

Научная статья

УДК 334.752

DOI 10.17150/1819-0928.2023.24(4).559-567

EDN ZVLDMN



## Оценка эффективности правовых инструментов, используемых для развития франчайзинговых отношений в России

**Вадим Дмитриевич Рождественский***Московский финансово-юридический университет МФЮА, Москва, Россия**rozhdestvenskiy@bk.ru, <https://orcid.org/0009-0005-8372-8877>*

### АННОТАЦИЯ

В статье анализируется эффективность правовых инструментов, которые используются для целей развития франчайзинга в России. Невзирая на востребованность франчайзинга и уже сформировавшееся представление о нем как об инструменте, позволяющем начать предпринимательскую деятельность, которая принесет доход, правовое регулирование правоотношений в данной сфере развито недостаточно. Существенным недостатком является отказ от признания договора франчайзинга самостоятельным гражданско-правовым договором, имеющим свою специфику, в том числе в части правового положения участников, исполнения обязательств, а также возможности защиты нарушенного права. Применение норм о сходных правовых институтах, в том числе о коммерческой концессии, не позволяет в полной мере обеспечить правовую защиту субъектам договора франчайзинга. Следствием недостаточности правового регулирования является и невозможность отстаивания интересов, что более ярко проявляется по отношению к франчайзи. Отсутствие поддержки российских франчайзи отражается на снижении востребованности франшиз. Во внимание не принимается то обстоятельство, что франчайзи в большинстве своем — представители малого и микропредпринимательства, что предполагает необходимость привлечения к ним дополнительного внимания со стороны государства. Отчасти это обусловлено сутью самого договора франчайзинга, когда бизнес начинается под руководством успешного предпринимательства, стабильно приносящего доход. Кроме того, до настоящего времени не реализованы возможности учета франшиз, что затрудняет квалификацию правоотношений и выделение франчайзинга в самостоятельную группу. По результатам исследования в статье сформулированы идеи относительно возможностей использования правовых инструментов для того, чтобы такое перспективное направление, как франчайзинг, развивалось в России.

### КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

франчайзинг, франшиза, защита права, коммерческая концессия, правовой инструмент, эффективность, предпринимательство

### ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ

Рождественский В.Д. Оценка эффективности правовых инструментов, используемых для развития франчайзинговых отношений в России // Академический юридический журнал. 2023. Т. 24, № 4. С. 559–567. DOI 10.17150/1819-0928.2023.24(4).559-567. EDN ZVLDMN

Original article

## Assessment of the effectiveness of legal instruments used to develop franchising relations in Russia

**Vadim D. Rozhdestvenskiy***Moscow University of Finance and Law MFSA, Moscow, Russia**rozhdestvenskiy@bk.ru, <https://orcid.org/0009-0005-8372-8877>*

### ABSTRACT

The article analyzes the effectiveness of legal instruments that are used for the development of franchising in Russia. Despite the demand for franchising and the already formed idea of it as an instrument that allows you to start entrepreneurial activity, which will bring income, the legal regulation of legal relations in this area is not developed enough. A significant drawback is the refusal to recognize the franchise contract as an independent civil law contract that has its own specifics, including in terms of the legal status of the participants, the fulfillment of obligations, as well as the possibility of protecting the violated right. The application of

© Рождественский В.Д., 2023

rules on similar legal institutions, including commercial concessions, does not fully ensure legal protection for the subjects of a franchise agreement. The result of insufficient legal regulation is the inability to defend interests that is more clearly manifested in relation to franchisees. The lack of support for Russian franchisees is reflected in a decrease in the demand for franchises. It is not taken into account that the franchisees are mostly representatives of small and micro-enterprises, which implies the need to attract additional attention from the state to them. This is partly due to the essence of the franchise agreement itself, when the business begins under the leadership of a successful enterprise that consistently generates income. In addition, the possibility of registration of franchises has not yet been implemented, which complicates the qualification of legal relations and the allocation of franchising to an independent group. According to the results of the study, the article formulated ideas regarding the possibilities of using legal instruments in order for such a promising direction as franchising to develop in Russia.

