

ФРАНЧАЙЗИНГ КАК ПРАВОВАЯ ФОРМА КОММЕРЧЕСКОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

Договор франчайзинга представляет собой одну из разновидностей правовых форм коммерческого (торгового) взаимодействия с целью продвижения товара на рынок и более эффективной реализации товаров и услуг.

Термин «франчайзинг» (от фр. *franchise*) толкуется как привилегия, льгота. Франшиза представляет собой бизнес-систему в виде продолжительного делового сотрудничества сторон, в процессе которого коммерсант (франчайзер, правообладатель) предоставляет франчайзи (пользователю) право (лицензию, франшизу) на производство продукции, торговлю товарами и предоставление услуг под торговой маркой франчайзера на определенной территории и на возмездной основе.

Предметом договора франчайзинга является использование комплекса исключительных прав (права на товарный знак, на фирменное наименование и другие права интеллектуальной собственности), деловой репутации и коммерческого опыта франчайзера. Правовое регулирование договора франчайзинга обеспечивается нормами национально-го, европейского и международного права.

В Латвии договор франшизы регулируется ст. 474—480 Коммерческого закона, действующего с 1 января 2010 г.

В Германии, Англии, Франции отсутствует специальное законодательство о франчайзинге, и сфера данных правоотношений регулируется общими нормами гражданского и торгового права, некоторыми законами и Регламентом ЕС № 2790/1999 от 22 декабря 1999 г. Кроме того, Германской ассоциацией франчайзинга разработано руководство для данного вида коммерческих отношений. Британская ассоциация франчайзинга считает, что франчайзинг — это контрактная лицензия, предоставленная франчайзером другому предпринимателю, которая: а) позволяет или требует от предпринимателя ведения определенного бизнеса в течение срока контракта под именем или используя имя головной компании; б) обязывает головную фирму осуществлять постоянный контроль за деятельностью франчайзи, а также обеспечивать его поддержкой при ведении бизнеса, обучении персонала, управлении, сбыте и т.д.; в) обязывает франчайзи выплачивать головной фирме предусмотренные контрактом платежи.

В рамках Европейского союза в 1988 г. был принят Регламент № 4087/88, где в ст. 1.3а отмечалось, что под франшизой понимается совокупность прав промышленной или интеллектуальной собственности, касающихся товарных знаков, фирменных наименований, вывесок магазинов, полезных моделей, дизайна, авторских и патентных прав, ноу-хау, используемых при перепродаже товаров или оказании услуг.

В 1999 г. комиссия ЕС приняла Регламент № 2790/1999, который заменил Регламент № 4087/88 и установил единообразное правовое регулирование вертикальных отношений, возникающих в сфере дистрибьюторских отношений и франчайзинга.

Европейская ассоциация франчайзинга разработала отдельный свод правил в виде кодекса принципов и стандартов поведения (code of principles and standards of conduct).

В сфере международного правового регулирования франчайзинга необходимо выделить Руководство по организации международной сети франчайзинга (1999 г.) и Модельный закон о раскрытии информации (2002 г.), разработанные Международным институтом частного права (УНИДРУА). Международная торговая палата подготовила Типовой контракт франчайзинга (публикация МТП № 557).

*Н.И. Рудович, соискатель
БГЭУ(Минск)*

К ВОПРОСУ О НЕОБХОДИМОСТИ ЛИЦЕНЗИРОВАНИЯ РИЭЛТЕРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Отказ Республики Беларусь от административно-командной системы управления, переход к рыночным отношениям, либерализация экономической жизни страны изменили содержание основных функций государства, в том числе и в регулировании предпринимательских отношений. Основная задача состоит в том, чтобы найти оптимальную меру и наиболее эффективные формы вмешательства в экономическую систему, одновременно обеспечивая минимизацию негативных последствий функционирования рыночной экономики, в том числе в отношении слабо защищенного в социальном плане населения.

Для достижения указанных целей правительство использует прямые и косвенные методы, способствует формированию инфраструктуры, поддерживает сбалансированность экономики посредством кредитно-денежных, ценовых, налоговых инструментов. Одним из таких инструментов является лицензирование.

Институт лицензирования является достаточно сложным правовым образованием, а складывающиеся в процессе лицензирования отношения требуют не только адекватного нормативного регулирования, но и серьезного теоретического осмысления. Четкое установление пределов действия данного института позволяет сократить так называемые административные барьеры, препятствующие развитию рыночных отношений.

В Республике Беларусь риэлтерская деятельность относится к лицензируемым видам деятельности, так как сопряжена с риском значительных имущественных потерь в силу высокой стоимости объектов недвижимости. Учитывая особую значимость категории недвижимости