

## РЕГЛАМЕНТАЦИЯ ОТНОШЕНИЙ СТОРОН ПО ДОГОВОРУ ФРАНЧАЙЗИНГА ПРИ ВКЛЮЧЕНИИ В ЛИЦЕНЗИОННЫЙ КОМПЛЕКС «НОУ-ХАУ» ФРАНЧАЙЗИ

**В.В. Бессарабова**

*соискатель ученой степени кандидата юридических наук,  
vsvictorychka@mail.ru*

**Аннотация.** *Статья посвящена исследованию особенностей правоотношений, складывающихся между правообладателем и пользователем при исполнении договора франчайзинга в случаях, когда существует потребность в распространении «ноу-хау» франчайзи во всей сети франчайзера.*

**Ключевые слова:** *франчайзинг; франчайзер; франчайзи; франшиза; «ноу-хау»; лицензионный комплекс.*

**Abstract.** *the article is devoted to the study of the peculiarities of legal relations between the copyright holder and the user in the execution of the franchise agreement in cases where there is a need to distribute the «know-how» of the franchisee throughout the franchisor's network.*

**Keywords:** *franchising; franchisor; franchisees; franchise; «know-how»; licensed complex.*

В мировой практике еще в 1970-х гг. возникла потребность регламентации правоотношений между правообладателем и пользователем по договору франчайзинга при распространении «ноу-хау» франчайзи во всей сети франчайзера [1].

Франчайзинговая деятельность является предметом нормативно-правового регулирования преимущественно в Соединенных Штатах Америки (далее – США), а также в странах Восточной и Западной Европы. Отсутствие специального регулирования франчайзинговых правоотношений в правовых системах отдельных стран не мешает широкому использованию договора франчайзинга в гражданском обороте при условии, что законодательство не содержит ограничений, влияющих на возможность заключения рассматриваемого договора. В странах, где широко распространены различные виды франчайзинговых отношений, законодательство США, в большей степени, направлено на всестороннюю регламентацию условий осуществления франчайзинговой деятельности посредством договора. Договор франчайзинга является традиционным для англо-саксонской системы

права и до настоящего времени не получил детальной регламентации в международных соглашениях.

Впервые законодательная регламентация договорных отношений по франчайзингу в нашей стране была осуществлена в Гражданском кодексе Республики Беларусь от 7 декабря 1998 г. № 218-З (далее – ГК РБ), где франчайзингу, как самостоятельному типу договора, была посвящена гл. 53, представленная ст. 910, в п. 1 которой содержалось законодательное определение договора, а в п. 2 – законодательное ограничение на заключение договора франчайзинга, которое выражалось в возможности его заключения только в случаях, предусмотренных законодательством. Поскольку такие случаи в действующем тогда законодательстве Республики Беларусь отсутствовали, данная правовая норма фактически представляла собой запрет на заключение рассматриваемого договора.

Только спустя 6 лет в связи с вступлением в силу редакции ГК РБ от 18 августа 2004 г. были сняты законодательные ограничения на заключение договора франчайзинга, и правовое регулирование рассматриваемых договорных отношений стало общедозволительным. Это позволило заключать договора комплексной предпринимательской лицензии между резидентами и нерезидентами Республики Беларусь, между субъектами хозяйствования Республики Беларусь внутри страны, и франчайзинг постепенно приобрел в Беларуси универсальный характер ввиду предоставляемых франчайзером хозяйственно-экономических преимуществ для франчайзи, поскольку передаваемый по договору лицензионный комплекс в соответствии с п. 1 ст. 910 ГК РБ (в ред. от 5 января 2013 г.) включает право использования фирменного наименования правообладателя, как субъекта хозяйствования, и нераскрытой информации – обязательных элементов указанного комплекса.

Первый договор комплексной предпринимательской лицензии был зарегистрирован в патентном ведомстве Республики Беларусь в 2006 г. Всего по итогам 2023 г. по данным, содержащимся в Годовом отчете Национального центра интеллектуальной собственности, в Республике Беларусь зарегистрирован 1051 договор франчайзинга [2]. Практика заключения договоров комплексной предпринимательской лицензии в Республике Беларусь за период с 2006 по 2023 гг. свидетельствует о том, что франчайзерами, как правило, являются коммерческие юридические лица Республики Беларусь. Но число иностранных франчайзеров, предоставляющих франшизы белорусским франчайзи, постоянно увеличивается, что свидетельствует

о потенциальных возможностях развития франчайзинговых и субфранчайзинговых отношений с иностранным элементом в Республике Беларусь. Из всех заключенных на территории Республики Беларусь договоров большинство иностранных франчайзеров являются субъектами хозяйствования Российской Федерации.

