

Министерство образования и науки Российской Федерации  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра гражданского права и процесса

**ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ФРАНЧАЙЗИНГА В  
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОМ ПРАВЕ**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

Студента 4 курса 432 группы направления подготовки  
40.03.01 – «Юриспруденция» юридического факультета  
СГУ им. Н.Г.Чернышевского

**БРАЙЛО АНАСТАСИИ СЕРГЕЕВНЫ**

Научный руководитель

канд. юрид. наук, доцент \_\_\_\_\_ Е.А. Малько

Зав. кафедрой гражданского права и процесса

канд. юрид. наук, доцент \_\_\_\_\_ Е.Н. Тогузаева

Саратов, 2018

**Актуальность темы исследования** определяется тем, что на сегодняшний день франчайзинг получает все большее распространение во всём мире и нуждается в выработке комплексного знания и проведении научных исследований о нем. Данная тема вызывает сильный интерес у научного сообщества, юристов - правоведов и представителей бизнес - структур.

Во всем мире увеличивается продажа товаров и предоставление различных услуг на условиях франчайзинга. Франчайзинг, как способ организации бизнеса, предполагает создание сети предприятий, занимающихся одним видом деятельности, под единой торговой маркой или товарным знаком, использующих в своей деятельности идентичные маркетинговые приемы, ценовую политику, способы и формы реализации продажи и услуг.

В связи с тем, что франчайзинг в России развивается относительно недолго, его правовое регулирование также остается недостаточно разработанным. Принятая в 1996г. в гражданском законодательстве глава 54 и по сей день является основным нормативно - правовым актом, который регулирует общие положения договора франчайзинга (коммерческой концессии) в нашей стране. Но, несмотря на это, данная глава содержит в себе некоторые пробелы и неточности, которые, так или иначе, затрудняют понимание правовых норм в рамках применения договора франчайзинга.

**Объектом исследования** выступают общественные отношения, возникающие в связи со становлением и развитием института франчайзинга, а **предметом** - положения нормативно-правовых актов, входящих в систему правового регулирования деятельности в рамках применения договора франчайзинга.

**Цель выпускной квалификационной работы** - изучение такого института как франчайзинг в рамках предпринимательского права, его правовой природы, практики применения, разработка теоретических положений и рекомендаций по поводу совершенствования нынешнего гражданского законодательства.

Для достижения поставленной цели были поставлены следующие взаимообусловленные **задачи**:

- исследовать соотношение франчайзинга и договора коммерческой концессии;
- отразить вопросы правового регулирования франчайзинга в России;
- раскрыть значение франчайзинга в предпринимательских отношениях;
- изучить особенности регулирования отношений франчайзинга (коммерческой концессии) в Российской Федерации, а также в зарубежных странах;
- проанализировать положения нормативно-правовых актов, входящих в систему правового регулирования деятельности в рамках применения договора франчайзинга.

Реализация намеченных целей и задач осуществлялась на основе изучения юридической литературы, посвященной заявленной теме. Повышенный интерес к различным проблемным аспектам франчайзинга проявляли следующие отечественные специалисты-правоведы: Васильева Е.Н., Землякова Д. Н., Леонова А.Е., Сосна С.А., Финько Е., Шульгина Л., Ющенко Н.А. и другие.

При написании выпускной квалификационной работы использовались такие подходы и методы как сравнительный, исторический и диалектический, а также методы обобщения и системного анализа.

Работа состоит из введения, трех взаимосвязанных глав, разделенных на параграфы и заключения.

## Основное содержание работы

**Глава 1** выпускной квалификационной работы посвящена общей характеристике франчайзинга, а именно: изучению правового регулирования франчайзинга в России, значению франчайзинга в предпринимательских отношениях, а также франчайзингу как модели ведения бизнеса в зарубежных странах.

На сегодняшний день современное понятие франчайзинга можно определить как соглашение между правообладателем и пользователем, по которому вторая сторона имеет право использовать в предпринимательской деятельности комплекс исключительных прав, принадлежащих правообладателю. Иными словами, его можно охарактеризовать как особый метод организации коммерческой деятельности, позволяющего открывать бизнес под эгидой известной торговой марки или бренда. Что касается развития франчайзинга и его правового регулирования в России, то можно сказать, что зачатки франчайзинга проявлялись еще на пути становления Российской Федерации, что обуславливалось его экономическим развитием. Надо сказать, что появление первых зачатков франчайзинга в России произошло еще в период существования СССР. Так, в 1972 г. в рамках соглашения о двусторонней торговле между СССР и США были достигнуты договоренности о сотрудничестве. Интерес к такому способу ведения бизнеса активно вошел в практику 90-х годов прошлого века. После распада СССР начался новый период формирования рыночной экономики, что способствовало развитию франчайзинга в нашей стране. Применение на практике данного способа ведения предпринимательской деятельности стало возможным после появления в 1996 г. в гражданском законодательстве главы 54, именуемой коммерческой концессией. Что касается других правовых источников, можно сказать, что в них отсутствует закрепление договора франчайзинга, но обращаясь к

федеральным программам 90-х годов, можно проследить некий интерес к данному явлению.

