

М.Н. Лазутина

## ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ДОГОВОРА ФРАНЧАЙЗИНГА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

**Аннотация.** *Исследование посвящено вопросам правового регулирования договора франчайзинга в Республики Беларусь. Целью исследования является раскрытие сущности договора франчайзинга. Задачами исследования являются исследовать права и обязанности сторон по договору франчайзинга, рассмотреть ответственность сторон по договору франчайзинга, изучить основания для изменения и прекращения договора франчайзинга. Объектом настоящего исследования является совокупность общественных отношений, которые возникают, изменяются или прекращаются в результате заключения сторонами договора франчайзинга в Республике Беларусь. Предмет работы, составят нормы права, которыми характеризуется регламентация договора франчайзинга в Республике Беларусь. Основные методы, которые использовались для написания данной работы – это социологический, исторический, нормативный и сравнительно-правовой. Результатами исследования стали рекомендации по совершенствованию правового регулирования в области договора франчайзинга.*

**Ключевые слова:** *договор франчайзинга, Гражданский кодекс Республики Беларусь, правовая ответственность, права и обязанности сторон, правовое регулирование договора франчайзинга.*

Стратегическими национальными интересами Республики Беларусь являются устойчивое развитие экономики, ее высокая конкурентоспособность в глобальном окружении. В сложившихся реалиях 21 века одним из важнейших факторов внутренней безопасности страны становится создание необходимых условий для стимулирования деловой активности, самозанятости граждан, развития предпринимательской инициативы, особенно в малых и средних населенных пунктах. Как представляется, правовое регулирование отношений франчайзинга связано с данными проблемами. Подчеркнем, что с точки зрения юридического оформления франчайзинг представляет собой одну из самых сложных правовых сделок.

В белорусском законодательстве отношения франчайзинга регулируются договором комплексной предпринимательской лицензии, что отражается в главе 53 Гражданского кодекса Республики Беларусь (далее – ГК) [1]. Собственно, и само понятие «франчайзинг» появилось в белорусском праве с принятием в 1998 году нового Гражданского кодекса. По общему экспертному заключению, включение этого договора в ГК стало признанием его особого места и самостоятельного значения в гражданском обороте. Между тем, тогда белорусский законодатель ограничился тем, что в статье 910 ГК дал определение договору франчайзинга, установив, что отношения по франчайзингу «регулируются законодательством», одновременно указав, что договор франчайзинга может быть заключен только в случаях, которые предусмотрены законодательством.

Таким образом, «договоры франчайзинга в нашей стране оказались вне правового регулирования до принятия новой редакции главы 53 Гражданского кодекса, которая закрепила реальную возможность для коммерческих структур и предпринимателей заключать договоры франчайзинга, а также предусмотрела более детальное правовое регулирование данной деятельности» [2].

В белорусском национальном праве под договором франчайзинга понимается договор, по которому одна сторона (правообладатель) обязуется предоставить другой стороне (пользователю) за вознаграждение на определенный в договоре франчайзинга срок либо без указания срока лицензионный комплекс, включающий право использования фирменного наименования правообладателя, других объектов интеллектуальной собственности, предусмотренных договором франчайзинга, а также нераскрытой информации в предпринимательской деятельности пользователя.

Таким образом, предметом договора франчайзинга является передача правообладателем права на использование лицензионного комплекса (то есть «делового комплекса») для использования в предпринимательской деятельности пользователя. Предоставление права на использование лицензионного комплекса сопряжено с выполнением дополнительных обязательств правообладателя по отношению к пользователю.

Сторонами по договору франчайзинга являются правообладатель и пользователь. Согласно п. 3 ст. 910 ГК Республики Беларусь субъектами договора могут быть только лица, занимающиеся предпринимательской деятельностью, причем в их качестве могут выступать как юридические лица, так и индивидуальные предприниматели.