**KEYWORDS**

franchising, franchise, right protection, commercial concession, legal instrument, efficiency, entrepreneurship

**FOR CITATION**

Rozhdestvenskiy V.D. Assessment of the effectiveness of legal instruments used to develop franchising relations in Russia. *Akademicheskii yuridicheskii zhurnal = Academic Law Journal*. 2023;24(4):559–567. (In Russian) DOI 10.17150/1819-0928.2023.24(4).559-567. EDN ZVLDMN

**Введение**

Исследование применения правовых инструментов для целей развития в России франчайзинга сохраняет свою актуальность. Возможность использования уже зарекомендовавшего себя бренда, технологий и фирменных наименований позволила активизировать среду предпринимательства. Франчайзинг интересен, в первую очередь, малому и микропредпринимательству. Причина — это проба того или иного направления бизнеса, расширение предпринимательской деятельности в новом направлении. В отсутствие потребности набирать аудиторию, для которой данное направление востребовано, предприниматель может оценить не только франшизу, но и свой потенциал.

Как любые гражданско-правовые отношения, правоотношения в рамках договора франчайзинга должны быть урегулированы. Фактическое использование франшиз не повлекло за собой выделение правового института франчайзинга, имеющего определенные отличия от сходных, получивших закрепление в нормах российского законодательства. Отсутствие специализации норм права препятствует не только построению равноправных отношений, но и осуществлению защиты интересов франчайзера и франчайзи.

Как следствие, присутствует потребность в проведении исследований, определении того, какие именно правовые инструменты используются в нашей стране для развития франчайзинга, какова их эффективность с позиции полноценности защиты интересов субъектов правоотношений, что в итоге позволяет определить направления дальнейшего развития законодательства. Совершенствование правового регулирования —

это способ снижения проблематичности правоприменительной практики, причем не только судебной, а также сокращения количества споров в рамках договора франчайзинга.

**Цель исследования** заключается в проведении комплексного анализа правового регулирования, теоретических воззрений и правоприменения норм права, регулирующих применение правовых инструментов для целей развития франчайзинга в России, что предопределяет необходимость решения следующих задач:

- исследовать сущность договора франчайзинга и особенности его правового регулирования в России;
- проанализировать правовые инструменты, применяемые для развития франчайзинга в нашей стране;
- определить эффективность правовых инструментов, используемых для развития франчайзинга.

**Обзор литературы.** Франчайзинг становится предметом исследования достаточно часто, при этом внимание к нему постепенно растет. Однако специфика проявляется в том, что франчайзинг гораздо чаще рассматривается с позиции экономики, в аспекте возможности его использования для целей развития национального предпринимательства, а также с точки зрения зарубежного опыта и его применения с учетом российских реалий.

Среди теоретиков, которые уделили внимание франчайзингу, его правовому регулированию, а также правовым инструментам, используемым для целей развития, можно выделить С.А. Бобкова, А.В. Богданову, Д.П. Бондаренко, А.Ф. Багдасарян, С.С. Габоева, Е.В. Гелашвили, Н.В. Месяшную, О.А. Орлову, А.С. Райникова, А.В. Сланова, А.А. Устюжанину, Н.А. Ющенко.

Перечисленные авторы, исследуя франчайзинг, рассматривают его как идентичный либо как максимально близкий к договору коммерческой концессии, что является спорным. Поэтому можно утверждать, что и сам франчайзинг, как самостоятельное понятие в праве, и правовые инструменты, позволяющие внедрить и развить франчайзинг, еще недостаточно исследованы в российской науке.

### *Результаты исследования*

Договор франчайзинга, используемый в рамках гражданского оборота в России, не выделен как самостоятельный в законодательстве, хотя терминология используется достаточно активно. Наиболее близок по своей природе франчайзинг к договору коммерческой концессии, что предопределяет применение соответствующих норм для регулирования отношений и разрешения споров.

Согласно наиболее устоявшемуся и распространенному воззрению франчайзинг представляет собой бизнес-модель, своего рода стартовую основу, использование которой позволяет начать предпринимательскую деятельность [1, с. 1031]. Приобретение франшизы позволяет миновать этап продвижения бизнеса и, как следствие, снижает риск его ликвидации [2, с. 250]. Рассматривается в современных условиях франчайзинг и как способ стабилизации экономики, повышения уровня благосостояния за счет более активного вовлечения населения в предпринимательскую деятельность [3]. Однако франчайзинг, при всех его явных преимуществах для франчайзи, ограничивает свободу действий, потому что речь идет о передаче права на использование результатов интеллектуальной деятельности, правообладателем которых является франчайзер [4].

Такое определение сущности франчайзинга является экономическим, а не правовым. Тем не менее характеристика позволяет выделить наиболее значимые в аспекте правового регулирования моменты. К ним можно отнести характеристику самого объекта — франшизы, т. е. прав франчайзера, его опыта в построении бизнеса, используемых инструментов, а также прав и обязанностей сторон сделки.

