DOI: 10.17117/na.2015.09.1192

Поступила (Received): 29.09.2015

<http://ucom.ru/doc/na.2015.09.1192.pdf>

Медведев А.В.

Проблемы правового регулирования франчайзинга на территории Российской Федерации

Medvedev A.V.

A legal regulation problems of franchising in Russian Federation

В статье рассматриваются основные организационно-правовые проблемы регулирования договора франчайзинга (коммерческой концессии) на территории Российской Федерации, связанные с отсутствием специального законодательства в данной области, которое способствовало бы развитию франчайзинговых отношений. Кроме того, в статье отмечен тезис о том, что франчайзинг следует рассматривать как важный инструмент повышения экономической стабильности в Российской Федерации

The article examines the main organizational and legal problems of regulation of franchise agreement (commercial concession) on the territory of the Russian Federation relating to the absence of specific legislation in this area, which would contribute to the development of the franchise relationship. In addition, the article noted the idea that the franchise should be regarded as an important tool for enhancing economic stability in the Russian Federation

Ключевые слова: франчайзинг, коммерческая концессия, правовое регулирование

Key words: franchising, commercial concession, legal regulation

Медведев Артём Викторович

Аспирант

Российский государственный гуманитарный университет

г. Москва, Миусская площадь, 6

Medvedev Artem Viktorovich

Graduate

Russian state university for the humanities
Moscow, Miusskaya sq., 6

Успешность развития современного бизнеса во многом зависит от умелого руководства хозяйственными процессами, в том числе с помощью применения передовых инновационных технологий. Одним из наиболее перспективных и популярных видов предпринимательства на сегодняшний день является франчайзинг или его российский аналог – коммерческая концессия. Перспективность применения данного вида бизнеса подтверждается статистическими данными: в последнее десятилетие наметилась устойчивая тенденция сохранения франчайзинговых отношений и продолжение успешной деятельности хозяйствующих субъектов в условиях франчайзинга (90%), при этом, обычные организации в большинстве случаев закрываются в течение первого года своей работы (80%) [1, с. 2]. Таким образом, при общем снижении рентабельности бизнеса, в абсолютных числах франчайзинг демонстрирует положительную динамику. Кроме того, Управление по делам малого и среднего бизнеса США

(Small Business Administration SBA) подтверждает, что на протяжении последних 10 лет франчайзинг применяется более чем в 80 различных отраслях, к которым относятся: рестораны, автозаправочные станции, торговля продуктами питания, поставка и монтаж различного оборудования, установка и обучение бухгалтерии и работе на компьютерах [2, с. 160-255]. Таким образом, франчайзинг способен занимать значительную нишу в совершенно разных хозяйственных сегментах. В рамках сложной экономической ситуации данные показатели имеют большое значение как для коммерческих организаций и предпринимателей, уже определивших вектор своего развития, так и для только начинающих свою хозяйственную деятельность. Связанно это в первую очередь с низким процентом банкротств в данной сфере. Кроме того, франчайзинг, имея достаточно широкие возможности применения, даже в сложившейся сложной экономической ситуации остается более эффективным по сравнению с другими формами ведения хозяйства. Целесообразность его применения можно определить следующими ключевыми факторами:

- высокий уровень стандартизации и кодификации процесса создания и поставки продукции и услуг;
- невысокий уровень расходов и рисков;
- обучение на начальных этапах менеджеров и персонала и дальнейшая поддержка ведения бизнеса.

В конечном итоге, указанные факторы способствуют существенному влиянию на эффективность деятельности хозяйствующих субъектов и обеспечивают конкурентные преимущества в той экономической сфере, где ведется бизнес.

