

Франчайзинг Халқаро хусусий ҳуқуқда Франчайзинг в международном частном праве Franchising in private international law

Нуъмонов Мухаммадқодирхон Нодирбекович

Университет мировой экономики и дипломатии

Магистрант факультета «Международное бизнес-право»

Numonov97@internet.ru

ABSTRACT

Основная цель этой статьи состоит в том, чтобы подчеркнуть важность и значимость законодательства о франчайзинге в международном частном праве. Автором выявлены элементы и основные права и обязанности сторон по договору комплексной предпринимательской лицензии (франшизы). Также в статье раскрываются суть и значение правового регулирования франшизинга в Республике Узбекистан в правовом порядке современного рыночного типа, анализируются причины низкой активности местных предпринимателей в плане заключения данного договора. Предлагаются пути устранения этих причин и улучшения сложившейся ситуации.

ARTICLE INFO

Received: 22nd February 2022

Revised: 30th March 2022

Accepted: 23th April 2022

KEYWORDS:

Франчайзинг (франшизинг), международный, франчайзер (комплексный лицензиар), франчайзи (комплексный лицензиат) интенсивные процессы, предпринимательская лицензия, диверсификация рисков, международное частное право, гражданско-правовой договор, *lexmercatoria*.

Введение

С точки зрения частного права, отношения по международному франчайзингу возникают на основесоответствующего гражданско-правового договора - договора международного франчайзинга.

Договор франчайзинга является международным, если имеет связь с правовыми порядками двух или более государств, когда стороны договора – франчайзер и франчайзи - имеют основные места деятельности (коммерческие предприятия) на территориях различных государств и в других случаях наличия иностранного элемента в этом договоре. Договор франчайзинга, в том числе международный, является разновидностью коммерческой сделки, поскольку его участниками являются лица, занимающиеся предпринимательской деятельностью.

Основная часть

До настоящего времени унифицированное международное правовое регулирование договора франчайзинга, а также его унифицированное определение отсутствуют. Основными источниками

правового регулирования договора франчайзинга, включая международные коммерческие договоры, выступают национальное право и источники так называемого *lex mercatoria*. Национальное право может оказаться применимым к договору международного франчайзинга в силу автономии воли сторон либо в силу действия права, применимого в отсутствие соглашения сторон о применимом праве. В законодательстве зарубежных стран по-разному решается вопрос о правовом регулировании договора франчайзинга и отношений по франчайзингу в целом. Следовательно, необходимо рассмотреть, какие особенности имеет регулирование данного договора в зарубежных странах, в том числе с другой правовой системой.

Например, в Соединенных Штатах Америки законы о франчайзинге разработаны как на федеральном уровне, так и на уровне штатов.

Однако, в основном, они посвящены не собственно договорным, а преддоговорным отношениям по франчайзингу. Непосредственно отношения по франчайзингу регулируются нормами договорного и обязательственного права. Определение франчайзинга содержится в "Требованиях о раскрытии и запретах, касающихся франчайзинга", утвержденных Постановлением Федеральной торговой комиссии США 1978 года. При этом в регулировании франчайзинговых отношений в США значительная часть остается за судебными прецедентами [6].

В праве Англии отсутствуют как специальные положения о договоре франчайзинга, так и нормы о преддоговорных отношениях по франчайзингу. Определение франчайзинга было дано в Законе "О финансовых услугах" 1986 года. Правовое регулирование договорных отношений по франчайзингу строится в соответствии с законами, которыми регламентируются отдельные виды коммерческой деятельности, а также законами, посвященными коммерческой деятельности вообще ("О честной торговле" 1973 года, "Об ограничительной деловой практике" 1976 года, "О поставках товаров и услуг" 1982 года и др.) [6].

В целом, правовое регулирование договора франчайзинга в Великобритании строится в соответствии с общими нормами договорного и обязательственного права, а также судебными прецедентами.

Во Франции определение договора франчайзинга было дано в Законе Франции от 31.12.1989 N 89-1008 "О развитии коммерческих и кустарных предприятий и улучшении экономических, правовых и социальных условий их функционирования". Гражданско-правовые отношения, вытекающие из договоров франчайзинга, регулируются нормами Французского гражданского кодекса 1804 года и Французского торгового кодекса 1807 года. Французское торговое законодательство содержит правила относительно преддоговорного раскрытия информации о франчайзере, которые сформулированы в ст. L.330-3 Французского торгового кодекса [7].