В нормах Гражданского кодекса Российской Федерации<sup>1</sup> (далее — ГК РФ) положения о франчайзинге отсутствуют. Наиболее близким является договор коммерческой концессии, что

предопределяет разрешение споров на основании положений о данном договоре. Однако согласиться с тем, что коммерческая концессия полностью идентична франчайзингу, сложно. Как отмечает В.Э. Мжаванадзе, понимание данного обстоятельства появилось после того, как сам институт франчайзинга стал востребован в России. Была предпринята попытка принятия федерального закона «О франчайзинге», однако законопроект отклонен [5, с. 9]. Интересна причина, по которой, с точки зрения Д.Д. Алексеева, не был принят закон, — некоторый «перекос» правового регулирования в пользу франчайзи, а не франчайзера, отмеченное неравноправие сторон при заявленном равенстве прав [6, с. 92].

Не углубляясь в исследование недостатков и достоинств законопроекта, который не был принят, можно отметить, что попытка была предпринята своевременно. Постепенное изменение представления о франчайзинге, в том числе вследствие того, что он развивался на фоне активного расширения присутствия зарубежных компаний, позволило утвердить идею о нетождественности коммерческой концессии и франчайзинга.

Франчайзинг представляет собой договор, сторонами которого выступают франчайзер и франчайзи. Если сопоставлять стороны со сторонами договора коммерческой концессии, то франчайзер выступает на стороне правообладателя, а франчайзи — на стороне пользователя. Статус субъектов договора франчайзинга тождественен статусу сторон договора коммерческой концессии, потому что они должны иметь статус лиц, осуществляющих предпринимательскую деятельность.

Предмет договора франчайзинга также близок к предмету договора коммерческой концессии, потому что франчайзер передает в пользование на определенный срок комплекс исключительных прав для целей использования в предпринимательской деятельности. Сходным является и признание допустимости установления определенного срока, ограничения территории, в пределах которой франчайзи получает право на использование исключительных прав (статья 1033 ГК РФ).

Существенным отличием договора коммерческой концессии и договора франчайзинга является отсутствие обязанности у правообладателя по обучению и сопровождению на первоначальном, а иногда — и на последующих, этапах деятельности. Обучение — это важный элемент, потому что получение комплекса исключительных

<sup>1</sup> Гражданский кодекс Российской Федерации : Федер. закон от 30 нояб. 1994 г. № 51-ФЗ // Собрание законодательства РФ. 1994. № 32. Ст. 3301.

прав в отсутствие представления о том, каким именно образом должен выстраиваться бизнес, какие методы и приемы его построения являются предпочтительными, а также ряд иных не менее важных сведений определяет ценность франчайзинга. Без этих сведений уходит элемент успешности, потому что франчайзи, не имея навыков предпринимательства именно таким способом, рискует не стать успешным, что, безусловно, нежелательно для сторон договора. Франчайзи при этом не получает ожидаемой прибыли и закрепления на соответствующем рынке, а франчайзер — доходов вследствие того, что франчайзи прекращает дальнейшее использование франшизы. Кроме того, для франчайзера повышается риск нанесения урона его репутации в том случае, когда осуществление франчайзи предпринимательской деятельности будет иным, отличным от того, которое присутствует у франчайзера.

Если обратиться к анализу прав и обязанностей субъектов договора франчайзинга, то можно утверждать, что они также во многом сходны с теми, которые определены в ГК РФ для договора коммерческой концессии. Однако отсутствует описанная выше обязанность франчайзера по обучению и сопровождению деятельности франчайзи, взамен закреплено положение о проведении инструктирования (статья 1031 ГК РФ).

Вместе с тем инструктирование пользователя и его работников, что предусмотрено для договора коммерческой концессии, не тождественно обучению и сопровождению, потому что инструкция формальна, она может быть представлена как в устной, так и в письменной форме, в то время как обучение предполагает некую итоговую проверку знаний или последующий контроль в отношении применения знаний, полученных в процессе обучения.

В остальной части права и обязанности сторон договора коммерческой концессии и договора франчайзинга сходны, потому что предусматривается обязанность регистрации передачи исключительных прав, контроль в отношении качества товаров (услуг, выполняемых работ). Соблюдение условий договора коммерческой концессии для пользователя сходно с тем, что предусмотрено для использования франшизы в отношении франчайзинга.

