

Түйін

Бұл мақалада бағалы қағаздар рыногиндегі коммерциялық банктердің даму стратегиясының құрамды бөлігі ретінде, оның жүйелік мақсаты және де 2-санатты банктердің инвестициялық саясатын жүзеге асыру жағдайы қарастырылады.

Summary

In given article investment activity of banks of the second level on a securities market as a component of strategy of development of commercial bank, its subsystem of the purposes, and also conditions of realisation of an investment policy of banks of the second level is considered.

А.И. Медеубаев,

магистрант Евразийского национального университета им. Л. Гумилева, г. Астана

ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ДОГОВОРА КОМПЛЕКСНОЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ЛИЦЕНЗИИ (ФРАНЧАЙЗИНГА) В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН И В РЯДЕ ЗАРУБЕЖНЫХ ГОСУДАРСТВ

Республика Казахстан – одна из немногих стран, имеющих правовое регулирование франчайзинговых отношений. Хотелось бы посвятить данную статью проблематике законодательного регулирования франчайзинга в Республике Казахстане, в Российской Федерации и других странах мира.

Зарубежное законодательство не имеет терминологического единства в отношении франчайзинга. Термин «франшиза» означает либо права (например, регламенты Европейского союза, модельный закон раскрытия франшизы УНИДРУА), либо отношения права и обязательства по договору, договоренности (например, правила Федеральной торговой комиссии США, Австралийский кодекс, Закон Китая).

Регулирование франчайзинга в мире относится к различным отраслям права, например: контрактное право; законы о представительстве и законы, регулирующие контракты распределения (например, дистрибьюторские и агентские соглашения); законы о справедливой торговле; корпоративное право; конкурентное законодательство; законы, регулирующие интеллектуальную собственность, и др. В некоторых государствах франчайзинга имеет самостоятельное правовое регулирование, при этом не исключается использование норм других законов и инструкций. Кроме того, применимы и нормы международных конвенций, например Парижской конвенции, Бернской конвенции и т.д. Регулирование франчайзинга в США осуществляется двумя нормами: федеральным регулированием и государственным регулированием на уровне штатов. Между федеральными инструкциями и инструкциями штатов существуют различия, и требования штатов, как правило, жестче федеральных.

Специальное законодательство существует во Франции, Италии, Испании, Канаде, Бразилии, Румынии, Индонезии, Малайзии, Китае, Японии, Корее и в некоторых других государствах. В плане международного развития наиболее протекционистским является законодательство стран Азии, дающее приоритет и преимущества национальным франчайзерам.

В рамках Европейского союза франчайзинг, равно как и все формы вертикальных соглашений, регулируется нормами конкурентного права. В зависимости от концептуального видения государствами развития национального рынка и предпринимательской среды на своих территориях законодательство каждой страны имеет свою специфику.

Можно сформулировать общие для большинства государств принципы: как правило, определена цель регулирования, а именно отношения франчайзинга, его развитие и защита законных интересов участников отношений; определен предмет регулирования – франчайзинг, соответственно формализованы основные понятия; в некоторых законах прописаны необходимые для франчайзеров условия, которые должны быть выполнены до предложения первой франшизы; письменная форма договора; обязательное раскрытие информации до заключения соглашения (в среднем за 10-20 дней); основные условия соглашения и платежи; условия расторжения, прекращения и возобновления соглашения, а также последствия расторжения; штрафные санкции.

Регистрация франчайзеров существует практически во всех странах, но идеология этой регистрации серьезно отличается от российского варианта. Регистрация, как правило, осуществ-

ляется с целью обеспечения контроля над рынком, а также с целью создания дополнительных механизмов защиты прав сторон [1].