В Германии также отсутствуют как положения относительно самого договора франчайзинга, так и предписания о преддоговорных отношениях по франчайзингу. К отношениям между франчайзером и франчайзи применяются нормы об общих условиях сделок Германского гражданского уложения 1896 года и Германского торгового уложения 1897 года, а также законы о конкуренции, о потребителях, об интеллектуальной собственности и др. [6]

Говоря о правовом регулировании франчайзинга в европейских странах, нельзя не коснуться так называемого "наднационального" права Европейского союза. Следует подчеркнуть, что в настоящее время на уровне ЕС специальных правил о договоре франчайзинга нет. Правовое регулирование указанных отношений осуществляется в рамках предписаний, направленных на обеспечение реализации свободы передвижения товаров и услуг, а также свободы конкуренции независимо от национальных границ, т.е. касается в основном конкурентного, а не гражданского права. [8]

В некоторых странах, например, Италии, Испании, Бразилии, Австралии имеется специальное законодательство о франчайзинге. Договор франчайзинга подлежит специальному правовому регулированию в праве некоторых постсоветских государств, в частности Казахстане и Беларуси.

Таким образом, в настоящее время международное регулирование франчайзинга представлено средствами негосударственного регулирования, ни одно из которых не дает полной картины относительно правового регулирования указанного вида гражданско-правового договора на

международном уровне. Нам представляется, что в настоящее время уже назрела необходимость унифицированного международного правового регулирования договора франчайзинга и его унифицированного международного правового определения.

С учетом изложенного, под договором международного франчайзинга предлагается понимать соглашение, по которому франчайзер предоставляет франчайзи, имеющему основное место деятельности в иностранном государстве, за вознаграждение на срок или без указания срока право использовать в предпринимательской деятельности франчайзи комплекс исключительных прав, включающих право на товарный знак, знак обслуживания, права на другие предусмотренные договором объекты исключительных прав, в том числе право на ноу-хау, а также оказывать услуги, связанные с введением франчайзи в сферу предпринимательской деятельности франчайзера и сопровождением деятельности франчайзи в процессе ее осуществления.

Договор международного франчайзинга является консенсуальным, возмездным, двусторонне обязывающим. Его предметом выступает передача франчайзером комплекса исключительных прав, а также оказание услуг по введению франчайзи в сферу деятельности франчайзера и сопровождению его деятельности с целью ее осуществления так, как это делает франчайзер.

Одним из важных вопросов, связанных с заключением договора международного франчайзинга, является вопрос о преддоговорном раскрытии информации о франчайзере. Она позволит франчайзи до вступления в договорные отношения определиться, стоит ли заключать договор франчайзинга либо отказаться от его заключения. Подобная обязанность франчайзера прописана в законодательных актах ряда зарубежных стран (США, Франция), а также в международных документах. В частности, Модельный закон УНИДРУА о раскрытии информации 2002 года в целом посвящен вопросам раскрытия информации франчайзером до заключения договора с потенциальным франчайзи[9].

В соответствии со ст.3 Модельного закона франчайзер должен предоставить каждому потенциальному франчайзи документ о раскрытии информации, к которому должен прилагаться проект франчайзингового договора как минимум за 14 дней до наступления первого из следующих событий: 1) подписания договора о франчайзинге, за исключением договора о конфиденциальности уже предоставленной информации или информации, которая должна быть предоставлена франчайзером в будущем; 2) выплаты любых платежей франчайзеру или аффилированному лицу франчайзера в связи с приобретением франшизы, при условии, что такие платежи не подлежат возврату, за исключением обеспечительных платежей, выданных в связи с заключением договора о конфиденциальности информации.

Также, приводится объемный перечень сведений, которые должны быть предоставлены франчайзером в рамках раскрытия информации: данные о франчайзере, его товарном знаке и фирменном наименовании, адресах, сведения о деловом опыте, сведения о руководстве франчайзера, об осуждениях в уголовном порядке и о гражданских исках, связанных с мошенничеством и предоставлением ложной информации, о процедурах банкротства, сведения о других франчайзи, информация об интеллектуальной собственности и др.

Помимо этой информации, в документ о раскрытии подлежит включению либо раскрывается в самом договоре франчайзинга информация, связанная непосредственно с самими франчайзинговыми отношениями (продлонгация договора, описание программ обучения, описание предоставляемых эксклюзивных прав и их территории, условия расторжения в одностороннем порядке договора и последствия такого расторжения, ограничения франчайзи, оговорки о воздержании от конкуренции, сведения о франчайзинговых платежах, условия передачи прав по договору, положения о подсудности споров, применимом праве и процедурах разрешения споров).

