

УДК 347.78

Л. А. Кулис

Белорусский государственный технологический университет

**УСЛОВИЯ РАЗВИТИЯ ОТНОШЕНИЙ ФРАНЧАЙЗИНГА
В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

Вопрос об условиях развития отношений франчайзинга в Республике Беларусь рассматривается в контексте проводимой в стране политики развития предпринимательства и различных форм самозанятости населения. Актуальность данного вопроса обуславливается потенциальными возможностями франчайзинговой модели как для начинающих предпринимателей, так и для крупных производителей.

Ключевые слова: объект интеллектуальной собственности, комплексная предпринимательская лицензия, правообладатель (франчайзер), пользователь (франчайзи).

L. A. Kulis

Belarusian State Technological University

**CONDITIONS FOR THE DEVELOPMENT OF FRANCHISING RELATIONS
IN THE REPUBLIC OF BELARUS**

The question of the conditions for the development of franchising relations in the Republic of Belarus is considered in the context of the country's business development policy and various forms of self-employment. The relevance of this issue is determined by the potential of the franchise model for both entrepreneurs and large manufacturers.

Key words: intellectual property, complex entrepreneurial license, copyright holder (franchiser), user (franchisee).

Введение. Популяризация отношений франчайзинга приобретает все более активный характер во многих странах, в том числе в Республике Беларусь.

В нашей стране рассмотрение вопроса об условиях для развития отношений франчайзинга неразрывно связано с проблемой стимулирования деловой активности, самозанятости населения, развития предпринимательской инициативы, особенно в малых и средних населенных пунктах. Общепринятое представление о франчайзинге обычно связывается с особым способом (моделью) ведения бизнеса. Суть этой модели состоит в том, что начинающий предприниматель включается в уже налаженную бизнес-систему и осуществляет предпринимательскую деятельность на определенных условиях. С этой точки зрения отношения франчайзинга представляют особый интерес для начинающих предпринимателей, так как характеризуются низким уровнем риска именно на начальной стадии предпринимательской деятельности. Правильное понимание и применение данных отношений способно стимулировать предпринимательскую деятельность (бизнес) при отсутствии собственного опыта, помощи и поддержки со стороны, в том числе в небольших населенных пунктах. В то же время крупным производителем

франчайзинговая модель ведения хозяйственной деятельности также выгодна, так как дает возможность увеличения сбыта продукции с помощью открытия объектов розничной торговли в отдаленных местах. В этом состоит потенциальная привлекательность (назовем это привилегией) отношений франчайзинга как для начинающих предпринимателей, так и для крупных организаций. С английского языка термин «franchise» переводится как «лицензия», «привилегия», с французского – как «льгота», «привилегия».

Основная часть. Особый характер отношений франчайзинга требует определенных условий для их эффективного использования и широкого распространения. В 2011 г. в Республике Беларусь учреждена ассоциация «Белфранчайзинг», целью деятельности которой является популяризация развития франчайзинга в Беларуси, защита интересов участников данных отношений. Деятельность названной организации и проводимые ею мероприятия успешно устраняют одно из главных препятствий – малоизвестность отношений франчайзинга для белорусских предпринимателей. Для сравнения отметим, что Международная ассоциация франчайзинга и Европейская ассоциация франчайзинга были созданы соответственно в 1960 и 1972 гг. Это свидетельствует о

наличии длительной международной практики применения данных отношений, которая может быть успешно использована белорусскими предпринимателями и коммерческими организациями в части, не противоречащей законодательству Республики Беларусь.

С точки зрения юридического оформления франчайзинг представляет собой одну из самых юридически сложных сделок.

В белорусском законодательстве отношения франчайзинга регулируются договором комплексной предпринимательской лицензии, которому посвящена глава 53 Гражданского кодекса Республики Беларусь [1]. Для сравнения отметим, что в законодательстве Российской Федерации аналогом выступает договор коммерческой концессии.