В Европе наряду с национальными нормами действует и законодательство ЕС, распространяющееся на государства-участники. В ЕС франчайзинг не регулируется напрямую специальными законами. Регулирование относится к нормам конкурентного права. Две статьи Римского договора, устанавливающего Европейское экономическое сообщество, определяют основные правила конкуренции (81-82), запрещающие определенные действия, несовместимые с Общим рынком. Положения указанных статей относятся к горизонтальным и вертикальным соглашениям. К горизонтальным соглашениям относятся соглашения между фактическими или потенциальными конкурентами, то есть между организациями, находящимися на одной стадии производства или цепи распределения. Вместе с тем в рамках ЕС действуют регламенты, устанавливающие некоторые льготы применительно к распространению действия ст. 81 Римского договора, например, к научно-исследовательским соглашениям. Вертикальные соглашения – это соглашения или совместные действия между двумя или более организациями, каждая из которых работает на различном уровне производства или цепи распределения. В соответствии с регламентом Совета ЕЭС 1965 Комиссия ЕЭС была уполномочена принимать льготы для некоторых вертикальных соглашений. В 1983 г. были приняты регламенты, предоставляющие льготы к категориям исключительных соглашений распределения и исключительным покупательским соглашениям, в 1988 – к франшизным соглашениям [2]. Активное развитие смешанных систем, например, включающих в рамках одной сети филиалы и независимых франчайзи, сочетание статуса франчайзи со статусом агента, привело к отнесению франчайзинга под общее регулирование вертикальных соглашений регламентом 1999 г.

Новый экономический подход Комиссии ЕС к вертикальным соглашениям сосредоточился на оценке их эффективности на рынке с целью увеличения благосостояния потребителя и создания эффективного распределения ресурсов. Вместе с тем он исходит из того, что должен быть достигнут разумный баланс между выгодами и ограничением конкуренции на рынке ЕС.

Развитие и расширение коммерческих связей приводит к изменению и появлению новых форм взаимодействия между участниками рынка. Участие государств в интеграционных процессах приводит к принятию новых форм правоотношений. Например, в казахстанское и российское право из международного права интегрированы такие договоры, как агентский, договор коммерческого представительства, коммерческая концессия и др. Франчайзинг и коммерческая концессия имеют ряд общих признаков, но до настоящего времени не утихают споры относительно того, является ли «коммерческая концессия» аналогом «франчайзинга», а сам термин «франчайзинг» при широком его распространении на практике остается нелегализованным. В казахстанском законодательстве применен термин «комплексная предпринимательская лицензия», он использован законодателем условно для различения данной группы правоотношений. Но поскольку в большинстве стран мира используется термин «франчайзинг», казахстанский законодатель, упомянув данный термин в скобках в названии комментируемой статьи, показал, что комплексной предпринимательской лицензией в Республике Казахстан называется франчайзинг. Тем самым проведена некоторая унификация с мировым законодательством. В то же время в тексте статей используется терминология, известная нашему законодательству. Таким образом, законодатель сохранил традиции отечественной правовой терминологии [3]. В законодательстве Российской Федерации эта тенденция является еще более выраженной, и в ГК РФ аналогичный правовой институт носит название «договор коммерческой концессии».

С точки зрения правовой классификации в казахстанском законодательстве договор франчайзинга и договор комплексной предпринимательской лицензии, будучи синонимами, являются разновидностью лицензионного договора в смысле статьи 966 ГК [4].

Договор о комплексной предпринимательской лицензии в Гражданском кодексе РК и договор коммерческой концессии в Гражданском кодексе РФ появились раньше того, как стала понятна сама природа экономических отношений, что привело впоследствии к высокому уровню неудовлетворенности содержанием норм регулирования в их совокупности в Казахстане и России. Аналогичные проблемы существуют и в странах бывшего социалистического лагеря, что является фактором сдерживания развития франчайзинга на национальных территориях, а также

препятствует развитию процессов свободного правового взаимодействия представителей бизнеса различных государств.