Обязанность по раскрытию информации на преддоговорном этапе предусмотрена Модельными правилами. В общем виде указанное правило предусмотрено ст. IV.E.-2:101 "Обязанность по раскрытию информации на преддоговорном этапе". Согласно указанной статье сторона, участвующая в переговорах по заключению договора, регулируемого правилами настоящей части, обязана в разумный срок до заключения договора и насколько это требуется в силу добросовестной деловой

практики предоставить другой стороне информацию, необходимую для принятия ею обоснованного решения о том, заключать или нет договор соответствующего вида на предлагаемых условиях.

Указанные положения конкретизируются в статье "Преддоговорная информация" Модельных правил применительно к договору франчайзинга, в соответствии с которыми франчайзер обязан предоставить франчайзи достоверную и оперативную информацию, в частности, о: а) компании и опыте франчайзера; б) соответствующих интеллектуальных правах; в) характеристиках соответствующего ноу-хау; г) секторе рынка и конъюнктуре; д) особом способе ведения дел и его реализации; е) структуре и размере франчайзинговой сети; ж) вознаграждениях, роялти или иных периодических платежах; з) условиях контракта. Таким образом, перечень предоставляемой информации не является закрытым и, очевидно, по инициативе сторон к ней может быть отнесена и другая информация. По сравнению с Модельным законом перечень принципов европейского частного права выглядит не столь значительным[9].

В общем значении, франчайзинг – это такая организация бизнеса в которой компания (франчайзер) передает независимому человеку или компании (франчайзи) право на продажу продукта и услуг этой компании. Франчайзи обязуется продавать этот продукт или услуги по заранее определенным законам и правилам ведения бизнеса, которые устанавливает франчайзер. В обмен на осуществление всех этих правил франчайзи получает разрешение использовать имя компании, ее репутацию, продукт и услуги, маркетинговые технологии, экспертизу и механизмы поддержки.

Вознаграждение по договору франчайзинга, как правило, выплачивается пользователем в форме фиксированного первоначального взноса, платы за лицензию, а также последующих отчислений от выручки или в иной форме, например, посредством приобретения оборудования и материалов у франчайзера.

Франчайзинговые взаимоотношения могут быть прибыльными для обеих сторон. Франчайзи заинтересован в максимальных продажах при минимальных затратах. Франчайзи должен следовать правилам ведения бизнеса по франшизе и участвовать в рекламных и маркетинговых компаниях, проводимых франчайзером. Франчайзер сосредоточенно работает над тем, чтобы лидировать в конкурентной борьбе, что было бы очень трудно сделать одному франчайзи. Франчайзер предоставляет необходимую поддержку, с тем чтобы франчайзи мог уделять все внимание своим ежедневным операциям.

Международное регулирование франчайзинговых отношений представлено «Рекомендациями Всемирной организации интеллектуальной собственности», этическим и моральным кодексами, разработанными Международной ассоциацией франчайзинга, некоторыми региональными актами. В рамках международных организаций ведется работа по унификации норм по франчайзингу.

Кроме того, этой организацией был проведен всесторонний и глубокий анализ развития франчайзинга в мире и в отдельных странах. Были разработаны Руководство к договорам международного мастер-франчайзинга (Guideto International Master Franchise Arrangements, 1998) и Модельный закон « О раскрытии информации о франшизе» (Model Franchise Disclosure Law, 2002), который был разработан экспертами Международного института унификации частного права в Риме в 2002 г.

Международная торговая палата разработала Типовой контракт международного франчайзинга (The ICC ModelInternationalFranchisingContract). Помимо законов и норм контрактного права и прав по защите интеллектуальной собственности, взаимоотношения во франчайзинге могут также регламентироваться правовыми нормами.

Республика Узбекистан является стремительно развивающимся рынком, сравнительно новым, а потому, представляющим уникальные возможности для предпринимателей. Начиная с 2016 года, в законодательном регулировании Республики Узбекистан происходят значительные изменения, в особенности это касается налоговой, таможенной и инвестиционной деятельности. Однако необходимо отметить, что изменения относительно правового регулирования франчайзинга (в законодательстве РУз - франшизинга) характеризуются крайней медлительностью, тогда как национальные предприниматели проявляют всё больший интерес к использованию франчайзинговой модели ведения бизнеса.