Надо отметить, что в настоящее время современный рынок франчайзинга растет и считается одним из самых перспективных. Так, по данным Международной Ассоциации Франчайзинга в мире насчитывается около 70 видов деятельности, в которых можно использовать методы франчайзинга.<sup>1</sup> Несомненно, франчайзинг дает обществу освоение новых идей, методов, технологий в разных сферах предпринимательской деятельности. Немаловажное значение в России для продвижения и развития франчайзинга играет Российская ассоциация франчайзинга (РАФ). Ею был принят Этический кодекс РАФ и подготовлен проект Федерального закона «О внесении изменений и дополнений в главу 54 Гражданского кодекса Российской Федерации».

Франчайзинг как способ ведения бизнеса в предпринимательских отношениях известен во многих странах мира. Что касается непосредственно правового регулирования франчайзинговых отношений, то на сегодняшний день оно достаточно разнообразно в законодательстве отдельных государств. Если говорить об источниках, содержащих нормы права о франчайзинге, то в таком случае следует выделить, что в отдельных государствах, как указывают некоторые авторы, например в США, Румынии, Казахстане, Республике Молдова, приняты специальные законы относительно этого вида деятельности.<sup>2</sup> В других же странах, таких как Франция, Германия, Россия, нормы о франчайзинге закреплены в других законодательных актах, в частности в Гражданских кодексах, законодательстве о предпринимательской деятельности

---

<sup>1</sup>Официальный сайт Международной ассоциации франчайзинга (МАФ) // <http://worldfranchiseassociates.ru/> (дата обращения: 10 ноября 2017 г.)

<sup>2</sup> Симаева Н.П. Франчайзинг как форма развития предпринимательской деятельности в России: финансово-экономические и правовые аспекты // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 9: Исследования молодых ученых. 2010. N 8 - 2. С. 103.

и других.<sup>3</sup> Надо сказать, что институт франчайзинга законодательно развивается и на международном уровне. Так, попытки определения договора международного франчайзинга и его регулирования предприняты международными организациями, в частности Международным институтом по унификации частного права (УНИДРУА), Всемирной организацией интеллектуальной собственности (ВОИС), Международной торговой палатой (МТП).

**Глава вторая** выпускного исследования посвящена анализу договора франчайзинга в России. Стоит сказать, что существующее гражданское законодательство закрепляет регулирование договора коммерческой концессии в главе 54 Гражданского кодекса Российской Федерации. Специфика договора коммерческой концессии, как и других самостоятельных договоров, заключается, прежде всего, в его предмете. В соответствии со ст.1027 ГК РФ предметом данного договора является комплекс исключительных прав, передаваемый для организации бизнеса. В состав этих исключительных прав входят права двух категорий: во-первых, права на товарный знак и знак обслуживания, которые по своей природе являются открытыми и общеизвестными, и, во-вторых, права на использование методов ведения бизнеса правообладателя, которые составляют секрет производства (ноу-хау) и являются закрытой информацией.

Федеральным законом от 12.03.2014 № 35-ФЗ были внесены изменения в ст. 1028 ГК РФ, которая регулирует форму и регистрацию договора коммерческой концессии, в частности относительно регистрации в федеральном органе исполнительной власти по интеллектуальной собственности предоставление права использования в предпринимательской деятельности комплекса исключительных прав правообладателя по договору коммерческой концессии. Причем если в предыдущей редакции ст. 1028 ГК РФ

---

<sup>3</sup>Опыт франчайзинга в странах Центральной и Юго-Восточной Европы // <http://franchising.kiev.ua/analytics/434.html> (дата обращения: 10 ноября 2017 г.).

законодатель четко устанавливал, что несоблюдение требования о государственной регистрации договора коммерческой концессии влечет его ничтожность, теперь правовое последствие отсутствия регистрации предоставления права использовать комплекс исключительных прав определено как признание предоставления данного права несостоявшимся. Данные изменения вступили в силу 1 октября 2014 г.

**В главе третьей** проанализированы современное состояние и перспективы развития франчайзинга в России. На законодательном уровне в Российской Федерации такое понятие как «франчайзинг» не закреплено. Аналогом франчайзинга в нашей стране выступает коммерческая концессия, положения которой отражены в главе 54 Гражданского кодекса.

