

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

На правах рукописи

АЛИМОВА НАИЛЯ ДИНДЯНОВНА

**ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ДОГОВОРА КОММЕРЧЕСКОЙ
КОНЦЕССИИ В РОССИЙСКОМ ПРАВЕ**

направления подготовки 40.04.01 –«Юриспруденция»
юридического факультета СГУ им. Н.Г.Чернышевского

Автореферат магистерской работы

Научный руководитель
канд. полит.наук, доцент М.К. Ананьева

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

Саратов 2020

Актуальность исследования. Одним из наиболее широко применяемых способов реализации предпринимательской деятельности является договор коммерческой концессии (или франчайзинга).

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.

Впервые в Российской Федерации, законодательная база для развития франчайзинговых отношений появилась еще в 1996 г. с введением в действие Главы 54 Гражданского кодекса РФ (далее ГК РФ) под названием «Коммерческая концессия».

При этом терминология, используемая в действующем законодательстве Российской Федерации, вызывает дискуссионные споры среди цивилистов, поскольку за рубежом для данных правоотношений используется термин «франчайзинг», а для наименования субъектов - «франчайзер» и «франчайзи».

И в настоящее время в науке гражданского права сложилось единого понимания юридической природы данного договора, а также отсутствует единое мнение в терминологии, которая применяется для обозначения правоотношений, возникающих на основе договора коммерческой концессии.

Договор коммерческой концессии в российской практике является одним из самых сложных и малоисследованных в гражданском праве.

Сложность применения данной договорной конструкции возникает на всех стадиях, начиная от преддоговорного этапа, заканчивая исполнением сторонами взятых на себя обязательств.

Необходимо отметить, что на практике правоприменители сталкиваются с различными проблемными аспектами договора и как следствие это приводит к возрастающему количеству судебных споров, возникновению противоречивой правоприменительной практики.

Все это связано с тем, что коммерческая концессия в России стремительно развивается, однако ее правовое регулирование в отечественном законодательстве является довольно слабым, а именно отдельные нормы в гл. 54 ГК РФ, регулирующие коммерческую концессию, не в полной мере сбалансированы с другими законодательными нормами, содержание отдельных правовых категорий не раскрыто, что приводит к возникновению определенных сложностей для правоприменителей.

Таким образом, актуальность темы исследования определяется несовершенством правового регулирования договора коммерческой концессии, необходимостью теоретического исследования и устранения проблем, возникающих в сфере применения договора коммерческой концессии.

Степень научной разработанности проблемы. В специальной литературе достаточно уделено внимание вопросам правового регулирования договора коммерческой концессии. Однако, несмотря на имеющееся достаточное количество специальных монографических исследований, в свете реформирования гражданского законодательства, с учетом действующей правовой базы, современной доктрины, правоприменительной деятельности и настоящего экономического этапа развития общества и государства, вопросы договора коммерческой концессии в РФ приобретают особую актуальность.

Вопросам правового регулирования договора коммерческой концессии посвящены научные труды таких отечественных цивилистов, как Г.Е. Авилов, М.И. Брагинский, В.В. Витрянский, А.П. Сергеева, Е.А. Суханов, Б.И. Пугинский, С.А. Бобков, Л.Ю. Василевская, Е.Н. Васильева.

Однако в имеющихся трудах о коммерческой концессии, несмотря на их безусловную научную ценность, не в полной мере решены отдельные теоретические и практические задачи, существующие в рамках темы исследования.