Наличие проблем правового характера, связанных с отсутствием единообразных и унифицированных норм регулирования, и важность решения этих проблем, а также необходимость развития и совершенствования методов делового сотрудничества между представителями бизнеса различных государств привели к созданию Международного экспертного совета, в состав которого войдут практикующие консультанты и юристы, специализирующиеся в секторе франчайзинга. Также хотелось бы отметить, что 2002 год стал плодотворным для развития франчайзинга в Казахстане. В том году произошли следующие значимые для развития отечественного франчайзинга события:

1. Появляется закон франчайзинге. Таким образом, франчайзинг регулируется не только главой 45 ГК, но и специальным законом.

2. Появляется Национальная ассоциация франчайзинга Казахстана (КАФ) – специализированный институт развития франчайзинга.

3. ЮСАИД в рамках проекта по предпринимательству презентует программу франчайзинга. Целью программы является формирование сугубо казахстанских брендов франчайзинга. В рамках программы организуется ряд бесплатных семинаров по франчайзингу, бесплатно распространяются учебные пособия по теме, формируются национальные франшизы. Также по этой программе организуется визит вице-президента МАФ в Казахстан, целью которого было содействие увеличению деловых контактов между американскими франчайзерами и казахстанскими предприятиями. Результатом программы стало появление ряда отечественных франчайзинговых компаний. Благодаря программе также повысился уровень информированности казахстанского предпринимательства о франчайзинге, что способствовало популяризации франчайзинговой формы отношений.

В 2005 году в Алматы проходит первая выставка франчайзинга. Франчайзинг прочно входит в составляющую казахстанского бизнеса, становится неременным атрибутом развития многих компаний. В прессе появляются материалы, освещающие франчайзинг. Повышается интерес к коммерческому и финансовому сектору. Появляется ряд компаний, деятельность которых состоит из франчайзингового брокерства, что является показателем прибыльности сектора [5].

Франчайзингу оказывается поддержка и на государственном уровне. Появляется программа финансирования франчайзинга при Фонде развития малого предпринимательства (ФРМП). Во многих регионах страны проводятся семинары и конференции по франчайзингу, организованные МИТ РК и региональными предпринимательскими объединениями. Меры по государственной поддержке франчайзинга прописываются во многих программах по развитию предпринимательства.

Только за период 2003-2007 гг. количество франчайзинговых систем в стране выросло почти в 2,5 раза. Среднегодовой оборот франчайзинга вырос более чем в три раза. Увеличилось число рабочих мест, созданных именно франчайзинговыми компаниями, разнообразилась картина сектора [6].

Подводя итоги, можно сказать, что франчайзинг в нашей стране, существуя с 90-х годов прошлого века, регулярно развивается и совершенствуется. В настоящее время существует классификация видов франчайзинга и структура франчайзинговой системы ведения бизнеса.

Можно сделать выводы о довольно грамотном функционировании бизнеса в форме франчайзинга. Именно данная форма бизнеса позволяет получить возможность использовать уже отработанные и оправдавшие себя технологии, уже известную и популярную марку, возможность обучаться и получать по ходу дела необходимые консультации. Все эти возможности могут предоставить те, кто уже имеет опыт, знания, обладает технологическими секретами предпринимателей, т.е. располагает капиталом не материальным, но весьма ценным и эффективным, если его правильно использовать. В то же время не стоит забывать о весьма грамотном правовом регулировании – только при соблюдении всех данных нюансов мы сможем добиться положительных результатов.

Список использованной литературы:

1. И.В.Рыкова, к.э.н, директор Школы профессионального франчайзинга, генеральный директор юридической фирмы «Правовой сервис «ФАРН», Россия, Москва.
2. Экспорт: право и практика международной торговли: Шмитгофф К.М. Пер. с англ. – М: Юрид. лит., 1993.
3. Гражданский кодекс Республики Казахстан (Особенная часть). Комментарий. Отв. ред. М.К. Сулейменов, Ю.Г. Басин. – Алматы: «Жеті Жарғы», 2000. – С. 501-502.
4. Гражданский кодекс Республики Казахстан (Особенная часть). Комментарий. Отв. ред. М.К. Сулейменов, Ю.Г. Басин. – Алматы: «Жеті Жарғы», 2000. – С. 501-502.
5. Журнал Business Life. Статья «Франчайзинг в Казахстане». Февраль, 2008 г.
6. «Франчайзинг в Казахстане». Б. Кисиков. Алматы, BookinEast, ISBN 9965-452-36-9, 2007 г.

