

заштићена својина кроз пословни метод и знање, путем патента, лиценце, робне марке, дизајна, односно „знати како“ . Заштитом права интелектуалне својине и регистрацијом појавних облика, односно патента, робне марке дизајна и слично, франшизни производ и услуга постају лиценцно франшизно право које се прометује на датом тржишту. На овај начин организација која прибавља франшизу, прибавља могућност даљег развоја и раста и стиче нови пословни резултат.

Франшизна делатност, у зависности од врсте франшизног производа и услуге, вршење пласмана може организовати и електронским путем, тзв. електронском трговином, чиме се убрзава међународна трговина и промет, а истовремено се успешније промовише одређени бренд на међународном тржишту. Овим се постиже убрзање промета роба и услуга, постиже се већа конкурентност и ефикасније се остварују захтеви и задовољење купаца. Прималац франшизе своју дистрибуцију може унапредити и поспешити и организовањем свог домена на веб сајту, затим организовањем електронске наплате, ефикаснијим вршењем распореда својих производа и вођењем свог корисничког сервиса.

Неопходно је међународним и националним прописима утицати на даље јачање права интелектуалне својине и франшизне делатности, чиме се убрзава глобални иновациони капацитет, унапређује техничко-технолошки развој и регулише и унапређује тржиште.

*Ana Čović, Ph.D., Senior Research Associate*

*Institute of Comparative Law in Belgrade*

*Oliver Nikolić, Ph.D., Research Associate*

*Institute of Comparative Law in Belgrade*

*Aleksandra Daria Petrović, Ph.D., Senior Adviser*

*SSL International Dubai*

## **THE LEGAL – OBLIGATION EFFECT OF THE FRANCHISE AGREEMENT**

### ***Summary***

*The franchise agreement is derived from the franchise business agreed by the parties concerned, the franchisor and the franchisee. It belongs to unnamed contracts because the law does not recognize it as a statutory contract of obligation or business*

*law and must rest on the principles of contract law, so there must be agreement of the will of the contracting parties without any deficiencies in compliance with legal regulations. A franchise agreement is a mixed contract in nature, because it also contains elements of other contracts. International and national regulations in this area influence the strengthening of intellectual property rights and franchise activities, thus accelerating global innovation capacity, improving technical and technological development and regulating and improving the market. The subject of this paper is the legal relationship between the franchisor and the franchisee, the content of their mutual rights and obligations, and the origin and importance of the franchise agreement.*

**Key words:** *contract, franchise, contractual relations, franchisor, franchisee.*

## Литература

- Boroian, D. D., Boroian, P. J., *The Franchise Advantage – Make it for you*, Chicago Review Pr, 1987.
- Justus, R., T., Gastrogiovanni, G. J., *Franchising configurations and transitions*, Journal of Consumer marketing, Vol. 15 (2), 1998.
- Миленковић-Керковић, Т., *Уговор о франшизингу – тајна успеха*, Ниш, 1998.
- Париводић, М., *Право међународног франшизинга*, Београд, 2003.
- Поповић, Н, Ондреј, Н, Прокић, С, *Менаџмент интерорганизационих односа*, Српски економски центар, 2010.
- Спасић, И., *Франшизинг посао*, Београд, 1996.
- Fulop, C., *History and Development*, u Lashley, C, Morrison, A, (eds.), *Franchising Hospitality Services*, Butterworth Heinemann, Oxford, 2000.
- Christian, J., *Contract and Status in Franchising Law*, Franchising and the Law, Baden-Baden, 1991.
- Ceruzzi, E. P., A., *History of Modern Computing*. MIT Press, 2003.
- Европски етички кодекс франшизног пословања  
Закон о облигационим односима, (Сл. лист СФРЈ, бр. 29/78, 39/85, 45/89 – одлука УСЈ и 57/89, Сл. лист СРЈ, бр. 31/93, Сл. лист СЦГ, бр. 1/2003 – Уставна повеља и Сл. гласник РС, бр. 18/2020).
- UNIDROIT, UNIDROIT Franchising guide, 2nd edition, Rim, 2007.