

ФРАНШИЗА КАК ВИД ДОКУМЕНТА

Рыжова Анна Сергеевна

студент, Тамбовский Государственный Университет им. Г.Р. Державина, РФ, г. Тамбов

В настоящее время огромную востребованность обретает и такой вид лицензирования, как франчайзинг. Франшиза - форма лицензии, представляющая собой совместное использование результатов интеллектуальной деятельности, такие, как торговые марки, авторские права, товарные знаки, посредством которых будут оказываться услуги потребителям.

Исторически франшиза, как вид документа, получила свое распространение в Европе 18 века. За юридическим термином «франшиза» в США и Австралии закрепилось определенное толкование - передача кому-либо прав казенной властью, а в Великобритании - передачу прав от имени короля. В средневековой Англии повелитель предоставлял знати всевозможные права, к примеру, собирать налоги на предопределенной местности в обмен на необходимые власти сервисы. Жителям давались разрешения (франшизы) реализовывать товары на рынках, участвовать в ярмарках. И в наши дни в Великобритании еще продолжают действовать древние франшизы, предоставляющие их владельцам права на содержание рынков, проведение ярмарок, содержание паромов и мостов. Издревле власть делегировала часть своих полномочий в замен на капитал или требуемые услуги, тем самым закладывая фундамент современного франчайзинга. В торговой практике, в Лондоне в XVII веке были учреждены системы торговых гильдий, отдаленно похожих на современные системы франчайзинга.

В настоящее время, сотрудничество на условиях франшизы реализуется с учетом следующих требований:

- У учредителей должны быть единая торговая марка, товарный знак, наименование фирмы, единая методика рекламы, отличающаяся от методик конкурентов и т.д.;
- У одного из партнеров должна быть максимально разработана концепция, чтобы соискатель франшизы мог свести к минимуму затраты на обучение и подготовку специалистов, а также развитие технологий, способствующих удовлетворению спроса покупателей;
- Сторонами должен быть строго определен способ оплаты, который существует в двух формах:

Паушальный взнос - взимается как начальная плата за использование технологий партнера и т.д.;

Роялти - регулярные выплаты франчайзеру весь период действия договора франшизы.

В настоящее время в российском законодательстве такие понятия как франчайзинг, франшиза, франчайзинговый договор, договор франчайзинга отсутствуют. Правоотношения франчайзера и франчайзи регулируются в Российской Федерации главой Гражданского Кодекса РФ от 26.01.1996 №14-ФЗ «Коммерческая концессия», положения которой по содержанию наиболее близки к договору франчайзинга в международном праве.[1]

Франшиза как вид лицензии распространена в двух формах: непосредственно франшиза на услугу или товар или франчайзинговый договор, также называемый коммерческой концессией.

Концессия – это форма договора о передаче государством в эксплуатацию частным предпринимателям, иностранным фирмам на определенный срок предприятий и других хозяйственных объектов, участков земли с правом добычи полезных ископаемых, строительства различных сооружений, производства определенной продукции и т. д. Концессией также называют и само предприятие, в случае, когда оно организовано на основе договора франшизы.

Для договора коммерческой концессии характерна следующая типовая форма:

1. На первом листе указывается наименование документа.
2. В верхнем левом углу указывается место составления документа.
3. В верхнем правом углу ставится дата документа.
4. Указываются полные наименования организаций, а также фамилия имя отчество и должность непосредственно их представителей, выполняющие свои полномочия в рамках договора, выступающих со стороны патентообладателя и пользователя, а также документ, на основании которого производится деятельность в организациях-партнерах.
5. В первом пункте «предмет договора» оговариваются все права, которыми будет обладать пользователь в рамках действующего договора, срок действия, а также размер вознаграждения, который заявляет патентообладатель взамен использования франшизы.
6. В следующем пункте «обязанности сторон» описываются максимально развернуто все элементы отношений, обязательные к исполнению сторонами, несоблюдение которых влечет к расторжению договора.
7. В пункте «ответственность правообладателя по требованиям, предъявляемым к пользователю» описываются все обязательства, за невыполнение которых обладатель патента несет субсидиарную ответственность.
8. В пункте «право пользователя заключить настоящий договор на новый срок» описаны этапы продления срока действия франшизы, а также, причины, по которым правообладатель правомерен отказать соискателю.
9. В пункте «заключительные положения» указываются дополнения, вносимые в договор, а также реквизиты сторон:
 - фамилия имя отчество, должность ответственного лица, действующего со стороны обладателя прав; полное наименование организации правообладателя; юридический адрес; код КПП организации правообладателя; код БИК организации; расчётный счет; подпись ответственного лица со стороны правообладателя; печать организации.
 - фамилия имя отчество, должность ответственного лица, действующего со стороны организации - соискателя франшизы; полное наименование организации; юридический адрес; код КПП организации соискателя; код БИК организации; расчётный счет; подпись ответственного лица со стороны пользователя; печать организации.

Согласно Гражданскому Кодексу РФ от 26.01.1996 №14-ФЗ, коммерческий договор с франчайзером имеет ограниченный срок действия, максимум 20 лет. На практике срок варьируется в промежутке от 5 до 10 лет.

В настоящее время нормативная база, выступающая регулирующим звеном в процессе франчайзинга, не достаточно проработана, отражает лишь некоторые юридические аспекты обязанностей правообладателя, а также обязанностей соискателя, которые в обязательном порядке должны быть отражены в договоре. Требования к документационному оформлению документа нигде строго не регламентированы, была выявлена лишь типовая форма, носящая больше рекомендательный характер, чем понуждение. Форма договора франчайзинга схожа по структуре с договором патентной лицензии, сущность документа раскрывает все юридические аспекты отношений, возникающие в процессе получения, использования, прекращения использования франшизы. Требований к типу бумаги, на котором оформляется документ, также выявлено не было, франшиза оформляется в печатном виде. Использование данного вида лицензирования в настоящее время крайне востребовано, что связано с определенными гарантиями развития бизнеса, с помощью данного вида лицензирования, поэтому, однозначно, в скором времени возникнет необходимость нормативного регулирования структуры данного вида документа.

Список литературы:

1. Андрощук Г.А, Денисюк В.Д Франчайзинг: определения, преимущества, перспективы // Бизнес Ин- форм. - 1997. - № 9. - С.-10
2. Мухопад В. И. Становление российского рынка лицензий // Патенты и лицензии. - 1994. - № 12. - с. 1-5.