Указанные отличия договора коммерческой концессии и договора франчайзинга влекут за собой проблемность применения норм о договоре коммерческой концессии в том случае, когда реализуется именно франшиза, а существо договора отличается от договора коммерческой концессии.

Конкретизация сферы правового регулирования важна еще и потому, что благодаря этому могут быть сформированы правовые инструменты, необходимые не только для упорядочивания правоотношений, но и для последующего развития франчайзинга. Следует отметить, что как самостоятельный правовой институт франчайзинг в нашей стране еще не сформирован.

Интересно и заслуживает внимания еще одно воззрение в отношении франчайзинга, изложенное Д.А. Золотаревой. Франчайзинг приемлем в тех отраслях, где деятельность может быть стандартизирована [7, с. 65]. Иными словами, создание схемы, которая позволяет осуществлять стабильную, приносящую доходы деятельность, допустимо рассматривать как предпосылку для реализации не только ноу-хау, но и бренда, имени, что позволяет его популяризовать и получить дополнительный доход.

Как проблему можно рассматривать отсутствие дальнейшей проработки норм законодательства о франчайзинге, несформированность самостоятельного правового института. Потребность в его создании в нашей стране присутствует. Во-первых, договор франчайзинга востребован, франшизы, как российские, так и зарубежные, реализуются. Во-вторых, действующее законодательство не учитывает различий в правоотношениях в рамках договора франчайзинга, что усложняет правоприменение и осуществление защиты субъектов.

Как уже отмечалось, ключевым отличием франчайзинга от коммерческой концессии является консультационное взаимодействие и контроль со стороны франчайзера. Допустимо в качестве такового определить и содействие в организации бизнеса, которое иногда включает помощь вплоть до оформления места осуществления франчайзи предпринимательской деятельности.

Отсутствие детальной и более соответствующей сути отношений в рамках франчайзинга проработки правовых норм уже само по себе свидетельствует о недостаточности правового инструментария и, как следствие, невозможности достижения его эффективности. Можно согласиться и с тем, что отказ от включения в нормы гражданского законодательства положений именно о франчайзинге, допустимо рассматривать в качестве препятствия для более активного присутствия зарубежных франчайзеров, потому что нет четкого правового механизма регулирования отношений, что подменяется аналогией закона [8, с. 106]. В результате нет и правовых ин-



струментов (в первую очередь — правовых норм), которые обеспечили бы развитие франчайзинга, его востребованность в нашем государстве.

Основная проблема — это формальное равенство участников договора франчайзинга и фактически неравное положение вследствие недостаточной урегулированности нормами права.

Стоит отметить, что проблема неравного, *de facto*, правового положения франчайзера и франчайзи не является исключительно российской проблемой. Она актуальна и за рубежом. Исследователи отмечают, что сама идея франчайзинга, когда франчайзер курирует франчайзи, предполагает подчинение и исключает полную свободу франчайзи, а также его защищенность [9].

Не оспаривая подобное утверждение, отметим, что именно от франчайзера зависит, будет ли заключен договор. Самого по себе желания франчайзи приобрести франшизу и осуществлять предпринимательскую деятельность недостаточно, как и выполнения условия относительно внесения платы по договору. Франчайзер, исходя из сложившейся практики, оценивает, насколько франчайзи и имеющиеся у него ресурсы приемлемы для развития бизнеса. Подход, безусловно, правильный, потому что чаще всего речь идет о работе с известным наименованием, с зарекомендовавшими себя технологиями и так далее. В результате нарушений будет страдать репутация франчайзера.

Вместе с тем сложность возникает на этапе контроля с стороны франчайзера. Законодательство не определяет, каким может и должен быть контроль, насколько допустимо вмешательство в деятельность франчайзи. Правовые положения полностью диспозитивны. При этом, как отмечено выше, решающее слово остается за франчайзером. Контроль будет минимальным и не препятствующим развитию франчайзи в том случае, если сама франшиза не столь популярна. Максимальное ужесточение, как можно предположить, будет присутствовать в двух случаях. Первый — это наличие высоких рисков возникновения убытков для франчайзера вследствие как возможной утечки информации относительно ноу-хау, так и неопытности франчайзи. Иными словами, контроль — это один из инструментов охраны интересов франчайзера. Второй случай, когда контроль может стать чрезмерным, — это неопытность франчайзи и отсутствие к нему доверия со стороны франчайзера.