В связи с этим, вопрос правовой природы понятий коммерческой концессии и франчайзинга, представляется довольно дискуссионным. Ведь в научной литературе при рассмотрении правоотношений, регулируемых договором коммерческой концессии, часто упоминается термин «франчайзинг». Но следует отметить, что с момента принятия второй части Гражданского кодекса РФ в юридическом сообществе, так или иначе, отсутствует единое мнение о тождественности договора коммерческой концессии и франчайзинга.

В официальном отзыве Государственной Думы РФ на законопроект "О франчайзинге", внесенный в 2014 г., отмечается, что правоотношения в области франчайзинга на сегодняшний день регулируются главой 54 ГК РФ "Коммерческая концессия".<sup>4</sup> Верно, будет предположить, что на государственном уровне происходит отождествление понятий франчайзинга и коммерческой концессии.

---

<sup>4</sup> О франчайзинге: Официальный отзыв на проект Федерального закона N 503845-6. Официальный сайт Государственной Думы РФ. URL: <http://asozd2.duma.gov.ru> (дата обращения: 10 ноября 2017).

По нашему убеждению, в общемировом понимании понятие «франчайзинг» и определение «коммерческая концессия», которое вытекает из смысла норм Гражданского кодекса РФ, соотносятся как родовое и видовое. На наш взгляд, отношения франчайзинга формируют модель организации бизнеса и носят комплексный характер, а, следовательно, их содержание выходит за пределы предоставления исключительных прав и охватывает действия по оказанию правообладателем пользователю консультационных, обучающих и контрольных услуг.

Одну из наиболее важных проблем в сфере франчайзинга мы видим в несовершенстве законодательства, которое заключается как в отсутствии понятия "франчайзинг" в правовой базе России, так и в желании ряда законодателей поставить знак равенства между понятиями "франчайзинг" и "коммерческая концессия". Одним из путей преодоления такой проблемы нам видится в создании отдельного нормативно-правового акта о франчайзинге, который обеспечит его непосредственное регулирование. Полагаем, что детальная правовая регламентация франчайзинга в России облегчит понимание сущности франчайзинга как для отечественных, так и для зарубежных предпринимателей, а также придаст строго фиксированный смысл такому понятию как «франчайзинг».

**Заключение** работы отражает основные выводы автора, сделанные в ходе всего выпускного исследования. По итогам проведения настоящего исследования, посвященного правовому регулированию франчайзинга, в том числе его значению в предпринимательских отношениях, можно сделать следующие выводы.

Прежде всего, нужно сказать, что анализируя нормативно-правовую базу, регулирующую договор франчайзинга (коммерческой концессии), нельзя не отметить одну из таких проблем как несовершенство законодательства, которое проявляется как в отсутствии понятия "франчайзинг" в правовой базе России,

так и в желании ряда законодателей поставить знак равенства между понятиями "франчайзинг" и "коммерческая концессия".

Сравнение российского законодательства о договоре коммерческой концессии с нормами, закрепленными в других государствах, позволяет выделить следующие положения.

Во-первых, в рассмотренных нами странах правовая регламентация института франчайзинга достаточно закреплена. Во-вторых, нормы, закрепленные в гл. 54 ГК РФ, по своему смыслу соответствуют нормам о договоре франчайзинга, что подтверждается учеными. В-третьих, в отличие от России за рубежом достаточно внимания уделяется урегулированию преддоговорных или предфранчайзинговых отношений, что, на наш взгляд, представляется целесообразным для дальнейшего улучшения бизнес-среды, в которой действуют предприниматели в рамках договора франчайзинга. Анализируя данный институт, мы пришли к выводу, что франчайзинговая модель имеет более общую форму существования, а договор коммерческой концессии рассматривается в качестве отдельного вида.

В заключении еще раз хотелось бы отметить, что франчайзинг сейчас занимает одно из ведущих мест в развитии предпринимательства во всем мире. Следует отметить, что хоть правовое регулирование франчайзинга ограничивается главой 54 Гражданского кодекса РФ, положительная динамика развития франчайзинга в России все-таки есть.

Безусловно, для того чтобы Россия достигла высоких социально-экономических показателей в разных бизнес - сферах, в том числе в сферах франчайзинга и франчайзинговых отношений, малого и среднего предпринимательства, необходима четкая и детальная правовая регламентация данного правового института на законодательном уровне.

В связи с чем, видится целесообразным активное вмешательство государства в регулирование франчайзинговых отношений с целью устранения пробелов и неточностей, стоящих на пути развития российского

предпринимательства. Необходимо оказание государственной поддержки в данной сфере для развития франчайзинга как одного из главных инструментов для развития рыночных, торговых и предпринимательских отношений в Российской Федерации.