Цель магистерской работы - анализ правового регулирования договора коммерческой концессии, выявление его теоретических и практических проблем, разработка предложений по совершенствованию действующего законодательства в исследуемой сфере и обоснование своей позиции по ряду вопросов, имеющих научно-практическую значимость

Задачами магистерской работы являются:

- исследовать действующее законодательство Российской Федерации и судебную практику, связанные с договором коммерческой концессии;
- раскрыть понятие договора коммерческой концессии;
- провести сравнительный анализ понятий «коммерческая концессия», «франчайзинг», а также сформулировать теоретические выводы о соотношении договора коммерческой концессии и договора франчайзинга;
- определить место договора коммерческой концессии в системе российских гражданско-правовых договоров;
- выявить спорные вопросы, касающиеся соотношения договора коммерческой концессии и смежных с ним гражданско-правовых институтов, и поиск возможных путей их решения;
- определить круг существенных условий договора коммерческой концессии по российскому законодательству;
- исследовать правовой статус субъектов договора коммерческой концессии;
- проанализировать общие положения об ответственности в сфере коммерческой концессии;
- исследовать особые условия гражданско-правовой ответственности по договору коммерческой концессии и сформулировать предложения, направленные на совершенствование нормативных правовых актов и правоприменительной практики.

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).

Использование перечисленных методов позволило исследовать поставленные в работе вопросы комплексно и способствовало наиболее полному пониманию как теоретических, так и практических аспектов настоящей работы.

Нормативная база исследования включает в себя 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 договоров франчайзинга и коммерческой концессии в РФ и в международном коммерческом обороте.

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.

Научная новизна исследования заключается в том, что настоящая работа представляет собой специальное комплексное исследование теоретических и практических проблем правового регулирования договора коммерческой концессии в Российской Федерации.

Кроме того, научная новизна настоящего исследования проявляется в авторском подходе к решению ряда проблем практического характера, возникающих при реализации норм, регламентирующих договор коммерческой концессии и находит свое отражение в следующих **основных положениях, выносимых на защиту:**

1. При исследовании соотношений понятий «коммерческая концессия» и «франчайзинг» установлено, что в договорных отношениях Российской Федерации и за рубежом в основном применяется термин «франчайзинг», который содержит более конкретизированную процедуру заключения договора и предоставления правообладателем комплекса исключительных прав.

Аргументировано, что наименование главы 54 ГК РФ не соответствует ее фактическому содержанию и сущность регулируемых отношений ближе в основном к отношениям франчайзинга.

Таким образом, обоснована необходимость внесения изменений в главу 54 ГК РФ о замене наименования «коммерческая концессия» на «франчайзинг».

Данные изменения приведут к единообразному пониманию норм о коммерческой концессии правоприменительными органами России и зарубежных стран, а также будут способствовать эффективному применению норм российского законодательства на международной арене.

2. Изучив существенные условия договора коммерческой концессии автором установлено, что срок не является его существенным условием.

Доказывается, что договор коммерческой концессии может быть заключен только на определенный срок, так как его основным предметом являются исключительные права, которые действует в строго определенных временных пределах.

Например, в соответствии с гражданским законодательством срок действия исключительного права на товарный знак составляет 10 лет со дня подачи заявки на регистрацию в Роспатент. И если срок действия исключительного права на товарный знак истек ранее срока действия договора коммерческой концессии, то договор теряет свой юридический смысл и пользователь утратит интерес к предмету договора.

Таким образом, условие о сроке должно быть установлено в качестве существенного, в связи, с чем необходимо внести изменения в п. 1 ст. 1027 ГК РФ.

3. Доказана необходимость легализации принципа преддоговорного раскрытия информации правообладателем, поскольку в гражданском законодательстве отсутствуют нормы, регулирующие отношения по поводу предоставления пользователю информации о предпринимательской деятельности правообладателя.

Однако Модельный закон «О раскрытии информации о франшизе», который был разработан экспертами Международного института унификации

частного права «УНИДРУА» в 2002 г., содержит обязанность правообладателя передать техническую и коммерческую документацию до заключения договора франчайзинга.

В связи с данной проблемой иностранные компании не спешат заключать договоры франчайзинга с российскими предпринимателями.

Следует отметить, что в зарубежных странах сложилась положительная практика по предоставлению определённого минимума информации пользователю до заключения договора и подтвердила свою эффективность.