Если исходить из указанных выше причин, то можно утверждать, что контроль должен быть обязательным. Тем не менее на уровне право-

вых норм должны быть закреплены положения о пределах вмешательства. Например, франчайзер должен быть лишен возможности влияния на решение кадровых вопросов, в том числе в плане подбора персонала, принятия решения о переводе сотрудников либо об увольнении.

Отдельно хотелось бы заострить внимание и на том, что в России, в отсутствие понятия «франчайзинг» в законах, нет и официальной статистики, не осуществляется учет франшиз. Российская Ассоциация Франчайзинга формирует постепенно собственный реестр франшиз, но особенность его в том, что внесение — это всегда инициатива участников франчайзинга. Обязательность в данном случае полностью отсутствует.

Негативным такой подход является потому, что в результате заключаются договоры, в рамках которых реализуются не франшизы, а преподносимый под их видом бизнес, не имеющий реальной перспективы. Риск франчайзи полностью потерять вложения и не получить ожидаемой прибыли в этом случае существенно возрастает. Внедрение в нормы права понятия франшизы, т.е. совокупности интеллектуальных прав и определенного сопровождения бизнеса на основе уже существующего и стабильного, а также ведение реестра франшиз, франчайзеров и франчайзи позволили бы защитить начинающих предпринимателей от подобных рисков. Кроме того, можно согласиться с тем, что предоставление дополнительных гарантий защиты способствует развитию малого бизнеса [10, с. 233].

С подобным предложением выступил в свое время вице-президент Российской Ассоциации Франчайзинга Ю. Михайличенко, отметив, что в этом случае предполагается выдача «сертификата соответствия»<sup>2</sup>.

Однако Ю. Михайличенко предлагал создать частный реестр. С учетом популярности франчайзинга в нашем государстве необходимо создавать публичный реестр, включение в который будет позволять осуществлять деятельность, и ведение которого будет обеспечено государственными структурами, а сам реестр станет публичным. Следовательно, нужны определенные нормативно закрепленные критерии, которым должны соответствовать и франчайзеры, и франчайзи, и сама франшиза. Несоответствие критериям будет препятствием для включения в реестр и одновременно показателем эффективности.

<sup>2</sup> Национальный реестр // Российская Ассоциация Франчайзинга. URL: <https://rusfranch.ru/nfr/> (дата обращения: 04.08.2023).

Благодаря этому будут пресекаться попытки продать под видом франшизы бизнес, который выдуман и не функционирует реально. Кроме того, будут повышены и гарантии защиты франчайзеров от попыток приобрести ноу-хау в иных, отличных от закрепленных в договоре целях, что потенцирует возникновение убытков или причинение вреда репутации.

Определение реестра, ведение которого осуществляется государственными структурами, предполагает минимум затрат на внесение сведений. Представляется, что уместным будет применение аналогии с государственным реестром недвижимости, с государственной регистрацией субъектов предпринимательской деятельности.

Основанием для внесения в реестр сведений о франчайзере должны служить данные о наличии у него комплекса исключительных прав, используемого в предпринимательской деятельности на протяжении периода, который должен составлять не менее пяти лет. Второе обязательное условие — это рентабельность бизнеса, т.е. отсутствие задолженности, в том числе по уплате налогов и иных обязательных платежей, получение стабильной прибыли, отсутствие признаков банкротства. Франчайзер обязан доказать, что его бизнес успешен, что идея может реализовываться также успешно и в том случае, если будет иметь место передача исключительных прав в купе с самой идеей организации предпринимательской деятельности.

Одним из условий регистрации франшизы предлагается определить наличие данных о франчайзере в реестре. Если с момента, когда сведения о франчайзере были занесены в реестр, прошел год или более, то для регистрации франшизы необходимо повторное предоставление сведений о наличии у франчайзера исключительных прав, а также о стабильности и прибыльности его деятельности.

Для франчайзи основным условием включения в реестр является заключение договора франчайзинга. Общим для франчайзера и франчайзи выступает наличие статуса субъекта предпринимательской деятельности, в этой части сведения не нуждаются в подтверждении и могут быть установлены в рамках межведомственного взаимодействия.

Представляется, что возможность упорядочить правоотношения, и, соответственно, активизировать развитие института франчайзинга в России, предполагает наличие инструментария.

