

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ФРАНЧАЙЗИНГ: НОВЫЕ УСЛОВИЯ ДЛЯ БЕЛОРУССКИХ СУБЪЕКТОВ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ В СВЕТЕ РАСШИРЕНИЯ ЕВРОПЕЙСКОГО СОЮЗА

Расширение Европейского союза за счет вступления в него десяти стран Центральной и Восточной Европы и Средиземноморья вызвало к жизни множество вопросов не только публично-правового, но и частноправового характера. Существенные изменения ожидают и сферу правового регулирования франчайзинга в новых государствах-членах. Однако с изменениями в правовом режиме столкнутся субъекты хозяйствования не только будущих государств — участников ЕС, но и ведущие с ними бизнес субъекты хозяйствования третьих стран (если речь идет о международном франчайзинге). Поэтому уже сегодня назрела необходимость не только изучать упомянутые изменения, но и по возможности учитывать их при ведении переговоров и заключении франчайзинговых договоров с партнерами.

Как известно, договор франчайзинга является новым видом обязательства для правовой системы Республики Беларусь. Франчайзинг как вид предпринимательской деятельности пока не получил должного признания и распространения среди белорусских субъектов хозяйствования, в первую очередь, ввиду недостаточной правовой регламентации данного вида отношений. Единственная статья Гражданского кодекса Республики Беларусь (далее — ГК РБ), посвященная франчайзингу, закрепила лишь определение договора комплексной предпринимательской лицензии (договора франчайзинга). Более того, данная статья устанавливает, что договор франчайзинга может быть заключен только в случаях, прямо предусмотренных законодательством (такое законодательство на сегодняшний день отсутствует), что ограничивает возможность использования договоров франчайзинга в Беларуси. Вместе с тем интерес к франчайзингу как способу ведения бизнеса возрастает: подготовлен соответствующий проект Закона Республики Беларусь, которым планируется дополнить нормы ГК РБ в части более полной регламентации договора франчайзинга. В частности, планируется снять существующие ограничения на заключение договоров франчайзинга, а также ввести дополнительно одиннадцать статей, посвященных франчайзингу. Таким образом, правовое регулирование франчайзинговых отношений во многом будет расширено, что вместе с отсутствием ограничений на заключение франчайзинговых договоров, несомненно, повысит интерес к франчайзингу и приведет к более интенсивному использованию таких договоров.

Суть франчайзинга состоит в том, что крупная и известная компания предоставляет малому предприятию, часто только начинающему собственный бизнес на рынке, право в течение определенного времени и

на оговоренной территории вести предпринимательскую деятельность, аналогичную деятельности франчайзера, с использованием уже отработанной технологии, известной и популярной торговой марки, возможностью обучения персонала и получения необходимых консультаций. Франчайзер может брать на себя обязательство по поставке оборудования, сырья и материалов, оказывать помощь в управлении бизнесом, предоставлять своим франчайзи и финансовую помощь. В свою очередь, франчайзи обязуется выплачивать франчайзеру вознаграждение в виде роялти и выполнять иные обязательства по договору.

Что касается международного франчайзинга, это франчайзинг, при котором налицо связь как минимум с двумя государствами (чаще всего речь идет о различной национальной принадлежности сторон по договору). Международный франчайзинг выступает в качестве одной из форм внешнеэкономической деятельности компании, которая при этом сталкивается, по крайней мере, с двумя различными правовыми режимами. Такая сделка выходит за рамки национального права и подпадает в сферу действия частного права нескольких государств, вызывая проблему выбора применимого права.

Выгоды международного франчайзинга для обеих сторон по такому договору неоспоримы. Посредством международного франчайзинга франчайзер получает за рубежом целеустремленных и старательных партнеров, возможность расширить зарубежный бизнес, используя малый капитал. Поскольку управление возлагается на местных франчайзи, происходит более легкое приспособление к местным условиям. Наряду со стремлением расширить рынок побудительными мотивами выхода франчайзинговых компаний за рубеж могут являться большая отдача от капитала, чем внутри страны, перенасыщенность местного рынка, уменьшение налогового бремени. Таким образом, международный франчайзинг позволяет проникнуть на международный рынок с минимальным риском, минимальными затратами времени и капитала.

Для франчайзи преимущества при международном франчайзинге в целом те же, что и при заключении любого договора франчайзинга. Рост предпринимательской активности неизбежно побуждает все большее количество граждан к открытию собственного бизнеса. Тем не менее, согласно исследованиям, более половины вновь созданных предприятий распадается из-за недостатка финансовых ресурсов, неумения управлять и планировать, ориентироваться в ситуациях рыночной экономики. Франчайзинг успешно решает эти проблемы, предоставляя франчайзи возможность самостоятельно действовать на рынке, используя уже известный товарный знак, проверенные временем технологии и способы ведения бизнеса, получая выгоды от исследований, проводимых франчайзером, снижая собственные затраты на рекламу.

Однако как процесс расширения Европейского союза повлияет на отношения частноправового характера? Что изменится для белорусских субъектов хозяйствования в случае заключения ими франчайзинговых договоров с контрагентами из будущих стран — членов ЕС? При заключении таких договоров стороны должны будут учитывать импе-

ративные предписания не только белорусского законодательства, а также нормы соответствующей юрисдикции контрагента, но и нормы европейского законодательства.

Так, одним из основных требований европейских соглашений, посредством которых оформлялось вступление стран в Европейский союз, является гармонизация национальных правил конкуренции с правом конкуренции Европейского сообщества. Вместе с тем правила конкуренции представляют чрезвычайную важность для франчайзинга. Франчайзинговые отношения по своей природе предполагают установление договором определенных ограничений на ведение бизнеса франчайзи. Не случайно именно с рассмотрения судом ЕС вопроса о противоречии положений договора франчайзинга европейскому праву конкуренции началось его правовое регулирование в рамках Европейского союза.

Сегодня регламент ЕС № 2790/1999, затрагивающий правовое регулирование франчайзинга на уровне ЕС, также напрямую связан с правом конкуренции. В частности, им определены условия, при которых франчайзинговый договор не считается нарушающим нормы права ЕС о свободе конкуренции. Например, договоры между предприятиями, которым принадлежит не более 10 % соответствующего рынка, считаются незначительными и не подпадают под общий запрет ст. 81 Договора, учреждающего Европейское сообщество (кроме случаев, когда такие франчайзинговые договоры содержат положения, включенные в так называемый черный список, и оказывают значительный эффект на конкуренцию и торговлю между государствами-членами). В любом случае даже подобные незначительные соглашения могут запрещаться национальными нормами о свободе конкуренции.

Конечно, не стоит сводить сложные и многообразные отношения франчайзинга сугубо к вопросу ограничения конкуренции. Проблемы в связи с расширением Европейского союза могут возникнуть, например, в сфере защиты прав на интеллектуальную собственность, что имеет непосредственное отношение к франчайзингу. Данные вопросы заслуживают отдельного исследования, но очевидно одно: если раньше европейское право представляло для нас в основном теоретический интерес, то сегодня его изучение все больше приобретает практическую значимость.

*И.В. Корнеевец
БГЭУ (Минск)*

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ МИГРАЦИЯ КАК СПЕЦИФИЧЕКИЙ ФАКТОР РАЗВИТИЯ РЫНКА ВЫСОКОКВАЛИФИЦИРОВАННОГО ТРУДА

В условиях интернационализации общественного развития проследить усиление межгосударственной миграции научных кадров и высококвалифицированных специалистов, рост интеллектуальной миграции и появление такого специфического феномена, как “утечка умов”.