

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

На правах рукописи

Тестова Олега Николаевича

**ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ
ДОГОВОРА КОММЕРЧЕСКОЙ КОНЦЕССИИ**

направления подготовки 40.03.01 – «Юриспруденция»
юридического факультета СГУ им. Н.Г. Чернышевского

Автореферат бакалаврской работы

Научный руководитель
канд. юрид. наук, доцент

И.М. Конобеевская

Зав.кафедрой гражданского права и процесса
канд. юрид. наук, доцент

Е.Н. Тогузаева

Саратов 2020

Актуальность исследования. В современных условиях экономического развития общества стали активно применяться такие способы ведения предпринимательской деятельности как франчайзинг или коммерческая концессия. Можно утверждать, что франчайзинг в настоящее время - единственный известный инструмент, позволяющий повысить эффективность малого бизнеса. Он дает возможность объединить достоинства малого и крупного бизнеса. Франчайзинг в силу специфики правовой природы предоставляет широкие возможности отечественным компаниям перенимать деловой и управленческий опыт и технологии ведущих иностранных компаний, приемы и методы ведения предпринимательской деятельности, разработанные в мировой экономике, с целью повышения уровня хозяйствования в России.

Данный вид деловой активности распространен, как в зарубежных странах, так и в России, но его «легальные аспекты все еще создают много потенциальных трудностей для тех, кто собирается обязать себя правоотношениями по коммерческой концессии¹.

Многолетний опыт применения франчайзинга в развитых странах показал, что данные договорные отношения являются эффективным средством расширения бизнеса крупных фирм и иных коммерческих организаций-правообладателей, позволяющих осуществлять поддержку высокого уровня результатов предпринимательской деятельности.

Более того, данная схема взаимоотношений позволяет создавать в довольно короткие сроки расширенную сеть бизнеса правообладателя, а пользователь исключительных прав за счет деловой репутации правообладателя может добиться значительных успехов при осуществлении предпринимательской деятельности.

Необходимо отметить, что в правоприменительной практике субъекты предпринимательской деятельности сталкиваются с различными

¹ Ющенко Н. А. Правовое регулирование коммерческой концессии и франчайзинга в России и за рубежом: автореф. ... дис. канд. юрид. наук. / Н.А. Ющенко. Казань, 2008. С.11.

проблемными аспектами договора, что приводит к возрастанию количества судебных споров, возникновению противоречивой правоприменительной практики.

Несовершенство правового регулирования договора коммерческой концессии, необходимость теоретического исследования с целью устранения проблем, возникающих в сфере применения договора коммерческой концессии, и обуславливают актуальность научных исследований по вопросам правового регулирования договора коммерческой концессии.

Объектом бакалаврской работы выступают общественные отношения, вытекающие из договора коммерческой концессии.

Предмет бакалаврской работы - нормы гражданского законодательства, регулирующие отношения сторон по договору коммерческой концессии, а также научные труды отечественных ученых, посвященных правовому регулированию договора коммерческой концессии, судебная и правоприменительная практика.

Цель бакалаврской работы - анализ правового регулирования договора коммерческой концессии, выявление его теоретических и практических проблем, разработка предложений по совершенствованию действующего законодательства в исследуемой сфере.

Для достижения поставленной цели определены **задачи**:

- рассмотреть понятие договора коммерческой концессии;
- проанализировать соотношение понятий «коммерческая концессия», «франчайзинг»;
- изучить существенные условия договора коммерческой концессии по российскому законодательству;
- исследовать права и обязанности сторон договора коммерческой концессии;
- проанализировать положения об ответственности в сфере коммерческой концессии;

- сформулировать предложения, направленные на совершенствование гражданского законодательства, регулирующего правоотношения в сфере коммерческой концессии.

Методология исследования. В рамках проведения настоящего исследования были использованы общенаучные методы познания (диалектический, логический, системный), а также частно - научные (сравнительно-правовой, формально-юридический, правового моделирования).

Степень разработанности темы. Вопросам правового регулирования договора коммерческой концессии посвящены научные труды Т.Е. Абовой, М.М. Богуславского, М.И. Брагинского, В.В. Витрянского, Э.П. Гаврилова, С.П. Гришаева, О.Н. Садикова, А.П. Серегева, Е.А. Суханова, А.М. Эрделевского и др.

Нормативная база исследования включает Конституцию Российской Федерации, Гражданский кодекс Российской Федерации, в том числе, федеральные законы и подзаконные нормативно–правовые акты, регулирующие отношения, возникающие в связи с заключением и исполнением договора коммерческой концессии в РФ.

Эмпирическую базу исследования составляет судебная практика Верховного суда Российской Федерации, судов общей юрисдикции и арбитражных судов, касающейся вопросов гражданско-правового регулирования правоотношений в сфере реализации договоров коммерческой концессии в Российской Федерации.

Структура работы обусловлена целями и задачами исследования, включает введение, три главы, пять параграфов, заключение и список использованных источников.