Первое и ключевое требование — это изменение норм права путем закрепления положений

о франчайзинге взамен существующего договора коммерческой концессии. Следствием этого станет уточнение используемой терминологии. Понятие франшизы, существующее в российском законодательстве, неприемлемо вследствие того, что оно сформулировано для целей регулирования правоотношений в рамках договора страхования. Поэтому необходимо скорректировать и понятия законодательства в данной части, чтобы впоследствии не возникало проблемы толкования и применения терминологии. Наличие одного термина, который в разных ситуациях имеет различный смысл, неприемлемо. Представляется, что для сферы страхования возможно использовать иное понятие: франшиза — это комплекс прав, а также сопровождение со стороны франчайзера, на получение которого приобретает право франчайзи.

Предусмотренная в настоящее время регистрация предоставления исключительных прав может рассматриваться как регистрация только части договорных отношений. Сопутствующие условия договора не регистрируются. Более правильной была бы регистрация всех условий договора франчайзинга, которую в этом случае можно рассматривать как правовой инструмент. Такая регистрация позволит фиксировать условия. Регистрируемый договор предполагает невозможность изменения его условий в отсутствие последующей регистрации, что, как представляется, будет способствовать защите его сторон.

Следующий важный момент — это определение в законе того, что франчайзер осуществляет именно контроль в отношении франчайзи, а не предоставляет консультационные услуги ему и его работникам. Понятие консультационных услуг крайне обтекаемо. Сфера услуг в принципе может быть определена как одна из наиболее проблематичных, потому что предмет договора не имеет конкретизированного результата. Для франчайзинга более адекватным было бы закрепление положений об обучении как франчайзи, так и его работников. Возможно, приемлемым будет включение норм о стажировке, что позволит приобрести минимально необходимые навыки и снизит риски для каждой стороны. Сложность в этом случае возникает только в трактовке понятия обучения, поскольку образовательная деятельность в России имеет разрешительный характер. Поэтому более верным будет введение норм о стажировке, что снизит риски использования франшизы вопреки интересам франчайзера и облегчит для франчайзи предпринимательскую деятельность.

В свете описанных выше предложений относительно развития правового инструментария потенциально проблематичным становится вопрос об оценке франшизы. Достаточно сложно оценить франшизу, определить, может ли она реализовываться, будет ли прибыльной для франчайзи. Исходя из определения самой предпринимательской деятельности как рискованной, можно предположить, что критерий прибыльности не будет воспринят как допустимый и возможный. Сама по себе передача интеллектуальных прав для целей осуществления предпринимательской деятельности также не может быть критерием для характеристики сущности договора.

Следовательно, в настоящее время существует объективная потребность в формировании правового определения терминологии, конкретизации правоотношений.

### *Заключение*

Резюмируя, можно сделать вывод, что правовой инструментарий развития франчайзинга в России еще не сформирован. Отказ от выделения договора франчайзинга как самостоятельного и закрепления его в ГК РФ или ином федеральном законе препятствует развитию франчайзинга. Многие аспекты отношений в рамках данного договора регламентируются совокупностью норм, закрепленных в законодательстве для регулирования других правоотношений, т. е. не выделен самостоятельный правовой институт.

В современных условиях, в свете развития предпринимательства и активной поддержки малого и микропредпринимательства со стороны государства, присутствует потребность в проработке положений о договоре франчайзинга. Исходя из того, что данный договор является гражданско-правовым, целесообразно изменить нормы ГК РФ, переименовав главу о коммерческой концессии в главу о договоре франчайзинга. Подобное решение, при условии предварительной доктринальной проработки положений о франчайзинге, позволит отграничить его от смежных договоров. Кроме того, с учетом отличия российского подхода к правовому регулированию от зарубежного, необходимо проработать нормы о защите прав франчайзи, а именно — конкретизировать формы и способы осуществления контроля со стороны франчайзера.

Закрепление норм о франчайзинге в российском праве должно сопровождаться тщательной переработкой положений и иных законов. Основная цель — это исключение дублирования

терминов в ситуации, когда они имеют различный смысл в зависимости от сферы использования. Нужно разграничить понятия, а в определенных случаях заменить уже существующие, чтобы впоследствии правоприменители не сталкивались с проблемой толкования законов.

Предлагается для целей упорядочивания правового регулирования и исключения неоднозначности используемой терминологии закрепить в главе ГК РФ, посвященной в настоящее время коммерческой концессии, а при условии внесения изменений — договору франчайзинга, понятие франшизы.

