(cc) BY

Иванова Алеся Игоревна
студентка
Фарафонтова Екатерина Львовна
старший преподаватель
ФГБОУ ВО «Сибирский государственный университет
науки и технологий им. академика М.Ф. Решетнева»
г. Красноярск, Красноярский край

НЕКОТОРЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ФРАНЧАЙЗИНГА В РОССИИ

Аннотация*: франчайзинг является одним из способов развития бизнеса, который позволяет предпринимателю достичь быстрых экономических успехов за счет договорного использования известного бренда. В статье рассматриваются правовые аспекты регулирования франчайзинговых отношений в РФ, связанные с отсутствием специального законодательства в данной области.*

Ключевые слова*: франчайзинг, коммерческая концессия, правовые проблемы, предпринимательство, малый бизнес.*

Успешность развития современного бизнеса во многом зависит от опытного руководства хозяйственными процессами, в том числе с помощью применения современных инновационных технологий. Одним из наиболее перспективных и популярных видов предпринимательства на сегодня считается франчайзинг или его российский аналог – коммерческая концессия. Это не удивительно, так как использование популярного бренда и уже отработанных маркетинговых схем дает большое преимущество владельцам малого и среднего бизнеса. Франчайзинг предоставляет возможность крупным компаниям превратить свою существующую сеть в эффективно работающий, сильный бизнес, в котором работают преданные делу и бренду люди [4, с. 4]. Но при всем широком спектре достоинств, франчайзинг может представлять угрозу для свободной конкуренции (в случае злоупотребления ограничительными условиями), именно поэтому

Content is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

развитие концессионных правоотношений не мыслится без развития антимонопольного и гражданского законодательства.

Правовое регулирование франчайзинга на сегодняшний день является одной из основных проблем данного института. Необходимо начать с того, что термин франчайзинг в российском законодательстве отсутствует, как и отсутствует единая терминология, характеризующая франчайзинговые отношения. Законодательное закреплено в России понятие «коммерческая концессия», которое, по мнению многих ученых, вводит в заблуждение потребителей относительно сути этих двух различных договоров: франчайзингового договора и договора коммерческой концессии [1, с. 2].

Начало правового регулирования франчайзинга в Российской Федерации относится к 1996 году, когда Гражданский кодекс РФ был дополнен главой 54 «Коммерческая концессия» [3]. Хотя сам термин «франчайзинг» использован не был, но коммерческая концессия обладает множеством присущих ему черт, что позволяет говорить о существовании механизма правового регулирования франчайзинга в России. Тем не менее, у большинства правообладателей возникли сомнения, можно ли использовать договор коммерческой концессии при реализации франчайзинговых и близких к ним схем [4, с. 56].

Существует ряд проблем, которые стоят на пути эффективного правового регулирования франчайзинга:

1. Некорректность применения понятия «коммерческая концессия» к отношениям франчайзинга. Так, О.Л. Алферина в своей статье «Коммерческая концессия и франчайзинг: особенности применения в России» излагает точку зрения, в соответствии с которой «франчайзинг и коммерческая концессия имеют разное содержание и соотносится как видовое и родовое, т.е. коммерческая концессия – это один из видов франчайзинга в международном понимании данного термина» [2, с. 13];

2. Недочёты в гл. 54 ГК РФ, которые требуют внесения изменений.

Существует строгое правило: заключение договоров франчайзинга сопровождается использованием и соблюдением внутреннего законодательства

Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

принимающей стороны. Отсутствие специальной правовой базы в РФ, регулирующей данные отношения, существенно сужает возможности развития франчайзинга. Поэтому зарубежные франчайзоры (компании) не торопятся предоставлять комплексы исключительных прав на территорию, чьи законы только частично защищают их интересы, и где отсутствует чёткий механизм правового регулирования [6, с. 1193].

3. Неправильный подход к предмету договора.

В связи с тем, что в законодательстве отсутствует регулирование франчайзингового договора, а договор коммерческой концессии не вполне отражает сущность франчайзинга и несет в себе при заключении дополнительные неудобства для франчайзера, возникает вопрос о целесообразности заключения данного договора. Зачастую зарубежные франчайзеры вовсе не заключают договор коммерческой концессии, а заменяют его комплексом договоров (лицензионный договор; агентский договор; договор простого товарищества; договор поставки; лизинговый договор и другие) [5, с. 49].

Таким образом, в России франчайзинг как разновидность коммерческих отношений еще не получил должного развития, тем не менее нормотворческая деятельность по совершенствованию российского законодательства в настоящее время ведётся. Следует отметить, что ряд проблем правового регулирования франчайзинга, в том числе законодательное закрепление данного термина, должен был решить проект Федерального закона РФ «О франчайзинге». Однако данный законопроект оказался недостаточно проработанным и вместо решения существующих проблем мог создать новые, вследствие этого он вполне закономерно был отклонен Государственной Думой ФС РФ [7].

Для России дальнейшее развитие франчайзинга увеличит количество субъектов малого предпринимательства, которые создадут новые рабочие места, принесут дополнительные налоги в государства, а для потребителя создадут расширенные территориальные границы рынка по предоставлению возможности приобретения определенных товаров или предоставления услуг. Но действенность и

Content is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

эффективность применения рассматриваемого института напрямую зависят от его строгого правового регулирования.

Список литературы

1. Абдрахманова Р.Ю. Правовое регулирование франчайзинга в РФ и зарубежных странах // Студенческий научный форум [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.scienceforum.ru/2016/1708/19717 (дата обращения: 18.01.2018).

2. Алферина О.Л. Коммерческая концессия и франчайзинг: особенности применения в России / О.Л. Алферина // Достижения и перспективы экономических наук. – 2014. – С. 13–14.

3. Гражданский кодекс Российской Федерации, Ч. 2 от 26 января 1996 г. №14-ФЗ // Собрание законодательства Российской Федерации. – 1996. – 29 января. – №5. – Ст. 410.

4. Еремин А.А. Франчайзинг и договор коммерческой концессии: теория и практика / А.А. Еремин. – Саратов, 2015. – 216 с.

5. Кац Р.Б. Франчайзинг: построение предприятия, бухгалтерский учёт, правовые аспекты / Р.Б. Кац. – М.: ГроссМедиа Ферлаг, 2010. – 179 с.

6. Медведев А.В. Проблемы правового регулирования франчайзинга на территории РФ / А.В. Медведев // Научный альманах. – 2015. – С. 1192–1195.

7. Постановление ГД ФС РФ от 16.03.2016 №8479–6 ГД «О проекте федерального закона №503845–6 «О франчайзинге» / Собрание законодательства РФ. – 2016. – №12. – Ст. 1629.

Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)