Основное содержание работы

Первая глава бакалаврской работы «Общая правовая характеристика договора коммерческой концессии» посвящена изучению правовой природы договора коммерческой концессии, исследованию его понятия и признаков, основных положений законодательного регулирования данного договора.

В первом параграфе первой главы «Понятие и признаки договора коммерческой концессии» изучено понятие договора коммерческой концессии, закреплённое в ГК РФ. Также установлены признаки, присущие договору коммерческой концессии, отличающие его от других самостоятельных гражданско-правовых договоров.

Параграф 2 первой главы: «Соотношение понятий коммерческой концессии и франчайзинга» посвящен исследованию проблемных аспектов соотношения франчайзинга и коммерческой концессии.

Изучено содержание и соотношение таких понятий, как «коммерческая концессия», «франчайзинг», выявлены различия между франчайзингом и коммерческой концессией.

Установлено наличие в специальной литературе дискуссий о соотношении понятий «коммерческая концессия» и «франчайзинг».

Делается вывод о том, что отсутствие терминологической точности договора коммерческой концессии при осуществлении предпринимательской деятельности влечет негативные последствия, такие, как экономические издержки, снижение эффективности бизнеса, судебных споров и др.

Выявлено, что в законодательстве ряда стран понятия «франчайзинг» и «коммерческая концессия» различаются, международное законодательство так же придает франчайзингу более широкую смысловую нагрузку, нежели содержит коммерческая концессия по российскому законодательству

Сделан вывод о том, что необходимо реформирование действующего законодательства путем внесения изменений в отечественное законодательство.

Во второй главе бакалаврской работы «Особенности правоотношений в рамках договора коммерческой концессии» изучаются существенные условия договора коммерческой концессии, осуществляется подробное исследование правового регулирования этого договора и правоприменительной практики в сфере коммерческой концессии.

По итогам исследования автором вносятся конкретные предложения по совершенствованию правового регулирования договора коммерческой концессии.

В первом параграфе второй главы «Существенные условия договора коммерческой концессии» рассматривается круг условий договора коммерческой концессии, (предмет, цена, срок), которые по мнению автора, должны иметь характер существенных.

Выявлено, наличие в науке гражданского права различных концепционных подходов к определению предмета договора коммерческой концессии. Отмечается, что правоприменительная и судебная практика сталкиваются с определенными сложностями в формулировании предмета рассматриваемого договора.

Установлено, что предмет договора коммерческой концессии включает комплекс исключительных прав. Подчеркивается, что при этом перечень не должен ограничиваться только этими правами в силу прямого указания закона на комплексность исключительных прав.

Обоснована точка зрения, согласно которой необходимость внести изменения в ГК РФ в отношении срока действия договора коммерческой концессии, который логично заключать на определенный срок.

Второй параграф второй главы «Права и обязанности сторон договора коммерческой концессии» посвящен детальному исследованию прав и обязанностей сторон договора коммерческой концессии.

В результате исследования научной литературы и правоприменительной практики выявлены проблемы правового

регулирования, возникающие в процессе реализации сторонами-субъектами предпринимательской деятельности прав и обязанностей.

Обосновано, что субъектами договора коммерческой концессии могут быть только коммерческие организации и индивидуальные предприниматели.

Установлено, что перечень обязанностей пользователя, предусмотренный ГК РФ, гораздо объемнее, нежели у правообладателя.

Выявлено отсутствие норм, регулирующих раскрытие информации правообладателем на предварительном этапе заключения договора коммерческой концессии.

Обосновывается, что невозможность требования раскрытия достаточной информации приводит к повышению степени риска, и как следствие, к конфликтным ситуациям между сторонами договора.

В третьей главе бакалаврской работы «Ответственность сторон по договору коммерческой концессии» исследуются основания возникновения ответственности сторон за неисполнение или ненадлежащее исполнение договора коммерческой концессии, которые закреплены в ГК РФ.

Установлено, что основными причинами возникновения проблем в сфере ответственности сторон по данному договору является отсутствие конкретизации условий договора по вопросу ответственности сторон.

Установлено, что согласно действующему гражданскому законодательству за неисполнение или ненадлежащее исполнение договора коммерческой концессии ответственность сторон возникает при осуществлении ими предпринимательской деятельности и наступает независимо от наличия вины одной или другой стороны.

Доказана необходимость закрепления солидарной ответственности правообладателя по требованиям, предъявляемым к пользователю о несоответствии качества товаров; ответственности правообладателя по требованиям о несоответствии качества товаров, продаваемых пользователем по договору коммерческой концессии, предъявляемым к

пользователю, со стороны потребителей, приобретающих товары, работы, услуги для личных нужд и не связанных с осуществлением ими предпринимательской деятельности).

Обоснована необходимость принятия специального Федерального закона РФ «О франчайзинге в Российской Федерации», который бы не только развил основные положения ГК РФ, но и включал бы основные понятия и определения, в том числе определение франчайзинга; содержание самого договора франчайзинга и др.

В заключении подведены итоги исследования, сделаны обобщающие выводы, представлены некоторые предложения по изменению действующего законодательства Российской Федерации.