

Заключение. Одним из важнейших вопросов в аудиторской деятельности является качество аудита и оказываемых аудиторами услуг, поэтому необходимо постоянное совершенствование знаний, квалификации аудиторов с учетом стремительной цифровизации и автоматизации. В целях совершенствования законодательства в области осуществления аудиторской деятельности предлагаем:

- 1) внести изменения в программу переподготовки аудиторов в части обучения их новым технологиям, системе повышения качества и автоматизации аудита;
- 2) с целью международного признания аудиторов Республики Беларусь передать часть функций по регулированию аудиторской деятельности (контроль качества, повышение квалификации аудиторов и др.) объединениям аудиторов, аккредитованным Министерством финансов Республики Беларусь;
- 3) создать программный продукт, позволяющий осуществлять аудит на основе передовых технологий.

Список цитируемых источников

1. *Евдокимова, О.* Аудиторский контроль в Республике Беларусь, проблемы и перспективы развития / О. Евдокимова, А. Невядовская, М. И. Бухтик // Стратегія економічного розвитку України : теоретичні засади та механізми реалізації : матеріали Міжнародної науково-практ. конф., Ніжин, 14-15 квітня 2016 року : у 3-х ч. / Міністерство освіти і науки України, Національний університет біоресурсів і природокористування України [та ін.]: редакц. колегія: В. С. Лукач (науковий редактор) [та ін.]. — Ніжин : Видавець ПП М. М. Лисенко, 2016. — Ч. 1. — С. 74—77.
2. *Лемеш, В.Н.* Краткий конспект лекций по учебной дисциплине «Контроль и аудит» для студентов дневной формы обучения по специальности 1-25 01 08 «Бухгалтерский учет, анализ и аудит в строительстве» / В.Н. Лемеш. — Минск : БГЭУ, 2015. — 104 с.
3. Об аудиторской деятельности [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь, 12 июля 2013 г., № 56-3 ; с изм. и доп., внесенными Законом Респ. Беларусь от 18 июля 2019 г. // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. — 2013. — № 29. — 2/2054.
4. Национальные правила аудиторской деятельности [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://audit-ap.by/ru/nac-prav-ru/>. — Дата доступа: 06.04.2022.
5. О введении в действие на территории Республики Беларусь международных стандартов аудиторской деятельности: постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 25 мая 2020 г., № 308 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. — 2020. — № 25. — 5/48105.
6. Устав Аудиторской палаты [Электронный ресурс] : согласовано решением наблюдательного совета по аудиторской деятельности, 5 нояб. 2019 г., № 3—1 // Аудиторская палата. — Режим доступа: <https://audit-ap.by/ru/>. — Дата доступа: 07.04.2022.

УДК 341.9

Д. О. Махатая, Е. Я. Рутман

Учреждение образования «Барановичский государственный университет», Барановичи, Республика Беларусь

МЕЖДУНАРОДНО-ПРАВОВОЙ ПОДХОД К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ДОГОВОРА МЕЖДУНАРОДНОГО ФРАНЧАЙЗИНГА

Введение. В условиях рыночных отношений малый и средний бизнес играет все большую роль в экономике различных стран, так как создает конкурентную среду, позволяет эффективно функционировать предприятиям, увеличивает валовой внутренний продукт и создает новые рабочие места [1, с. 120]. В то же время юридические лица вне зависимости от формы собственности и организационно-правовой формы сталкиваются с рядом проблемных вопросов, которые отрицательно воздействуют на эффективную деятельность лиц и снижают их рентабельность. Однако, по мнению Т. В. Ворониной и М. П. Журавлева, «в мировой практике существуют механизмы, позволяющие существенно сократить негативные последствия данных проблем и снизить возможные риски» [1, с. 120]. Одним из таких механизмов, как нам видится, является франчайзинг, пользующийся во многих странах наибольшей популярностью.

Основная часть. Согласно белорусскому гражданскому законодательству, в частности, Гражданскому кодексу Республики Беларусь (далее — ГК) [2], по договору комплексной предпринимательской лицензии (франчайзинга) (далее — договор франчайзинга) «одна сторона (правообладатель) обязуется предоставить другой стороне (пользователю) за вознаграждение на определенный в договоре франчайзинга срок либо без указания срока лицензионный комплекс, включающий право использования фирменного наименования правообладателя, других объектов интеллектуальной собственности, предусмотренных договором франчайзинга, а также нераскрытой информации в предпринимательской деятельности пользователя» (п. 1 ст. 910 ГК).

Договор франчайзинга предусматривает «использование лицензионного комплекса, указанного в п. 1 ст. 910 ГК, в определенном объеме (с установлением минимального и (или) максимального объема использования) с указанием или без указания территории его использования применительно к определенным видам предпринимательской деятельности» (п. 2 ст. 910 ГК) [2].

В общем значении О. А. Муратова и Е. О. Шпагина считают, что «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» [3, с. 93–94].