Сторонами договора комплексной предпринимательской лицензии (франчайзинга) являются правообладатель и пользователь. Ими могут быть только коммерческие юридические лица и индивидуальные предприниматели. В международной практике правообладателя принято именовать франчайзером, пользователя – франчайзи, а объекты (то, по поводу чего возникают данные правоотношения) – франшизой. В силу закрепленного законом принципа свободы договоров стороны определяют условия данного договора в пределах, предусмотренных законодательством.

В соответствии с белорусским законодательством предметом договора франчайзинга является обязанность правообладателя (франчайзера) предоставить пользователю (франчайзи) за вознаграждение для использования в предпринимательской деятельности комплекс исключительных прав (лицензионный комплекс), включающий право использования фирменного наименования, товарного знака (знака обслуживания), секретов производства (ноу-хау), других объектов интеллектуальной собственности. Договор франчайзинга заключается только в письменной форме и подлежит регистрации в патентном органе. Регистрации подлежат также изменения договора. В Республике Беларусь ведется государственный реестр договоров комплексной предпринимательской лицензии (франчайзинга).

Из определения предмета договора франчайзинга усматривается, что объектом данных отношений выступают имущественные (исключительные) права на объекты интеллектуальной собственности. С этой точки зрения названный договор можно отнести к разновидности лицензионного договора с той разницей, что по договору франчайзинга передаются права на множество объектов интеллектуальной собственности.

Исключительные права на объекты интеллектуальной собственности, передаваемые по договору, дают возможность их обладателю использовать такие объекты по своему усмотрению в любой форме и любым способом. Исключительные права относятся к имущественным правам, т. е. их можно оценивать, передавать, отчуждать. Передача имущественных прав по договору не влечет передачи или ограничения права авторства и других личных неимущественных прав. Необходимо отметить, что неимущественные права не возникают на товарные знаки, знаки обслуживания, ноу-хау, фирменные наименования.

Однако объект отношений франчайзинга не ограничивается имущественными правами на объекты интеллектуальной собственности. Пользователь (франчайзи) по названному договору получает возможность использовать в определенном объеме коммерческий опыт правообладателя (франчайзера), включающий систему организации хозяйственной деятельности по продаже товаров, выполнению работ, оказанию услуг. Для передачи такого опыта и эффективного использования всего комплекса нематериальных активов, задействованных в отношениях франчайзинга, правообладатель заинтересован в оказании услуг по обучению, консультационных и иных услуг.

Поэтому правообладателем может выступать субъект хозяйствования, который доказал эффективность своей схемы предпринимательской деятельности. Пользователь включается в уже налаженную бизнес-систему, сохраняя при этом финансовую, кадровую и иную самостоятельность. В этом заключается привлекательность франчайзинга для начинающего предпринимателя. Выгода правообладателя состоит в том, что данная система отношений позволяет ему расширять свой бизнес без существенных дополнительных инвестиций.

Несмотря на отсутствие прямого указания об этом в законе, реальную коммерческую ценность в этих отношениях приобретает также деловая репутация правообладателя, т. е. устойчивая оценка имиджа и рейтинга правообладателя другими субъектами хозяйствования. Законодатель относит деловую репутацию к нематериальным благам, которые, как известно, непередаваемы и неотчуждаемы иным способом.

Однако коммерческая ценность деловой репутации правообладателя проявляется как в размерах, определяемых договором вознаграждений, так и в характере и размере ответственности за нарушение обязательств.

Вознаграждение за передаваемый комплекс прав может выступать в любой форме,

согласованной сторонами при заключении договора, в том числе в форме фиксированных платежей (разовых или периодических), отчислений от выручки. Единой системы расчета вознаграждений законодательством не установлено. Стороны согласовывают формы и размеры вознаграждений с учетом ожидаемой прибыли, предстоящих затрат и иных экономических показателей.

Таким образом, договор комплексной предпринимательской лицензии представляет собой сложную систему отношений, в которой главное место отведено исключительным правам на объекты интеллектуальной собственности, передаваемым пользователю на определенных условиях. Вместе с тем значительную часть этих отношений составляют обязательства сторон, вытекающие из общегражданских сделок и действий по защите деловой репутации, передаче коммерческого опыта, предоставлению услуг по обучению работников, маркетинговых, дизайнерских, консультационных и иных услуг.