Основной обязанностью правообладателя является передача лицензионного комплекса, включающего право использования фирменного наименования правообладателя, других объектов интеллектуальной собственности, предусмотренных договором франчайзинга, а также нераскрытой информации в предпринимательской деятельности пользователя.

Среди прав франчайзера можно выделить следующие:

1) по окончании финансового года проводить аудит финансовой и бухгалтерской отчетности франчайзи за свой счет. В случае несвоевременной сдачи отчетности и задержки платежей (на срок, указанный в договоре), франчайзер имеет право на проведение аудита в любое удобное время, расходы на проведение которого оплачивает франчайзи;

2) контролировать соблюдение франчайзи общепринятых для конкретного типа производства технологических, санитарных и других норм при производстве продукта (оказании услуг);

3) контролировать содержание рекламы при проведении франчайзи рекламной кампании самостоятельно [3, с. 223].

Договором франчайзинга могут быть предусмотрены ограничения прав пользователя посредством указания на:

– обязательство пользователя не конкурировать с правообладателем на территории, на которую распространяется действие договора франчайзинга в отношении предпринимательской деятельности, осуществляемой пользователем с использованием принадлежащих правообладателю исключительных прав и нераскрытой информации;

– обязательство пользователя согласовывать с правообладателем место расположения помещений, используемых при исполнении договора франчайзинга, а также их внешнее и внутреннее оформление [4].

Основной обязанностью пользователя является обязанность по уплате вознаграждения правообладателю. Далее следуют обязанности, касающиеся требований к пользованию лицензионным комплексом:

1) использовать при осуществлении предусмотренной договором франчайзинга деятельности фирменное наименование правообладателя указанным в этом договоре образом;

2) обеспечивать соответствие качества товаров (работ, услуг), производимых (выполняемых, оказываемых) пользователем на основе договора франчайзинга, качеству аналогичных товаров (работ, услуг), производимых (выполняемых, оказываемых) непосредственно правообладателем;

3) соблюдать инструкции и выполнять указания правообладателя, направленные на обеспечение соответствия характера, способов и условий использования лицензионного комплекса тому, как он используется правообладателем, в том числе выполнять указания, касающиеся внешнего и внутреннего оформления помещений, используемых пользователем при исполнении договора франчайзинга;

4) оказывать покупателям (заказчикам) все дополнительные услуги, на которые они могли бы рассчитывать, приобретая товар, заказывая выполнение работ, оказание услуг непосредственно у правообладателя;

5) не разглашать полученную от правообладателя нераскрытую информацию, в том числе секреты производства (ноу-хау);

6) выдавать оговоренное количество комплексных предпринимательских сублицензий, если такая обязанность предусмотрена договором франчайзинга;

7) информировать покупателей (заказчиков) наиболее очевидным для них способом о том, что он использует фирменное наименование, товарный знак, знак обслуживания или иное средство индивидуализации участников гражданского оборота, товаров, работ или услуг на основании договора франчайзинга [5].

Правообладатель и пользователь по договору франчайзинга несут ответственность как друг перед другом, так и перед третьими лицами по договорам, заключенным с ними.

Ответственность правообладателя и пользователя друг перед другом устанавливается договором франчайзинга и наступает в случаях неисполнения или ненадлежащего исполнения обязательств по договору.

Если стороны не согласуют в договоре основания и размер имущественной ответственности, к стороне, не выполнившей обязательства или выполнившей их ненадлежащим образом, будут применяться санкции исходя из общих норм обязательственного права.

Законодательство урегулировало также вопросы ответственности правообладателя по требованиям, предъявляемым к пользователю.

В случае предъявления к пользователю требований о несоответствии качества товаров (работ, услуг), продаваемых (выполняемых, оказываемых) пользователем по договору франчайзинга, качеству аналогичных товаров (работ, услуг), продаваемых (выполняемых, оказываемых) непосредственно правообладателем, правообладатель несет субсидиарную ответственность.