Summary

The Republic of Kazakhstan – one of the few countries that have legal regulation franchising relations. In the article of the masters degree candidate Medeubaev Azamat is considered the problematics of legislative regulation of a franchise in the Republic of Kazakhstan, in the Russian Federation and in other countries of the world. The foreign legislation has no terminological unity concerning a franchise. «Franchise» means the term either the rights, or relations of the right and the obligation under the contract, arrangements.

Түйін

Медеубаев Азаматтың мақаласында Қазақстан Республикасындағы, Ресей Федерациясы және әлемдегі басқа да мемлекеттердегі франчайзинг заңын реттеу мәселесі қаралады. Шетел Заңында франчайзинг қатынасына байланысты терминологиялық бірлік жоқ. «Франшиза» термині құқық немесе құқықтық реттеуді талап ететін келісім шарт бойынша міндеттер мен құқық қатынасы дегенді білдіреді.

А.А. Мухамадиева,

магистрант университета «Туран» (Астана)

КОМПАНИЯНЫҢ ҚАРЖЫ-ЭКОНОМИКАЛЫҚ ТҰРАҚТЫЛЫҒЫН ЖОҒАРЫЛАТУДАҒЫ ТӘУЕКЕЛДІКТІ БАСҚАРУ

Қаржы-экономикалық тұрақтылықты басқару – нарықтық экономика жағдайында компанияның қызмет жасау және дамуындағы негізгі факторлардың бірі болып табылады. Осы бағыттың өзектілігі, сыртқы ортаның өзгеруімен, шаруашылық байланыстардың күрделенуімен, қызмет аумағындағы өсіп отырған объективті талаптарға сәйкес үздіксіз дамып отыр.

Компанияның жалпы ұзақ мерзімді стратегиялық дамуын жасауда негіз болып сыртқы ортаның әсер ететін факторлар, саланың ерекшелігі, дамыған елдердің тәжірибесін есепке ала, қаржы-экономикалық тұрақтылықты басқару механизмдерінің ең дұрыс нұсқаларын жасаудағы кешенді келу болып табылады.

Компанияның қаржы-экономикалық тұрақтылығы мәселелерінің пайда болуы, әдетте ауыспалы жағдайда пайдаланылатын оперативті шаралар компанияның жағдайын тұрақтандырғанмен, толығымен оны өзгерте алмайды. Яғни, олар, бір жағынан, компанияның жалпы алдағы дамуын көре алмаса, екіншіден – сыртқы факторлардың өзгеруін болжау және жалпы жағдайын сауықтырудың жіңішкелігімен байланысты [1].

Тәуекелдіктер үш дәрежеге бөлінеді: стратегиялық, қаржылық, іс-әрекеттік қауіптер. Тәуекелдік-менеджмент компанияның мақсаттары мен міндеттерін қорғайды (1 сурет) және, сәйкесінше, оның капиталдануына, дамуына және келбетіне былайша ықпалын тигізеді: ұйымның ұзақ мерзімді қызметін жоспарлап, жүзеге асыруға мүмкіндік жасайтын жүйелік ұстаным; бизнес-үрдістерінің құрылымын, қоршаған ортада болып жатқан өзгерістерді, ұйымның әлеуетті мүмкіндіктері мен қауіп-қатерлерін түсінуді қалыптастыру арқылы стратегиялық жоспарлау мен шешім қабылдау үдерісін жақсарту; ұйым капиталы мен ресурстарын барынша тиімді пайдалану немесе орналастыру процесіне үлес қосу; ұйымның мүлктік мүдделерін қорғау және компания беделін жақсарту; қызметкерлердің біліктілігін арттыру және білімнің ұйымдастырушылық базасын жасау.