На основании вышеизложенного, автором предлагается внести следующие изменения в гражданское законодательство:

- Закрепить в ст. 1031 ГК РФ императивную обязанность правообладателя предоставить пользователю обязательный минимум информации, характеризующий коммерческий опыт правообладателя, перед заключением договора коммерческой концессии.

- Установить нормы, регулирующие порядок и сроки предоставления информации правообладателем на преддоговорном этапе в соответствии Модельным законом о раскрытии информации о франшизе 2002 г., который применяется в международных франчайзинговых отношениях.

Научно - практическая значимость исследования. Практическая значимость результатов исследования заключается в возможности использования предложений и выводов, сформулированных в нем, для проведения дальнейших теоретических изысканий, а также применения их в процессе совершенствования действующего законодательства и в правоприменительной деятельности

Апробация результатов работы. По теме исследования опубликованы статьи, в которых нашли отражение теоретические принципы и результаты работы:

1. Алимова Н.Д. Особенности доказывания по спорам, вытекающим из нарушения условий договора коммерческой концессии. / Н.Д. Алимова // Цивилистика: право и процесс. Саратов, 2018. Выпуск 2(2). С.73-76.

2. Алимова Н.Д. Проблемы правового регулирования договора коммерческой концессии. / Н.Д. Алимова // Инновационные процессы в экономике и бизнесе: научный взгляд: материалы международной научно-практической конференции. Саратов: Амирит, 2019.С.13-17.

3. Алимова Н.Д. К вопросу о предоставлении информации правообладателем по договору коммерческой концессии./ Н.Д. Алимова // Бизнес, общество и молодежь: идеи преобразований: материалы всероссийской студенческой научной конференции. Саратов. Амирит,2019.С.5-7.

Структура работы обусловлена целями и задачами исследования, сущностью анализируемых проблем и соответствует логике изложения. Магистерская работа состоит из введения, двух глав, шести параграфов, заключения и списка использованных источников.

Основное содержание работы

Первая глава магистерской работы посвящена изучению правовой природы договора коммерческой концессии, исследованию его понятия и признаков, законодательного регулирования данного договора, определяется место договора коммерческой концессии в системе российских гражданско-правовых договоров, выявлены теоретические и практические проблемы соотношения франчайзинга и договора коммерческой концессии.

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

Отмечено, что включение в часть вторую ГК РФ главы 54, является значительным достижением для российской правовой науки и российского законодательства в том числе, поскольку ранее законы нашего государства не содержали норм о договоре коммерческой концессии.

Параграф 2 первой главы: «Договор коммерческой концессии и договор франчайзинга: соотношение понятий» посвящен исследованию проблемных аспектов соотношения франчайзинга и договора коммерческой концессии.

Разрабатывается терминологический и понятийный аппарат в рамках темы исследования. При этом выявляется содержание и соотношение таких понятий, как «коммерческая концессия», «франчайзинг», «франшиза».

Определены ключевые, сущностные различия между договорами франчайзинга и коммерческой концессии.

В связи с наличием в специальной литературе дискуссий о соотношении понятий «коммерческая концессия» и «франчайзинг» диссертантом установлено, что в теории достаточно остро стоит проблема терминологии в сфере коммерческой концессии и франчайзинга.

Аргументируется, что терминологическая неясность договора коммерческой концессии при осуществлении предпринимательской деятельности может повлечь негативные последствия в форме судебных разбирательств, потери статуса организации, экономических потерь, снижения эффективности развития бизнеса и других негативных последствий и финансовых издержек.

Диссертантом выявлено, что в законодательстве отдельных стран понятия «франчайзинг» и «коммерческая концессия» не равнозначны.

Например, если в Российской Федерации коммерческая концессия тождественна с франчайзингом, то, например, в Швейцарии, Бельгии и Португалии под договором коммерческой концессии понимается поставка товаров с целью их перепродажи на рынке или оказания услуг.

Сделан вывод о том, что необходимо реформирование действующего законодательства путем внесения изменений в ГК РФ.