Если требования предъявляются к пользователю как изготовителю продукции (товаров) правообладателя, то правообладатель отвечает солидарно с пользователем [6, с. 496].

Таким образом, ответственность правообладателя зависит от того, является ли пользователь изготовителем продукции либо выступает в качестве ее продавца. При этом нормы об ответственности правообладателя за деятельность пользователя являются императивными и не могут быть изменены соглашением сторон.

Можно не согласиться с возложением солидарной ответственности на правообладателя в любом случае. Заключение договора франчайзинга не предполагает совместной предпринимательской деятельности правообладателя и пользователя; они остаются самостоятельными участниками гражданского оборота и каждый из них согласно ст. 1 ГК осуществляет предпринимательскую деятельность под свою имущественную ответственность. В теории права необходимость солидарной ответственности правообладателя объясняют тем, что в данном случае потребитель не знает фактического изготовителя товара [7, с. 93].

На наш взгляд, данное положение закона должно быть изменено, тем более что любой потребитель знает, что вступает в отношения с самостоятельным субъектом хозяйствования, но под фирменным наименованием правообладателя, что уже обеспечено императивностью нормы законодательства о необходимости пользователя информировать потребителей наиболее очевидным для них способом об использовании средств индивидуализации на основании договора франчайзинга.

В соответствии со ст.910<sup>7</sup> ГК Республики Беларусь договор франчайзинга может быть изменен по правилам главы 29 «Изменение и расторжение договора» ГК.

Изменение договора франчайзинга подлежит регистрации в порядке, установленном для регистрации договоров франчайзинга.

В отношениях с третьими лицами стороны договора франчайзинга вправе ссылаться на изменение договора с момента регистрации этого изменения.

По общему правилу договор франчайзинга может быть изменен, как и всякий другой договор, по соглашению сторон. Кроме того, в соответствии с п.2 ст. 420 ГК по требованию одной из сторон договор может быть изменен по решению суда.

Важным моментом в договоре франчайзинга является его сохранение при изменении определенных условий, например, при перемене сторон договора. В соответствии со ст.910<sup>8</sup> ГК переход от правообладателя к другому лицу какого-либо исключительного права, входящего в предоставленный пользователю комплекс исключительных прав, не является основанием для изменения или расторжения договора франчайзинга. Новый правообладатель становится стороной этого договора в части прав и обязанностей, относящихся к перешедшему к нему исключительному праву.

В случае изменения правообладателем своего фирменного наименования договор франчайзинга в соответствии со ст.910<sup>9</sup> ГК сохраняется и действует в отношении нового фирменного наименования правообладателя, если пользователь не потребует расторжения договора и возмещения убытков. В случае продолжения действия договора франчайзинга пользователь вправе потребовать соразмерного уменьшения причитающегося правообладателю вознаграждения.

В соответствии с п.1 ст.910<sup>10</sup> ГК, если в период действия договора франчайзинга истек срок действия исключительного права, пользование которым предоставлено по этому договору, за исключением прекращения права на фирменное наименование без замены его новым фирменным наименованием, либо такое право прекратилось по иному основанию, договор франчайзинга продолжает действовать, за исключением положений, относящихся к прекратившемуся праву, а пользователь, если иное не предусмотрено договором франчайзинга, вправе потребовать соразмерного уменьшения причитающегося правообладателю вознаграждения.

Что касается вопроса прекращения договора франчайзинга, необходимо указать, что данный договор прекращается, прежде всего, в силу оснований расторжения договора, предусмотренных главой 29 ГК. То есть действие договора прекращается по соглашению сторон и по требованию заинтересованной стороны при существенном нарушении договора другой стороной. Также договор франчайзинга прекращается по истечении срока договора (если договор срочный).

Отличительная особенность договора франчайзинга – одно из оснований его прекращения, предусмотренное п.2 ст.910<sup>8</sup> ГК: в случае смерти правообладателя – индивидуального предпринимателя и перехода в установленном законодательством порядке его прав и обязанностей по договору франчайзинга к наследнику договор франчайзинга прекращается, если наследник не зарегистрирован в течение 6 месяцев со дня открытия наследства в установленном законодательством порядке в качестве индивидуального предпринимателя.