Анализ правовых норм, содержащихся в ГК РБ (в ред. от 22 апреля 2024 г.), с учетом изменений, вступающих в силу с 6 января 2025 г., и иных норм национального законодательства свидетельствует об отсутствии в Республике Беларусь законодательной регламентации возможности использования (при возникновении потребности) «ноу-хау» франчайзи непосредственно самим франчайзером при осуществлении предпринимательской деятельности и всеми пользователями в сети франчайзинга, поскольку изначально «ноу-хау» не было включено в лицензионный комплекс.

В соответствии со ст. 980 ГК РБ секреты производства («ноу-хау») являются объектами интеллектуальной собственности. Их защита от несанкционированного использования третьими лицами без разрешения правообладателя на практике, как правило, осуществляется путем установления режима коммерческой тайны, не требующего получения патента или иных специальных документов, что позволяет сохранить охраняемую информацию в тайне («проприетарное ноу-хау» [3, с. 55]).

В соответствии с п. 2 ст. 1010 ГК РБ и п. 2 ст. 140 ГК РБ обязательным для правообладателя таких сведений является принятие конкретных мер, направленных на сохранение тайны информации, составляющей секрет производства. Например, охрана рецептуры (что характерно для франчайзинговой сети) в качестве секрета производства в режиме «ноу-хау» позволяет в течение длительного времени сохранять ее в тайне, позволяя тем самым поддерживать фактическую монополию на рынке [4].

Нераскрытая информация, как объект гражданских прав (ст. 128 ГК РБ), составляющая вместе с фирменным наименованием правообладателя обязательные элементы предмета договора комплексной предпринимательской лицензии, может включать технические, организационные, коммерческие секрета производства, такие как:

- особенности организации и осуществления предпринимательской деятельности каждого франчайзингового объекта (точки), в т.ч. стандарты оформления, конкретные требования по использованию фирменного наименования, как средства индивидуализации участников гражданского оборота (товаров, работ, услуг) – на товарах, их упаковке, в рекламе, вывесках,

проспектах, печатных изданиях, в документации, связанной с франчайзинговой деятельностью, а также при демонстрации товаров на выставках и ярмарках (п. 1 ст. 1013 ГК РБ); такой способ индивидуализации должен быть присущ и всем франчайзи;

- непосредственно сама рецептура, как секрет производства («ноу-хау»), при ее использовании, если это необходимо для работы франшизы;
- процессы организации осуществления учета и контроля деятельности франчайзи (пользователя);
- иные экономические сведения, составляющие секрет производства.

Данный перечень является не исчерпывающим, так как франчайзер сам изначально определяет, какую информацию следует охранять в режиме «ноу-хау», а в процессе осуществления франчайзинговой деятельности сведения, составляющие действительную или потенциальную коммерческую ценность для франчайзера могут меняться и, следовательно, в отношении них требуется установление режима коммерческой тайны, как правило, путем заключения дополнительного соглашения к договору франчайзинга, поскольку действующее законодательство Республики Беларусь, регулирующее комплексную предпринимательскую лицензию, не содержит специальных норм, регламентирующих передачу прав на использование «ноу-хау» от пользователя к правообладателю с целью распространения во всех субъектах франчайзинговой сети.

Франчайзи не только по договору комплексной предпринимательской лицензии, но и в силу норм действующего гражданского законодательства, включая нормы ГК РБ и Закона Республики Беларусь «О коммерческой тайне» от 5 января 2013 г. № 16-З (ред. от 17 июля 2018 г. № 132-З), принимают на себя обязательство по сохранению конфиденциальности сведений, составляющих коммерческую тайну франчайзера. Им запрещается передавать третьим лицам информацию, имеющую действительную или потенциальную коммерческую ценность, связанную с производством, управлением технологическими процессами, финансами и другой деятельностью франчайзера, перечень которой определен заключенными договорами франчайзинга.

Франчайзер, являясь правообладателем такой информации, принимает активные меры, направленные на сохранение ее конфиденциальности, а ее разглашение, в том числе путем передачи, способно нанести существенный ущерб интересам правообладателя. При этом пользователь, как наниматель, обязан (в соответствии с договором франчайзинга) включать в трудовые контракты со своими работниками требования о неразглашении

сведений, составляющих коммерческую ценность, а также ответственность за их нарушение.