В свою очередь, на практике достаточно проблематично сформулировать единое определение франчайзинга и, соответственно, универсальное определение термина «договор франчайзинга», применяемое в широком круге государств.

В целом Ф. Н. Филина полагает, что «франчайзинг может быть определен и как форма продолжительного делового сотрудничества, в процессе которого крупная компания — франчайзер (правообладатель) — представляет малоизвестной компании — франчайзи (пользователю) — лицензию (франшизу) на производство продукции, торговлю товарами или предоставление услуг под торговой маркой правообладателя на ограниченной франшизной территории на срок и на условиях, которые определены франшизным договором» [4, с. 9].

По мнению Е. А. Черепановой, франчайзинг представляет собой «форму предпринимательской деятельности, основанную на системе взаимоотношений, закрепленных рядом соглашений, заключающихся в возмездном предоставлении одной стороной (организацией, имеющей, как правило, ярко выраженный имидж и высокую репутацию на рынке товаров и услуг) другой стороне (организации или индивидуальному предпринимателю) своих средств индивидуализации производимых товаров, выполняемых работ или оказываемых услуг (товарный знак или знак обслуживания, фирменный стиль), технологии ведения бизнеса и другой коммерческой информации, использование которой другой стороной будет содействовать росту и надежному закреплению на рынке товаров и услуг. При этом передающая сторона обязуется оказывать содействие в становлении бизнеса, обеспечивать техническую и консультационную помощь» [5, с. 25].

В свою очередь, рассмотрим правовую регламентацию договора франчайзинга в Республике Беларусь.

В соответствии с п. 3 ст. 910 ГК «сторонами по договору франчайзинга могут быть коммерческие организации и индивидуальные предприниматели».

Вознаграждение по договору франчайзинга «может выплачиваться пользователем правообладателю в форме фиксированных разовых или периодических платежей, отчислений от выручки или в иной форме, предусмотренной договором франчайзинга» (п. 4 ст. 910 ГК) [2].

В соответствии со ст. 910¹ ГК договор франчайзинга заключается в письменной форме и подлежит регистрации в патентном органе в порядке, установленном законодательством [2].

Между тем, согласно ст. 910² ГК, «договором франчайзинга может быть предусмотрено право пользователя разрешать другим лицам использование предоставленного ему лицензионного комплекса или части этого комплекса на условиях, согласованных им с правообладателем либо определенных в договоре франчайзинга (комплексная предпринимательская сублицензия)».

К договору комплексной предпринимательской сублицензии применяются предусмотренные гл. 53 ГК правила о договоре франчайзинга, если иное не установлено законодательством [2].

В соответствии со ст. 910⁷ ГК «договор франчайзинга может быть изменен в соответствии с правилами гл. 29 ГК. Изменение договора франчайзинга подлежит регистрации в порядке, установленном для регистрации договоров франчайзинга. В отношениях с третьими лицами стороны договора франчайзинга вправе ссылаться на изменение договора с момента регистрации этого изменения» [2].

Договор франчайзинга, заключенный с указанием срока либо без указания срока, может быть расторгнут в соответствии с правилами гл. 29 ГК. При этом каждая из сторон договора франчайзинга, заключенного без указания срока, вправе в любое время полностью отказаться от исполнения договора, уведомив об этом другую сторону за шесть месяцев, если договором не предусмотрен более продолжительный срок.

Досрочное расторжение договора франчайзинга, заключенного с указанием срока, а также расторжение договора, заключенного без указания срока, подлежат регистрации в порядке, установленном для регистрации договоров франчайзинга (ст. 910¹¹ ГК) [2].

Между тем, следует обратить внимание на тот факт, что международная ассоциация франчайзинга выделяет большое количество отраслей хозяйства, в которых можно использовать методы франчайзинга. Их полное перечисление не имеет смысла, так как ширину применимости франчайзинга определить сложно. Из следующей выборки Ф. Н. Филина отмечает наиболее распространенные сферы применимости: «бухгалтерский учет, авторемонт, книжные магазины, детская одежда и обучение, строительство, небольшие продовольственные магазины, магазины косметических товаров, образование, услуги по трудоустройству, рестораны, отели, прачечные и услуги по уборке, частные почтовые ящики, фотостудии, риелторские компании, туризм и развлечение, прокат специального оборудования и туристические агентства» [4, с. 4].

Заключение. Необходимо учитывать, что в случае, если юридические лица — франчайзера и франчайзи — находятся в разных государствах и их деятельность регулируется также различно, то в подобных случаях имеет место международный франчайзинг (международный договор франчайзинга). Как правило, данные правоотношения по своей природе осложнены иностранным элементом. В связи с изложенным можно констатировать, что одной из значимых проблем развития международного франчайзинга, решение которой может устранить проблему в терминологии, является отсутствие унифицированного понятия «договор международного франчайзинга». Как следствие, возникают весьма существенные проблемы и на национальном уровне.