В третьем параграфе первой главы «Место договора коммерческой концессии в системе российских гражданско-правовых договоров» определены основные особенности договора коммерческой концессии, которые позволяют разграничить его от других видов гражданско-правовых институтов, например,

лицензионного договора, простого товарищества (о совместной деятельности), аренды, посреднических договоров.

При сравнительном анализе схожих правовых институтов, установлено, что договор коммерческой концессии является самостоятельным видом в системе гражданско-правовых договоров, поскольку ему присущи отличительные особенности, закрепленные в главе 54 ГК РФ.

При исследовании места договора коммерческой концессии в системе гражданско-правовых договоров, сделан вывод о наиболее распространенной проблеме, встречающейся на практике, заключающейся в необходимости разграничить договор коммерческой концессии и лицензионный договор.

На практике часто возникают судебные споры о признании договора коммерческой концессии незаключенным, поскольку он является лицензионным.

Анализ судебной практики позволяет сделать вывод о том, что суды, рассматривая дела, вытекающим из договора коммерческой концессии и лицензионного договора, разграничивают указанные договоры по их предмету.

По лицензионному договору предметом предоставления выступает исключительное право на определенный объект интеллектуальной собственности, предметом же договора коммерческой концессии является комплекс исключительных прав.

Данный критерий является фундаментальным для многих судебных решений по «делам о разграничении данных договоров».

Во второй главе магистерской работы проводится анализ элементов и содержания договора коммерческой концессии. Также диссертантом осуществляется подробное исследование правового регулирования этого договора и правоприменительной практики в сфере коммерческой концессии.

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

В первом параграфе второй главы «Существенные условия договора коммерческой концессии» исследуются вопросы законодательного

регулирования условий (элементов) договора коммерческой концессии, рассматриваются такие условия, как предмет, цена, срок.

Установлено, что в науке гражданского права существуют различные подходы к определению предмета договора коммерческой концессии. И договорная и судебная практика сталкиваются с определенными сложностями в формулировании предмета рассматриваемого договора.

Диссертантом доказано, что предмет договора коммерческой концессии имеет сложную структуру, которая раскрывается в комплексе исключительных прав. Его базовым элементом будет являться товарный знак (знак обслуживания). При этом перечень не должен ограничиваться только этими правами в силу прямого указания закона на комплексность исключительных прав.

Установлено, что наряду с предметом, вознаграждение является существенным условием договора и поэтому должно быть специально оговорено сторонами.

Доказана необходимость внесения изменений в ГК РФ в отношении срока действия договора коммерческой концессии, который логично заключать на определенный срок.

Второй параграф второй главы «Правовой статус субъектов договора коммерческой концессии» посвящен исследованию прав и обязанностей сторон договора коммерческой концессии.

Диссертантом поднимаются проблемы правового регулирования, с которыми сталкиваются стороны при реализации своих 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 и не носит столь императивного исчерпывающего характера.

Доказано, что отсутствие норм, регулирующих раскрытие информации правообладателем на предварительном этапе заключения договора

коммерческой концессии, может привести к трудноразрешимым спорам между сторонами договора.

В третьем параграфе второй главы «Ответственность сторон по договору коммерческой концессии» исследуются основания возникновения ответственности сторон за неисполнение или ненадлежащее исполнения договора коммерческой концессии, которые закреплены в ГК РФ.

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

Доказано, что в п. 1 статьи 1034 ГК РФ необходимо внести изменения, а именно закрепить солидарную ответственность правообладателя по требованиям, предъявляемым к пользователю о несоответствии качества товаров.

Данные изменения приведут в соответствие главу 54 ГК РФ с положениями п. 3 ст. 14 Закона Российской Федерации от 7 февраля 1992 г. № 2300-1 «О защите прав потребителей», согласно которым продавец или изготовитель несут солидарную ответственность за вред, причиненный вследствие недостатков товара.

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