

Развитие методического и правового обеспечения франчайзинга в сфере услуг

Колинченко Михаил Владимирович

Аспирант 2 г.о.

*Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова,
экономический факультет, Москва, Россия*

E-mail: KolinchenkoM@mail.ru

В настоящее время в России франчайзинг не получил такого широкого распространения, как в Европе и не стал столь популярной формой ведения бизнеса, как в США, хотя потенциальные возможности его внедрения достаточно велики.

Основные проблемы франчайзинга в России в настоящее время концентрируются в области права. Это обусловлено тем, что франчайзинг как экономический инструмент основан на системе договорных отношений и нуждается в серьезном правовом регулировании, в то время как в отечественной системе права не существует специального закона, адекватно отражающего понятие «франчайзинг».

Формирование правовых норм по франчайзингу началось в США в 60-е годы 20 века. Предпосылками к этому послужили предоставление неполной информации о франшизе потенциальным покупателям, нарушение прав франчайзи и имитация успешно функционирующих систем с целью продажи заведомо неэффективных франшиз [3].

Правовое регулирование франчайзинга в России включает в себя следующие документы:

- Гражданский Кодекс Российской Федерации (часть вторая), Глава 54 «Коммерческая концессия»;

- Гражданский Кодекс Российской Федерации (часть четвертая) «Права на результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации»;

- Федеральный закон от 26 июля 2006 г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции».

В России также действует ассоциация, объединяющая франчайзеров, франчайзи, магазины франшиз, интернет-порталы, обслуживающие организации и другие компании, работающие в сфере франчайзинга – Российская ассоциация франчайзинга (РАФ), созданная для развития франчайзинга в России и СНГ [5]. РАФ насчитывает около 300 членов. Однако, на данном этапе развития самой ассоциации и франчайзингового рынка России в целом, РАФ не имеет такого влияния и охвата как зарубежные аналоги.

В отечественной системе права не существует специального закона о франчайзинге. При решении юридических вопросов предприниматели часто используют нормы, изложенные в Главе 54 Гражданского Кодекса Российской Федерации «Коммерческая концессия». Отношения, описанные в ней, по своей правовой природе схожи с отношениями, возникающими в сфере франчайзинга, однако большинство специалистов считают, что коммерческая концессия – более узкое понятие, чем франчайзинг и не включает в себя всего многообразия событий, происходящих в процессе создания и функционирования франчайзинговой системы [4].

Положения Главы 54 ГК РФ содержат ряд недостатков, которые способствуют тому, что субъекты франчайзинговых отношений отказываются от заключения договора коммерческой концессии и используют конструкции других соглашений (лицензионных соглашений, договоров по реализации товаров и услуг, лизинговых контрактов и так далее). Это связано с тем, что положения данной главы содержат несколько неприемлемых для эффективных предпринимательских отношений пунктов, затрудняющих использование франчайзинга в отечественной экономике. Например, статья 1034 «Ответственность правообладателя по требованиям, предъявляемым к пользователю», констатирующая субсидиарную ответственность франчайзера по предъявляемым к франчайзи требованиям, нарушает основной принцип системы

франчайзинга – независимость франчайзера и франчайзи. Наличие субсидиарной ответственности в значительной мере уменьшает преимущества развития франчайзинга по сравнению с развитием путем создания собственных предприятий.

Ещё одним недостатком в правовом регулировании коммерческой концессии является безусловная возможность сторон расторгнуть бессрочный договор без объяснения причин с уведомлением контрагента за 6 месяцев, если больший срок не установлен в договоре (ст. 1037 ГК РФ). Для франчайзи последствия такого расторжения могут влечь колоссальные убытки.

Тем не менее, в настоящее время ведется нормотворческая деятельность по совершенствованию российского законодательства. До недавнего времени статья 1035 ГК РФ содержала положения, согласно которым франчайзи, надлежащим образом исполнявший свои обязанности, имеет по истечении срока договора коммерческой концессии право на заключение договора на новый срок на тех же условиях. Это означало, что франчайзер был лишен возможности пересмотреть условия договора при его продлении, например, увеличить ставку роялти, изменить условия рекламной активности франчайзи и т.п., что совершенно неприемлемо в условиях российской действительности. Данное положение лишало срочный гражданско-правовой договор одного из принципов – пересмотр условий через определенное количество времени как реакция на изменение ситуации. Федеральным законом от 18.07.2011 № 216-ФЗ «О внесении изменений в часть вторую гражданского кодекса российской федерации» в данную статью включена возможность изменения условий договора коммерческой концессии по соглашению сторон при заключении договора на новый срок.

Данным же Федеральным законом в статье 1030 ГК РФ, гласившей ранее: «Вознаграждение по договору коммерческой концессии может выплачиваться пользователем правообладателю в форме фиксированных разовых или периодических платежей...» союз «или» заменен на «и (или)». Это важное дополнение, так как на практике вознаграждения, выплачиваемые франчайзеру, обычно носят комплексный характер (единовременные и периодические, за поставленный товар, за рекламу и т.д.).

Повышение эффективности и развитие франчайзинга в России требует, однако, более существенных изменений правовых норм. В первую очередь, необходимо разработать и принять специальный Федеральный закон РФ «О франчайзинге в Российской Федерации», а в остальные нормативно-правовые акты внести изменения.

Это позволит привести правовое обеспечение франчайзинга в России в соответствие с принятыми на Западе стандартами, что значительно повысит активность франчайзингового предпринимательства и сделает франчайзинговый бизнес более успешным, но при этом менее рискованным.

Литература

1. Гражданский Кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14-ФЗ (ред. от 30.11.2011).
2. Федеральный закон от 18.07.2011 № 216-ФЗ «О внесении изменений в часть вторую гражданского кодекса российской федерации».
3. Сосна С.А., Васильева Е.Н. Франчайзинг. Коммерческая концессия. М.: ИКЦ «Академкнига», 2005. С. 167.
4. Устюжанин А.А. Зарубежный опыт и российская практика развития франчайзинга. Автореф. дисс. на соискание ученой степени канд. экон. наук. Москва, 2010.
5. Российская ассоциация франчайзинга <http://www.rarf.ru>.