

ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ФРАНЧАЙЗИНГА В РОССИИ

Мерзлякова А.В.

научный руководитель канд. филос. наук Рузанов В.И.

Сибирский федеральный университет

Развитие рыночной экономики в настоящее время даёт возможность продажи товаров и услуг на условиях франшизы (льгот, привилегий). Это обусловило формирование системы франчайзинга в России и за рубежом, представляющая собой разновидность договорнообязательственных отношений и способствующая прогрессивной организации бизнеса и этики деловых отношений.

В историческом аспекте первым франшизодателем является американская фабрика «Зингер». Дальнейшее развитие франчайзинг получил в конце 70-х годов XX века, когда антитрестовское законодательство сняло наиболее существенные препятствия, а в 1988 году в США насчитывалось уже 3 тысячи компаний франчайзеров в 45 отраслях экономики. В России франчайзинг как разновидность коммерческих отношений только начинает зарождаться, например, фирма "Дока-хлеб", производящая мини-пекарни, предоставляет пользователям свое фирменное наименование, обучает и консультирует клиентов. Действуют иностранные франчайзеры - отели «Хилтон», «Обер-рой», «Шератон», прачечные и химчистки «Мартини», автозаправочные и сервисные станции «Шелл», центры обслуживания «Мерседес», «Фольксваген», «Вольво», «Сааб», «Мицубиси», «Опель», компанию телекоммуникаций «Би Лайн», «Мак-доналдс», «Кока-кола». Основной сферой распространения франчайзинга становится распределение товаров и услуг системы бензозаправочных станций, автомастерских, пунктов по оказанию компьютерных услуг, ремонту бытовой и электронной аппаратуры.

Договор франшизы получил распространение и признан самостоятельным объектом правового регулирования более чем в 80 странах мира, но отдельное законодательство о франчайзинге принято лишь в некоторых из них. В российском законодательстве благодаря принятию нового Гражданского кодекса обозначение франшизы осуществляется посредством иного наименования, сходного с тем, которое используется, например, во Франции, — коммерческая концессия (*concession commerciale*). Франшиза как разновидность коммерческих отношений в России распространена не в полной мере. Законодательные основы регулирования прописаны в главе 54 Гражданского кодекса РФ «Коммерческая концессия». Так, Кодекс ввел новую разновидность коммерческих сделок, которые являются аналогом понятий «франшиза», «франчайзинг». Основные положения главы 54 Кодекса в целом соответствуют зарубежным законодательным определениям «франшизы», «франчайзинга».

Согласно п. 1 ст. 1027 ГК РФ основным обязательством, определяющим особенности договора, является предоставление правообладателем пользователю комплекса исключительных прав на использование объектов интеллектуальной собственности (ст. 138 ГК) в предпринимательской деятельности. Комплекс исключительных прав, предоставленных правообладателем пользователю, состоит из прав, присущих также и договору франшизы: права действовать под фирменным наименованием и/или коммерческим обозначением правообладателя; права на товарные знаки, знаки обслуживания; права использовать принадлежащие ему охраняемые объекты промышленной собственности - изобретения, промышленные образцы, а также охраняемую коммерческую информацию. Коммерческая информация

и коммерческий опыт, предоставляемые пользователю по договору, включают в большинстве случаев профессиональное обучение персонала, специальный инструктаж в течение всего периода действия договора по различным аспектам организации хозяйственной деятельности.

Согласно ст. 1031 ГК правообладатель обязан предоставить пользователю всю необходимую техническую, коммерческую документацию и иную информацию, выдать ему предусмотренные договором лицензии, проинструктировать пользователя и его работников по вопросам, связанным с реализацией предоставленных исключительных прав, а также оказывать пользователю постоянное техническое и консультативное содействие в обучении и повышении квалификации работников, и не вправе отступить от этих обязанностей (ст. 422 ГК). Предметом договора коммерческой концессии служат отчуждаемые имущественные права. Предоставление со стороны правообладателя пользователю исключительных прав интеллектуальной собственности является основным обязательством, определяющим особенности договора, поэтому договор часто рассматривается как разновидность лицензионных договоров, зачастую целью которого является создание новых ресторанов, гостиниц, расширения сети рынков сбыта товаров и услуг под фирмой правообладателя.