В первые годы независимости рынок Узбекистана был представлен немногочисленными франчайзинговыми гигантами (так, одними из первых в республике были — Coca-cola и Nestle), которые поддерживались, как правило, решениями правительства. Активное же проникновение франчайзинга происходит, начиная с 2015 года и преимущественно в сфере общественного питания, розничной торговли и гостиничного бизнеса.

Относительно гостиничного бизнеса, государство активно стимулирует приобретение национальными предпринимателями франшиз отелей мирового уровня. Согласно постановлению Президента Республики УзбекистанПП-4095от 05.01.2019г. «О мерах по ускоренному развитию туристской отрасли». Например, франчайзер-собственник гостиницы передаёт систему гостиничных услуг, как предмет договора франшизинга. Таким образом, франчайзинг всё больше стал рассматриваться и как возможность усиления инвестиционной деятельности, при условии, что инвестиционная деятельность не связана только с финансированием.[1].

Франчайзинговые отношения между узбекскими и иностранными компаниями регулируются нормами международного частного права. Основой правового регулирования договора франчайзинга (франшизинга) в Республике Узбекистан является глава 50 Гражданского кодекса под названием «Комплексная предпринимательская лицензия», которая закрепляет договорные отношения: понятие, предмет, порядок заключения, исполнения и прекращения договора, возможность установления ограничительных условий, ответственность за неисполнение обязательств сторонами [2].

Легальное определение договора комплексной предпринимательской лицензии подразумевает, что одна сторона обязуется предоставить другой стороне за вознаграждение комплекс исключительных прав, включающий право использования фирменного наименования лицензиара и охраняемой коммерческой информации, а также других объектов исключительных прав, предусмотренных договором, в предпринимательской деятельности лицензиата. Предусматривается использование деловой репутации и коммерческого опыта лицензиара.

Во-первых, при заключении договора франшизы лицензиат берёт на себя обязательство по соблюдению точного соответствия качества своей деятельности качеству аналогичных товаров, услуг или работ, производимых, оказываемых или выполняемых непосредственно лицензиаром.

Но за несоблюдение обязательств обе стороны ответственны перед друг другом. Лицензиат в то же время является самостоятельным юридическим лицом, которое, хотя и использует установленный в договоре комплекс исключительных прав, переданных ему лицензиаром, тем не менее, действует автономно. В этом случае, по требованиям о качестве перед третьей стороной отвечать должен исключительно лицензиат.

Во-вторых, отсутствие в лицензионном комплексе права на использование коммерческого обозначения, тогда как фирменное наименование в комплексе присутствует. Лицензиат является самостоятельным юридическим лицом и имеет собственное юридическое наименование, он не может осуществлять деятельность под чужим наименованием. В этом случае необходимо использование коммерческого обозначения лицензиара.

В-третьих, норма о том, что прекращение договора комплексной предпринимательской лицензии прекращает договор комплексной предпринимательской сублицензии. При таком подходе законодателя, с нашей точки зрения, не учитывается возможность сублицензиата приобрести права лицензиата, в случае, когда договор комплексной предпринимательской лицензии расторгнут по инициативе последнего.

В-четвертых, в республике предусмотрена обязательная государственная регистрация договора комплексной предпринимательской лицензии. Сам процесс регистрации регулируется постановлением Кабинета Министров РУ от 04.11.2010г. «ОБ УТВЕРЖДЕНИИ ПОЛОЖЕНИЯ О ПОРЯДКЕ ГОСУДАРСТВЕННОЙ РЕГИСТРАЦИИ ДОГОВОРОВ КОМПЛЕКСНОЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ЛИЦЕНЗИИ» [4].

Договор регистрируется органом, осуществившим государственную регистрацию юридического лица или индивидуального предпринимателя, выступающего по договору в качестве лицензиара.

Помимо указанных нормативно-правовых актов, отношения по поводу франчайзинга регулируются и такими актами в сфере интеллектуальной собственности, как законы Республики Узбекистан «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименования мест происхождения товаров», «Об авторском праве и смежных правах», «Об изобретениях, полезных моделях и промышленных образцах» и т. д.