Если в процессе осуществления франчайзинговой деятельности «ноу-хау» создается непосредственно франчайзи, и у франчайзера возникает потребность в его использовании во всей франчайзинговой сети, то возникает вопрос регламентации данных правоотношений с целью бесспорного определения принадлежности прав на созданный объект интеллектуальной собственности и правомерности его использования франчайзером и его франчайзи на основании заключенных договоров франчайзинга при осуществлении предпринимательской деятельности.

Так как законодательство Республики Беларусь, регулирующее комплексную предпринимательскую лицензию, не содержит соответствующих правовых норм, но при этом не запрещает такое использование, то возможно заключение дополнительного соглашения к договору между франчайзером и его франчайзи (при условии согласия пользователя) передать на возмездной или безвозмездной основе правообладателю созданное «ноу-хау».

В ситуации, когда создание «ноу-хау» является результатом исполнения заключенного договора франчайзинга, вопрос о возмездности передачи прав на его использование может быть решен правообладателем и пользователем самостоятельно на основе норм действующего законодательства с целью распространения секрета производства во всей франчайзинговой сети. Специальные нормы гражданского законодательства Республики Беларусь, регулирующие вопросы передачи прав от франчайзи к франчайзеру с целью включения в лицензионный комплекс при осуществлении предпринимательской деятельности и использования в сети франчайзера всеми франчайзи, отсутствуют. Пробелом в праве является и отсутствие законодательной регламентации передачи прав на использование секретов производства в составе лицензионного комплекса по договору франчайзинга, созданных несколькими франчайзи, в том числе с участием франчайзера.

Рассматриваемые практические ситуации создания и использования «ноу-хау» в процессе осуществления франчайзинговой деятельности повлекут изменение всех договоров франчайзинга, заключенных правообладателем с остальными пользователями в его франчайзинговой сети, что потребует уплаты патентной пошлины в соответствии с п. 8.5. Приложения 23 к Особенной части Налогового кодекса Республики Беларусь от 29 декабря 2009 г. № 71-3 (ред. от 22 апреля 2024 г.).

Таким образом, в процессе исследования особенностей регламентации отношений сторон по договору франчайзинга, который рассматриваем как самостоятельный гражданско-правовой институт, отметим, что франчайзингу присущ комплексный характер правоотношений сторон, а «ноу-хау», как элемент франчайзинговой деятельности, входящий в лицензионный комплекс (комплекс исключительных прав, передаваемый франчайзи по договору), может рассматриваться как системы, методы и знания не только франчайзера, но и франчайзи, являясь самостоятельным объектом интеллектуальной собственности, а именно – объектом права промышленной собственности согласно ст. 998 ГК РБ. «Ноу-хау» всегда включает именно нераскрытую информацию, в том числе и секреты производства.

Законодательная регламентация отношений правообладателя и пользователя при включении в лицензионный комплекс «ноу-хау» франчайзи возможна путем дополнения гл. 53 ГК РБ нормами, определяющими:

- принадлежность прав на секреты производства, созданные отдельным франчайзи, несколькими франчайзи и указанными лицами с участием франчайзера в процессе исполнения заключенного договора франчайзинга;

- порядок и условия передачи прав на «ноу-хау» от франчайзи к франчайзеру непосредственно при осуществлении франчайзинговой деятельности;

- специальный механизм распространения «ноу-хау», созданного одним или несколькими франчайзи (в том числе с участием франчайзера) и не включенного в лицензионный комплекс, передаваемый по договору комплексной предпринимательской лицензии при его заключении.

#### **Список использованных источников**

1. The secret history of McDonald's Filet-O-Fish Sandwich // Business Insider. – URL: <https://www.businessinsider.com/history-of-mcdonalds-filet-o-fish-2018-1> (date of access: 01.05.2024).
2. Годовой отчет 2023 // Национальный центр интеллектуальной собственности: [сайт] – Минск, 2024. – URL: <https://www.ncip.by/izdaniya-i-publikatsii/godovoy-otchet/> (дата обращения: 01.05.2024).
3. Руководство по франшизе. – Женева, 1995. – 82 с.
4. Ответы на частые вопросы. Вопрос 14 // Национальный центр интеллектуальной собственности: [сайт]. – Минск, 2024. – URL: [https://www.ncip.by/otvety-na-chastye-voprosy/organizatsiya-khochet-prodat-retsepturu-no-kak-nma-ona-po-uchetu-nikogda-ne-chislilas-yavlyaetsya-li/?special\\_version=Y](https://www.ncip.by/otvety-na-chastye-voprosy/organizatsiya-khochet-prodat-retsepturu-no-kak-nma-ona-po-uchetu-nikogda-ne-chislilas-yavlyaetsya-li/?special_version=Y) (дата обращения: 13.05.2024).