

ДОГОВОР КОМПЛЕКСНОЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ЛИЦЕНЗИИ (ФРАНЧАЙЗИНГ) В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ И РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ: СРАВНИТЕЛЬНО-ПРАВОВОЙ АНАЛИЗ

Д. Н. Скорый

Гомельский государственный технический университет имени П. О. Сухого, Беларусь

Одной из форм обеспечения эффективного развития международного предпринимательства в условиях интеграции экономики Республики Беларусь в международном экономическом пространстве является франчайзинговый бизнес. Во многих странах мира франчайзинг представляет собой приоритетную, наиболее благоприятную форму ведения бизнеса, для начинающих предпринимателей форму развития бизнеса, приносящую значительные доходы без существенных затрат. В свете интеграции экономического потенциала России, Беларуси и Казахстана в рамках Таможенного Союза назрела необходимость унификации законодательства с целью устранения правовых барьеров и расширения сферы взаимодействия субъектов хозяйствования указанных государств.

Республика Беларусь является одной из немногих стран, законодательство которых достаточно полно регламентирует отношения франчайзинга. Основным источником правового регулирования франчайзинга является Гражданский кодекс Республики Беларусь (далее – ГК РБ), в гл. 53 которого в редакции Закона от 18 авг. 2004 г., № 316-З, раскрывается сущность взаимоотношений правообладателя и пользователя в связи с лицензионным комплексом.

Кроме норм ГК РБ договор франчайзинга в части передачи прав на объекты интеллектуальной собственности регулируется Законами Республики Беларусь «О товарных знаках и знаках обслуживания», «О патентах на изобретения, полезные модели, промышленные образцы», Постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 21 марта 2009 г., № 346, «О регистрации лицензионных договоров, договоров уступки, договоров залога прав на объекты права промышленной собственности и договоров комплексной предпринимательской лицензии (франчайзинга)». Указанным Постановлением введена процедура обязательной регистрации договоров франчайзинга Национальным центром интеллектуальной собственности Республики Беларусь.

В целом, несмотря на отсутствие отдельного закона, регулирующего институт франчайзинга, законодательная база, регулирующая франчайзинговые отношения в Республике Беларусь, направлена на создание оптимальных условий для их развития.

Наибольший интерес для бизнеса Беларуси представляет взаимодействие с широким кругом партнеров в Российской Федерации, где развитие франчайзинговых отношений имеет свои особенности. Так, под договором франчайзинга в законодательстве Российской Федерации применяется термин – договор коммерческой концессии. Правовое регулирование коммерческой концессии в российском гражданском законодательстве появилось с принятием части второй Гражданского кодекса Российской Федерации и в ее составе – гл. 54 Гражданского кодекса Российской Федерации, которая состоит из четырнадцати статей, посвященных регулированию договора коммерческой концессии. Однако на практике договор коммерческой концессии в Российской Федерации применялся и ранее. Данная практика вполне согласовывалась с принципом свободы договора, закрепленным законодателем в части первой Гражданского кодекса Российской Федерации, а именно с положениями п. 2 ст. 421, в соответствии с которым стороны могут заключить договор как предусмотренный, так и не предусмотренный законом или иными правовыми актами.

Нормы, образующие институт коммерческой концессии, содержатся, помимо Гражданского кодекса Российской Федерации, и в иных нормативных правовых актах: Законе Российской Федерации от 23 сент. 1992 г., № 3520-1, «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров» (с последующими изм. от 27 дек. 2000 г., 30 дек. 2001 г., 11, 24 дек. 2002 г.), Патентном законе Российской Федерации от 23 сент. 1992 г., № 3517-1, (с изм. от 27 дек. 2000 г., 30 дек. 2001 г., 24 дек. 2002 г., 7 февр. 2003 г.), Законе Российской Федерации от 9 июля 1993 г., № 5351-1, «Об авторском праве и смежных правах (с изм. от 19 июля 1995 г.), Приказе Роспатента от 29 апр. 2003 г, № 64, «О Правилах регистрации договоров о передаче исключительного права на изобретение, полезную модель, промышленный образец, товарный знак, знак обслуживания, зарегистрированную топологию интегральной микросхемы и права на их использование, полной или частичной передаче исключительного права на программу для электронных вычислительных машин и базу данных»; в Законе Российской Федерации «О защите прав потребителей» (с изм. от 17 дек. 1999 г., 30 дек. 2001 г.).

Следует отметить, что Российская Федерация относится к числу стран, имеющих специальное законодательство о коммерческой концессии. Однако данные нормы в должной мере не регламентируют обязанности правообладателя по предоставлению потенциальным пользователям информации о коммерческой концессии, допустим, по примеру Модельного закона о раскрытии информации о франшизе, разработанном УНИДРУА. Регулирование ряда специальных вопросов по-прежнему требует наличия специальных подзаконных актов о коммерческой концессии.

В силу разнообразия видов франчайзинга – производственный, сбытовой, сервисный, которые представляют собой ведение различных форм бизнеса, с различным экономическим содержанием, требуется соответствующее их правовое регулирование. За-

конодательство Республики Беларусь, исходя из опыта Российской Федерации, могло бы предусмотреть полное изъятие договоров франчайзинга из сферы действия антимонопольных запретов, установив лишь ограничения на наиболее явные нарушения конкуренции, что способствовало бы их развитию.

В области международного франчайзинга отмечается отсутствие полной унификации, как в белорусском, так и в российском законодательстве о франчайзинге с иностранным законодательством и международными нормами.

В целях активизации деятельности по использованию потенциала франчайзинга как в Беларуси, так и в России, используя собственный и международный опыт государств, на наш взгляд, целесообразно:

- 1) унифицировать используемую правовую терминологию;
- 2) предусмотреть изъятие договоров франчайзинга из сферы действия антимонопольных запретов, установив лишь ограничения на наиболее явные нарушения конкуренции;
- 3) ограничить ответственность правообладателя в пределах деятельности пользователя, которые он в состоянии проконтролировать в рамках договора.