В качестве еще одного отличительного основания прекращения договора франчайзинга выступает прекращение права на фирменное наименование правообладателя без замены его новым фирменным наименованием согласно п.2 ст.910<sup>10</sup> ГК.

Франчайзи должен прекратить использование интеллектуальной собственности франчайзера [8, с. 189].

Законодатель также допускает возможность отказа от исполнения договора франчайзинга в одностороннем порядке. В соответствии с п.2 ст.910<sup>11</sup> ГК каждая из сторон договора франчайзинга, заключенного без указания срока, вправе в любое время полностью отказаться от исполнения договора, уведомив об этом другую сторону за 6 месяцев, если договором не предусмотрен более продолжительный срок.

Следует помнить, что в силу предписаний п.3 ст.910<sup>11</sup> ГК досрочное расторжение договора франчайзинга, заключенного с указанием срока, а также расторжение срока, заключенного без указания срока, подлежит регистрации в порядке, установленном для регистрации договоров франчайзинга. Аналогичные подходы содержатся и в ГК Российской Федерации.

Таким образом, в настоящей работе сделаны все необходимые правовые акценты, касающиеся данного вида экономической деятельности на основе существующих законодательных норм.

При этом, на наш взгляд, для развития франчайзинга в Беларуси необходимо осуществить ряд следующих мероприятий:

1) развитие рынка недвижимости, так как большинство франшиз в сфере общественного питания, розничной торговли, бытовых услуг требует размещения в современных торговых центрах с большим потоком потенциальных клиентов;

2) развитие системы информационной поддержки, обучающих программ по вопросам франчайзинга;

3) совершенствование нормативной правовой базы, регулирующей франчайзинговые отношения для привлечения иностранных брендов на белорусский рынок;

4) поддержка развития франчайзинга кредитными организациями и предоставление целевых кредитов на приобретение франшиз малым бизнесом.

Для Республики Беларусь франчайзинг является резервом не только количественного роста предпринимательского сектора, но и повышения качества бизнеса, возможностей интеграции его субъектов в систему международных экономических связей.

#### Список источников

1. Гражданский кодекс Республики Беларусь [Электронный ресурс]: 7 декабря 1998 г. № 218-З: принят Палатой представителей 28 октября 1998 г.: одобр. Советом Респ. 19 ноября 1998 г.: с изм. и доп., вступ. в силу с 4 мая 2019 г. // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. Центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2022.
2. Беляева, Т.А. Договор франчайзинга: проблемы и коллизии в законодательстве // Консультант Плюс Беларусь [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2010. – Дата доступа: 20.05.2022.
3. Рыкова, И.В. Франчайзинг: новые технологии, методология, договоры: учебное пособие / И.В. Рыкова. – М.: Современная экономика и право, 2000. – 223 с.
4. Функ, Я.И. Франчайзинг в Беларуси: в ГК внесены изменения / Я.И. Функ // БНПИ. Юрид. мир. – 2004. – № 18.
5. Хлебников, Ю.В. Правовое регулирование коммерческой концессии в гражданском законодательстве России: автореф. дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.03 / Ю.В. Хлебников; Сев.-Кавказ. акад. гос. службы. – Ростов-на-Дону, 2005. – 22 с.
6. Витушко, В.А. Гражданское право: учеб. пособие. Особенная часть. – Минск: МИТСО, 2012. – 496 с.
7. Быкова, С.Н. Теоретические аспекты франчайзинга и франшиз / С.Н. Быкова // Молодой ученый. – 2019. – № 38. – 93 с.
8. Климова, С.В. Правовой режим франчайзинга в национальном и международном обороте: дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.03 / С.В. Климова. – М., 2011. – 189 л.