Франчайзинг или коммерческая концессия представляет собой отношения между правообладателем (франчайзор) и пользователем (франчайзи) которые заключают специальное соглашение (договор) о передаче комплекса принадлежащих правообладателю исключительных прав. Указанный комплекс может включать в себя право на товарный знак, знак обслуживания, коммерческое обозначение, секрет производства (ноу-хау) [3, с. 1027]. Франчайзи, при этом, обязуется соблюдать установленные правообладателем стандарты качества продукции и услуг, тем самым позволяет франчайзору себя контролировать. Данный вид правоотношений получил свое широкое распространение на территории Российской Федерации (далее РФ) лишь в начале 90-х гг. прошлого столетия. Российские хозяйствующие субъекты заинтересованы в развитии франчайзинга, так как он обладает рядом преимуществ для его применения на отечественном рынке: возможность работать под известным именем, быстрый старт, отработанная система адаптации к нововведениям и улучшениям.

Однако у российского франчайзинга имеется ряд существенных проблем, в том числе и организационно-правового характера. Данные проблемы обусловлены спецификой развития правовой системы РФ и имеют объективный характер. Связаны они с отсутствием строгой правовой базы, на основе которой следовало бы регулировать правоотношения в области франчайзинга. Имеющаяся 54 глава Гражданского кодекса РФ регламентирует правоотношения по соблюдению договора коммерческой концессии. При этом, франчайзинг

и коммерческая концессия имеют разное содержание и соотносятся как видовое и родовое, т.е. коммерческая концессия – это один из видов франчайзинга в международном понимании данного термина.

Существует строгое правило: заключение международных договоров франчайзинга сопровождается использованием и соблюдением внутреннего законодательства принимающей стороны. Отсутствие специальной правовой базы в РФ, регулирующей данные отношения, существенно сужает возможности развития франчайзинга. Поэтому зарубежные франчайзоры не торопятся предоставлять комплексы исключительных прав на территорию, чьи законы только частично защищают их интересы, и где отсутствует четкий механизм правового регулирования.

Кроме того, данная проблема сопряжена с отсутствием возможности кредитования франчайзи. Связано это с обязанностью франчайзора выступать гарантом франчайзи при его кредитовании и необходимостью показывать российским банкам прибыльность проекта, а иностранные франчайзоры всегда опасаются утечки конфиденциальной информации. К наиболее важным проблемам следует также отнести слабую защиту объектов интеллектуальной собственности, правила налогообложения, обременяющие зарубежных предпринимателей, сложные условия регистрации зарубежных компаний и правила регулирования экспортно-импортных потоков.

Несовершенство российского законодательства, отсутствие специальных правовых механизмов, а также нестабильность рыночных отношений привели к тому, что ряд иностранных франчайзоров полностью отказался от применения франчайзинга на территории РФ. Некоторые франчайзоры вынуждены были разработать новые условия для внедрения франчайзинга на российский рынок, что в конечном итоге привело к значительному торможению в развитии данной формы предпринимательства в РФ и создало существенные трудности для его участников.

На основании вышеизложенного можно сделать следующие выводы. Франчайзинг является хорошо зарекомендовавшей себя и перспективной формой ведения бизнеса, подходящей как для организаций, имеющих колоссальный опыт ведения хозяйственной деятельности и желающих расширяться, так и для организаций, которые только начинают свое дело. Несмотря на это, развитие франчайзинговых отношений происходит в РФ без должной государственной поддержки.

Для государства франчайзинг может оказаться наиболее эффективным инструментом поддержки бизнеса и может способствовать развитию всей экономики, но действенность и эффективность напрямую зависят от строгого правового регулирования.

Список используемых источников:

1. Kaiser R. Franchise Owners Like State of Indutry // Knight Ridder Tribune Busseness News. 14 March. 2003.
2. Calculated from data contained in Entrepreneur Magazine // Franchise 500. (January 2004. P. 160-255.

3. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 13.07.2015) // Собрание законодательства РФ, 29.01.1996. № 5. Ст. 410.

© 2015, Медведев А.В.

Проблемы правового регулирования франчайзинга
на территории Российской Федерации

© 2015, Medvedev A.V.

*A legal regulation problems of franchising in Russian
Federation*