На основании этого предлагается внести в действующий ГК определение понятия «договор международного франчайзинга» и изложить его в п. 5 ст. 910 ГК следующей редакции:

«5. По договору международного франчайзинга одна сторона (правообладатель, осложненный иностранным элементом) обязуется предоставить другой стороне (пользователю, осложненному иностранным элементом) за вознаграждение на определенный в договоре международного франчайзинга срок либо без указания срока лицензионный комплекс, включающий право использования фирменного наименования правообладателя, осложненного иностранным элементом, на территории Республики Беларусь, других объектов интеллектуальной собственности, предусмотренных договором международного франчайзинга, а также нераскрытой информации в предпринимательской деятельности пользователя, осложненного иностранным элементом.».

Список цитируемых источников

1. Воронина, Т. В. Франчайзинг в странах Таможенного Союза: состояние и проблемы / Т. В. Воронина, М. П. Журавлев // Беларусь и мировые экономические процессы : сб. науч. ст. Вып. 12. — Минск, 2015. — С. 119—127.
2. Гражданский кодекс Республики Беларусь [Электронный ресурс] : принят Палатой представителей 28 окт. 1998 г. : одобрен Советом Респ. 19 нояб. 1998 г. : Закон Респ. Беларусь, 7 дек. 1998 г., № 218-З : в ред. Закона Респ. Беларусь от 31.12.2021 г., № 141-З // Нац. правовой Интернет-портал Респ. Беларусь. — 04.01.2022. — 2/2861.
3. Муратова, О. А. Правовое регулирование договора франчайзинга (коммерческой концессии) за рубежом и в России / О. А. Муратова, Е. О. Шпагина // Вестн. Междунар. института экономики и права. — 2012. — № 4 (9). — С. 97—106.
4. Филина, Ф. Н. Франчайзинг: правовые основы деятельности / Ф. Н. Филина. — М.: Гросс-Медиа: РОСБУХ, 2008. — 66 с.
5. Черепанова, Е. А. Франчайзинг в России: правовой аспект / Е. А. Черепанова. — Екатеринбург : УралЮрИздат, 2005. — 173 с.

УДК 347.77

Д. О. Махатая, Е. Я. Рутман

Учреждение образования «Барановичский государственный университет», Барановичи, Республика Беларусь

ПОНЯТИЕ «ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ СОБСТВЕННОСТЬ» В ГРАЖДАНСКОМ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Введение. В настоящее время нормативная правовая база Республики Беларусь в сфере регулирования интеллектуальной собственности постоянно изменяется. Так, вступили в силу новые редакции Закона Республики Беларусь от 17 мая 2011 г. № 262-З «Об авторском праве и смежных правах» (ред. от 15.07.2019 г.) [1], Закона Республики Беларусь от 13 апреля 1995 г. № 3725-ХІІ «О патентах на сорта растений» (ред. от 18.12.2019 г.) [2], Закона Республики Беларусь от 7 декабря 1998 г. № 214-З «О правовой охране топологий интегральных микросхем» (ред. от 18.12.2018 г.) [3]. Изменения также коснулись и других специальных нормативных правовых актов Республики Беларусь. Кроме того, одновременно с принятием названных законов и менялись и положения Гражданского кодекса Республики Беларусь 1998 г. (далее — ГК) [4]. Безусловно, «за то время, которое прошло с момента принятия в независимой Республике Беларусь ГК и специальных законов в сфере интеллектуальной собственности, общественные отношения тоже получили корректировку» [5, с. 61].

Однако, указанные преобразования так и не привели к законодательному закреплению в законодательстве Республики Беларусь, в частности, в ГК, понятия «интеллектуальная собственность».

Основная часть. Как утверждает А. В. Полещенков, «понятие интеллектуальной собственности в отечественной литературе является дискуссионным. Различные мнения исследователей можно отнести к двум основным концепциям: проприетарной концепции (от англ. слова property — «собственность») и концепции исключительных прав» [6, с. 102].

Происхождение самого термина «интеллектуальная собственность», по мнению Р. Е. Полякова, «принято связывать с французским законодательством конца XVIII в., что во многом является справедливым. Действительно, традиция проприетарного подхода к авторскому и патентному праву не только родилась во Франции, но и опиралась в своей основе на теорию естественного права, которая получила свое наиболее последовательное развитие именно в трудах французских философов-просветителей (Вольтер, Дидро, Гольбах, Гельвеций, Руссо)» [7].

Авторы, придерживающиеся проприетарной концепции, отождествляют права автора на продукт творчества с правом собственности на материальные вещи. С одной стороны, О. В. Новосельцев полагает, что «законодателю следует поставить право собственности и права на объекты интеллектуальной собственности на одном уровне, поскольку необходимо определять и фиксировать именно права на имущество во всём многообразии его объектов, а не только на вещи» [8, с. 7]. С другой стороны, С. В. Усольцева говорит «о сходстве привязки к объекту в обеих конструкциях», поскольку «вещь без права» для права не существует, формулировка «обязуется передать вещь в собственность другой стороне» подразумевает переход права на вещь [9, с. 54].