Заключение

Основной массив франчайзинговых брендов в Узбекистане приходится на иностранные бренды, и только немногие из местных предприятий создают собственные модели франшиз. В настоящее время среди местных франчайзи можно выделить: ритейлера korzinka.uz, которому принадлежит обширная сеть супермаркетов по всей стране; сеть фастфуда в формате friedchickenLesAiles; пиццерия ChoparPizza; пекарня Breadly (её франшизы представлены в России и Казахстане). Такой низкий уровень развитости франчайзинговой сети в республике можно объяснить слабой осведомлённостью национальных предпринимателей о возможностях франчайзинга.

Наиболее распространенными видами франчайзинга в Узбекистане является торговый и сервисный. По своему уровню влияния на экономику - это микро и малый бизнес. Как правило, именно эти два вида начинают активно развиваться в новой экономической среде. Они несколько проще, легче и понятнее для восприятия.

Компании, планирующие разработку франшизы, могут рассчитывать на большой спрос. Для наглядности, перечислю конкретные типы: продуктовая и непродуктовая розница, рестораны, кафе, фаст-фуды, пекарни, салоны красоты, агентства недвижимости, химчистки, школы, детские сады, фитнес-центры, автомойки и так далее.

Также всегда были востребованы производственные и аграрные сектора, поскольку они уже относятся к категории среднего и крупного бизнеса. Однако их создание требует значительных ресурсов, и покупка будет недешевым капиталовложением. Но они могут обеспечивать обе стороны высокой прибылью долгие годы.

В целом можно сказать, что франчайзинг - реальный инструмент систематизации, совершенствования и развития. При правильно разработанной франшизе, обе стороны в разы получают больше преимуществ от коллаборации, нежели при самостоятельном ведении бизнеса. Так, первая сторона франчайзера может быстрее завоевать долю рынка без значительных инвестиций, увеличить доходы, а также расширяться на удаленных территориях.

Покупатели же получают возможность выбора новой ниши, экономии ресурсов, поддержку со стороны опытного партнера, доступность инноваций и новых технологий, диверсификации рисков и многое другое.



Рекомендуется к публикации

Научный руководитель Доцент кафедры «Международное частное право и гражданско-правовые дисциплины» УМЭД, кандидат юридических наук Черкашина И.А.

Литература

1. Постановление Президента Республики Узбекистан «О мерах по ускоренному развитию туристской отрасли» от 05.01.2019г. № ПП-4095 (Национальная база данных законодательства, 06.01.2019 г., № 07/19/4095/2426)
2. Гражданский Кодекс Республики Узбекистан. Ч. II от 29.08.1996г. ЗРУ № 256-I от 29.08.1996г. (Национальная база данных законодательства, 15.01.2020 г., № 03/20/602/0052).
3. Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан «Об утверждении положения о порядке государственной регистрации договоров комплексной предпринимательской лицензии (франшизинг)» № 244 от 04.11.2010г. (Национальная база данных законодательства, 11.08.2019 г., № 09/19/661/3571)
4. Руководство по франчайзингу для предпринимателей Узбекистана Методическое пособие. Под общей редакцией к.э.н. Шайхова А.Э. -Ташкент, 2008 г.
5. Богуславский М.М. Международное частное право: Учеб. 6-е изд., перераб. и доп. - М., 2011.
6. Бородина Ж.Н. Правовое регулирование коммерческой концессии (франчайзинга). - Казань, 2008.
7. Коммерческий кодекс Франции / Пер. с фр. В.Н. Захватаев. М., 2010.
8. Модельные правила европейского частного права 2009 года / Пер. с англ.; науч. ред. Н.Ю. Рассказова. М., 2013 // СПС "КонсультантПлюс".
9. Николёк В.В. Правовое регулирование договора международного франчайзинга: Учеб. пособие. - Омск, 2009.
10. Климова С.В. Правовой режим франчайзинга в национальном и международном обороте: Дис. ... канд. юрид. наук. - М., 2011.
11. Korah V., Rothnie W.A. Exclusive Distribution and the EEC Competition Rules: Regulations 1983/83 & 1984/83: 2ded. – London: Sweet&Maxwell, 1992. – P.
12. "Model franchise disclosure law", International institute for the unification of private law, available at: <http://www.unidroit.org/instruments/franchising/model-law>
13. "National strategy Draft in the field of intellectual property. Internet interview with I.A. Bliznets" ["Proekt gosudarstvennoy strategii v oblasti intellektual'noy sobstvennosti. Internet-interv'yu s I.A. Bliznetsom"], available at: <http://www.consultant.ru/law/interview/bliznets/>