Под франшизой предлагается понимать комплекс прав, а также обучающее и консультационное сопровождение со стороны франчайзера на протяжении действия договора франчайзинга. В целях минимизации риска чрезмерного воздействия со стороны франчайзера на франчайзи, а также недостаточности обучения, необходимо закрепить в законе положение о том, что объем обучения, характер и порядок, а также периодичность предоставления консультаций являются существенным условием договора франчайзинга, в отсутствие которого договор является недействительным. При этом предлагается все же положение оставить диспозитивным, чтобы стороны договора могли согласовать данное условие по своему усмотрению.

В целях исключения возможных злоупотреблений со стороны крупного бизнеса в части мнимого создания микро- и малых предприятий, имеющих право на получение поддержки со стороны государства, а также на получение субсидий и льгот в части налогообложения, нужно определить понятие и пределы контроля со стороны франчайзера. Иначе нивелируется сама идея о развитии микро- и малого предпринимательства. Кроме того, подобное расширение, безусловно, выгодно для крупного бизнеса, несет риски снижения поступлений в бюджет, что всегда негативно для государства.

Необходимым является и создание реестра, ведение которого должно осуществляться не частными лицами, а государством. Реестр должен включать данные о договорах, о самих франчайзи и франчайзерах, а также о франшизе. Достоверность вносимых сведений надлежит устанавливать путем проведения проверки данных, что позволит повысить гарантии защищенности субъектов правоотношений. Необходима детальная проработка критериев, на основании которых предмет договора будет определяться как франшиза. В их число целесообразно вклю-

чать и оценку существующего бизнеса франчайзера, и прав на результаты интеллектуальной деятельности.

Предлагается ведение реестра осуществлять не в частном порядке, а передать данную функцию специализированному государственному органу (организации).

В числе критериев, которым должен соответствовать франчайзер, чтобы сведения о нем были занесены в реестр, предлагается выделить: наличие статуса субъекта предпринимательской деятельности; наличие зарегистрированного комплекса исключительных прав, использу-

емых в предпринимательской деятельности; стабильность деятельности (отсутствие просроченных задолженностей, отсутствие признаков банкротства и стабильное получение прибыли на протяжении не менее пяти лет). При этом во внимание принимается только получение прибыли с использованием комплекса исключительных прав.

Для внесения сведений в реестр о франчайзи он должен быть субъектом предпринимательской деятельности, не иметь просроченной задолженности. У франчайзи также должны отсутствовать признаки банкротства.

### СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Биганати С.Ц. Франчайзинг: понятие и сущность / С. Ц. Биганати. — EDN LQBLQW // Научный аспект. — 2023. — Т. 9, № 5. — С. 1030–1034.
2. Пьянкова А.А. Франчайзинг в России под влиянием санкций / А.А. Пьянкова. — EDN RXEJUI // Вопросы российской юстиции. — 2022. — № 20. — С. 249–257.
3. Franchising and Country Development: Evidence from 49 Countries / K.C. Lanchimba, H. Porras, Y. Salazar, J. Windsperger. — DOI 10.1108/IJOEM-07-2020-0779 // International Journal of Emerging Markets. — 2021. — URL: <https://www.researchgate.net/publication/355300397>.
4. Смирнова А.А. Франчайзинг в сфере услуг как драйвер роста малого бизнеса: проблемы и перспективы / А.А. Смирнова. — EDN QJXTJU // Современные технологии управления. — 2023. — № 2(102). — С. 1–12.
5. Мжаванадзе В.Э. Правовое регулирование коммерческой концессии в России и франчайзинга в США / В.Э. Мжаванадзе. — DOI 10.46554/APJ-2023.1(77)-pp.8-11. — EDN LBDKUM // Актуальные проблемы правоведения. — 2023. — № 1(77). — С. 8–11.
6. Алексеев Д.Д. К вопросу о разграничении понятий «франчайзинг» и «коммерческая концессия» в российском договорном праве / Д.Д. Алексеев. — EDN TQNKLA // Вопросы российской юстиции. — 2022. — № 19. — С. 89–96.
7. Золотарева Д.А. Франчайзинг как форма развития бизнеса / Д.А. Золотарева. — EDN BDCAEL // Человек. Социум. Общество. — 2022. — № 5. — С. 64–67.
8. Джабраилов Д.Х. Понятие франчайзинга в рыночной экономике / Д.Х. Джабраилов, Х.А. Бексултанова, И.Б. Чураев. — DOI 10.18411/trnio-02-2023-147. — EDN AVIOHA // Тенденции развития науки и образования. — 2023. — № 94-3. — С. 105–107.
9. Namsrai B. Comparative Legal and Economic Analysis of Franchising / B. Namsrai. — DOI:10.15170/studia.2023.01.06 // Essays of Faculty of Law University of Pécs Yearbook of [year]. — 2023. — URL: [https://www.researchgate.net/publication/371677434\\_Comparative\\_Legal\\_and\\_Economic\\_Analysis\\_of\\_Franchising](https://www.researchgate.net/publication/371677434_Comparative_Legal_and_Economic_Analysis_of_Franchising).
10. Насибов В.Б. Роль франчайзинга в развитии малого бизнеса в России / В.Б. Насибов. — DOI: 10.24412/2500-1000-2023-2-1-231-234. — EDN WTLIZB // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. — 2023. — № 2-1(77). — С. 231–234.

