

ФРАНЧАЙЗИНГ: ОСОБЕННОСТИ И ПРЕИМУЩЕСТВА

Ю.Ю. Князь (БГЭУ)

Научный руководитель:

кандидат юрид. наук, доцент Н.М. Халецкая

Франчайзинг получил широкое распространение в развитых странах и признан наиболее эффективным способом стимулирования малого и среднего бизнеса.

Термин «франчайзинг» происходит от английского *franchising* – право, привилегия. Под франчайзингом принято понимать отношения, в силу которых одно лицо (франчайзер) предоставляет второму лицу (франчайзи) «деловой комплекс», состоящий из охраноспособных (фирменное наименование, товарный знак, знак обслуживания и другое) и неохраноспо-

собных (деловой опыт, знания и другое) прав для осуществления франчайзи предпринимательской деятельности, аналогичной деятельности франчайзера. В свою очередь, франчайзи обязуется выплачивать франчайзеру вознаграждение и выполнять иные обязанности, установленные договором [1, с. 99].

Франчайзинг предоставляет следующие возможности: франчайзи является собственником произведенного товара или услуг; франчайзер предоставляет франчайзи право на использование известной торговой марки, фирменного наименования (первоначально получает рекламу и занимает определенное место на рынке); франчайзер передает франчайзи комплект методических материалов в виде инструкций по материалам, сырью, оборудованию, поставщикам, системе сбыта, технологии ведения дела и проводит курс обучения для того, чтобы франчайзи мог в кратчайший срок начать новый бизнес; франчайзер оказывает помощь в снабжении производства франчайзи, предоставляя возможность приобретать по льготным ценам материал, сырье, оборудование как у самой компании, так и у ее поставщиков.

Однако франчайзинг имеет некоторые недостатки. Во-первых, франчайзи должен осуществлять определенные выплаты (роялти) в виде фиксированного платежа или отчисления от прибыли. Во-вторых, франчайзи обязан придерживаться методов ведения бизнеса франчайзера. Договор франчайзинга следует отличать от сходных обязательств. Наиболее близкими к договору франчайзинга являются лицензионные договоры, предусматривающие передачу права на использование объектов интеллектуальной собственности. Основное отличие заключается в том, что целью франчайзинговых договоров всегда является создание новых предпринимательских комплексов, а для лицензионных договоров не имеет значения цель такого использования. Кроме того, предмет договора франчайзинга не ограничивается передачей объектов интеллектуальной собственности в пользование и включает в себя элементы договоров на возмездное оказание услуг, купли-продажи. Франчайзинговые соглашения обычно носят длительный характер, в их основе лежат не разовые юридические действия (в отличие от договора об исключительном импорте), а осуществление предпринимательской деятельности на определенной территории и в течение определенного срока или бессрочно. Отличие франчайзинговых соглашений от предпринимательских договоров, связанных с управлением одним юридическим лицом другим юридическим лицом состоит в том, что пользователь, предлагая потребителям товары или оказывая услуги с использованием фирменного наименования или товарного знака правообладателя, действует от своего имени и несет самостоятельную имущественную ответственность по своим обязательствам.

Сбытовой франчайзинг следует отличать от реализации товаров (оказания услуг) на основании договоров поручения и комиссии. По договору поручения поверенный совершает от имени и за счет доверителя определенные юридические действия (в частности, заключает сделки). Права и обязанности по таким сделкам возникают непосредственно у доверителя. По договору комиссии комиссионер по поручению комитента за вознаграждение совершает сделки от своего имени, но за счет комитента. По таким сделкам приобретает права и становится обязанным комиссионер, хотя бы комитент и был назван в сделке или вступил с третьим лицом в непосредственные отношения по исполнению сделки. От указанных договоров договор франчайзинга отличает, в частности, следующее: во-первых, по договорам поручения и комиссии не передаются права на использование объектов интеллектуальной собственности, принадлежащие доверителю либо комитенту; во-вторых, эти договоры не предусматривают обязанности доверителя (комитента) обучать своих контрагентов ведению бизнеса; в-третьих, платежи идут от доверителя (комитента) к поверенному (комиссионеру), а не наоборот, как это имеет место в договоре франчайзинга [2, с. 33].

Таким образом, франчайзинг представляет собой довольно сложную систему оборота товаров и услуг, который предоставляет определенные преимущества как для франчайзи, так и для франчайзера. Кроме того, франчайзинг является самостоятельной и эффективной моделью, которая значительно отличается от лизингового договора, договоров комиссии и поручения и других обязательств.