Кроме того, отношения франчайзинга имеют специфику, для понимания которой требуются глубокие специальные познания сложных правовых явлений. Так, при определенных условиях на правообладателя может быть возложена субсидиарная либо солидарная ответственность по требованиям, предъявляемым к пользователю.

Еще одной особенностью данных отношений является то, что франчайзинг в Республике Беларусь является легальной формой ограничения конкуренции. Закон Республики Беларусь «О противодействии монополистической деятельности и развитии конкуренции» относит договор франчайзинга к вертикальным соглашениям, предусматривающим ограничение территории ведения деятельности, соблюдение определенной ценовой политики и других ограничений в осуществлении экономической деятельности.

С учетом изложенных особенностей содержания отношений франчайзинга в качестве сдерживающих факторов развития франчайзинга в Республике Беларусь можно назвать, во-первых, низкую информированность предпринимателей об основах отношений в рамках такой формы организации бизнеса; во-вторых, недостаточный уровень знаний о содержании прав на объекты интеллектуальной собствен-

сти, а также опыта в коммерческом использовании объектов интеллектуальной собственности; в-третьих, сложную правовую терминологию, используемую в регулировании названных отношений.

Как было отмечено выше, проблема низкой информированности успешно решается проведением мастер-классов, выставочных, рекламных и других мероприятий. Что касается ознакомления с правовой терминологией и усвоения знаний о содержании прав на объекты интеллектуальной собственности, то решение этой задачи может быть возложено на учреждения высшего и среднего специального образования. Необходимость знаний о правах на объекты интеллектуальной собственности для современных специалистов вызвана и другими объективными причинами, важнейшей из которых является инновационный характер экономического развития Республики Беларусь и других стран. Признание этой необходимости со стороны государства нашло подтверждение в принятии правительственной программы – Стратегии Республики Беларусь в сфере интеллектуальной собственности на 2012–2020 годы, утвержденной постановлением Совета Министров Республики Беларусь № 205 от 02.03.2012. В качестве плановых мероприятий было предусмотрено включение в образовательные программы учреждений высшего образования обязательной дисциплины «Основы управления интеллектуальной собственностью».

Заключение. Актуальность вопроса о создании условий для развития отношений франчайзинга в нашей стране обусловливается потенциальными возможностями франчайзинговой модели как для начинающих предпринимателей, так и для крупных производителей. Особый и сложный характер данных отношений требует создания определенных условий для их широкого распространения и эффективного использования.

В заключение отметим, что развитие предпринимательской инициативы с использованием франчайзинговой модели никак не связано с различными способами приобретения готового бизнеса: покупкой предприятия как имущественного комплекса, приобретением долей (акций) в уставном фонде хозяйственных обществ, реорганизацией действующих коммерческих юридических лиц и т. п.

Литература

1. Гражданский кодекс Республики Беларусь: принят Палатой представителей 28 октября 1998 г., одобрен Советом Республики 19 ноября 1998 г. Минск: Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь, 2013. 656 с.

References

1. *Crazhdanskiy kodeks Respubliki Belarus'* [Civil code of Republic of Belarus]. Minsk, Natsional'nyy tsentr pravovoy informatsii Respubliki Belarus' Publ., 2013. 656 p.

Информация об авторе

Кулис Лидия Андреевна – кандидат юридических наук, доцент, доцент кафедры философии и права. Белорусский государственный технологический университет (220006, г. Минск, ул. Свердлова, 13а, Республика Беларусь). E-mail: lidia.kylis@gmail.com

Information about the author

Kulis Lidziya Andreevna – PhD (Law), Associate Professor, Assistant Professor, the Department of Philosophy and Law. Belarusian State Technological University (13a, Sverdlova str., 220006, Minsk, Republic of Belarus). E-mail: lidia.kylis@gmail.com

Поступила 14.03.2019