### REFERENCES

1. Biganati S.Ts. Franchising: concept and essence. *Nauchnyi aspekt = Scientific aspect*, 2023, vol. 9, no. 5, pp. 1030–1034. (In Russian). EDN: LQBLQW.
2. P'yankova A.A. Franchising in Russia under the Influence of Sanctions. *Voprosy rossiiskoi yustitsii = Issues of Russian Justice*, 2022, no. 20, pp. 249–257. (In Russian). EDN: RXEJUI.
3. Lanchimba C., Porras H., Salazar Y., Windsperger J. Franchising and Country Development: Evidence from 49 Countries. *International Journal of Emerging Markets*, 2021. Available at: <https://www.researchgate.net/publication/355300397>.
4. Smirnova A.A. Franchising in the Service Sector as a Small Business Growth Driver: Problems and Prospects. *Sovremennye tekhnologii upravleniya = Modern Management Technology*, 2023, no. 2, pp. 1–12. (In Russian). EDN: QJXTJU.
5. Mzhavanadze V.E. Legal Regulation of Commercial Concession in Russia and Franchising in the USA. *Aktual'nye problemy pravovedeniya = Actual Problems of Jurisprudence*, 2023, no. 1, pp. 8–11. (In Russian). EDN: LBDKUM. DOI: 10.46554/APJ-2023.1(77)-pp.8-11.
6. Alekseev D.D. On the Issue of Distinguishing the Concepts of “Franchising” and “Commercial Concession” in Russian Contract Law. *Voprosy rossiiskoi yustitsii = Issues of Russian Justice*, 2022, no. 19, pp. 89–96. (In Russian). EDN: TQNKLA.



7. Zolotareva D.A. Franchising as a Form of Business Development. *Chelovek. Sotsium. Obshchestvo = Human. Society. Society*, 2022, no. 5, pp. 64–67. (In Russian). EDN: BDCAEL.

8. Dzhabrailov D.Kh., Beksultanova Kh.A., Churaev I.B. The concept of franchising in a market economy. *Tendentsii razvitiya nauki i obrazovaniya = Trends in the development of science and education*, 2023, no. 94-3, pp. 105–107. (In Russian). EDN: AVIOHA. DOI: 10.18411/trnio-02-2023-147.

9. Namsrai B. Comparative Legal and Economic Analysis of Franchising. *Essays of Faculty of Law University of Pécs Yearbook of [year]*. 2023. Available at: [https://www.researchgate.net/publication/371677434\\_Comparative\\_Legal\\_and\\_Economic\\_Analysis\\_of\\_Franchising](https://www.researchgate.net/publication/371677434_Comparative_Legal_and_Economic_Analysis_of_Franchising).

10. Nasibov V.B. The Role of Franchising in the Development of Small Business in Russia. *Mezhdunarodnyi zhurnal gumanitarnykh i estestvennykh nauk = International Journal of Humanities and Natural Sciences*, 2023, no. 2-1, pp. 231–234. (In Russian). EDN: WTLIZB.

#### ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Вадим Дмитриевич Рождественский — аспирант. Московский финансово-юридический университет МФЮА. 115191, Россия, Москва, ул. Серпуховский вал, 17, корп. 1.

#### INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Vadim D. Rozhdestvenskiy — postgraduate student. Moscow Financial and Law University MFSA. 1, build., 17, Serpukhovskiy Val., St., Moscow, Russia, 115191.

Поступила в редакцию / Received 11.08.2023

Доработана после рецензирования / Revised 19.10.2023

Принята к публикации / Accepted 18.12.2023