

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

Кафедра гражданского права и процесса

**ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ДОГОВОРА КОММЕРЧЕСКОЙ  
КОНЦЕССИИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

АВТОРЕФЕРАТ МАГИСТЕРСКОЙ РАБОТЫ

Студента 3 курса 362 группы направления подготовки  
40.04.01 – «Юриспруденция» юридического факультета  
СНИГУ 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, 2021

**Актуальность темы исследования** определяется тем, что на сегодняшний день коммерческая концессия (франчайзинг) получает все большее распространение во всём мире и нуждается в выработке комплексного знания и проведении научных исследований. 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.

**Научная новизна настоящего исследования** заключается в том, что актуализированы многие проблемы теоретического и практического характера в связи с их невысокой разработанностью, внесены предложения по усовершенствованию и внесению изменений в законодательство РФ о коммерческой концессии, рассмотрен опыт зарубежных стран по этому вопросу, затронуты и обобщены проблемы правоприменительной практики.

**На защиту выносятся основные положения, которые разработаны в ходе настоящей работы:**

1. Возникновение разного рода вопросов в предпринимательской сфере в отношениях, которые основаны на коммерческой концессии (франчайзинге) в целом, обуславливается тем фактом, что в законодательстве Российской Федерации кроме главы 54 Гражданского кодекса отсутствует нормативно-правовые акты, в полной мере раскрывших бы институт франчайзинга в России. Из этого следует, что франчайзинг в законодательстве нашей страны приравнивается к коммерческой концессии. Немаловажным является тот факт, что со стороны законодателя были попытки создать отдельный проект «О франчайзинге», но они не увенчались успехом.

Таким образом, решение данного вопроса мы видим в законодательной инициативе по разработке закона о франчайзинге, где будут четко прописаны термины «франчайзинг», «франшиза», «франчайзер», «роялти», «паушальный взнос» и другие категории. Либо внесению изменений в редакцию Гражданского кодекса РФ касаясь франчайзинга, который бы интегрировал понятие «франчайзинг» в международном его понимании.

2. Следует отметить, что в отличие от России за рубежом достаточно внимания уделяется урегулированию преддоговорных или предфранчайзинговых отношений. На наш взгляд, проблемы в вопросах урегулирования преддоговорных отношений осложняется тем, что законодатель не учёл это в гражданском кодексе, и представляется целесообразным разработать этот вопрос для дальнейшего улучшения бизнес-среды, в которой действуют предприниматели в рамках договора коммерческой концессии.

3. Значимую роль в рассматриваемом институте коммерческой концессии составляют ограничения для сторон договора. Взаимные ограничения обуславливаются тем обстоятельством, что стороны осуществляют свою деятельность в одной и той же сфере

предпринимательства, и чтобы поддерживать отношения сотрудничества, сторонам требуется соблюдать некоторые условия. По нашему мнению, эти условия следует детально учитывать не только в договоре коммерческой концессии, но и в гражданском, и даже в антимонопольном законодательстве.

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

**Цель магистерской работы** - изучение такого института как коммерческая концессия (франчайзинг) в рамках предпринимательского права, правовой природы, практики применения, разработка теоретических положений и рекомендаций по поводу совершенствования современного гражданского законодательства.

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

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

Реализация намеченных целей и задач осуществлялась на основе изучения юридической литературы, посвященной заявленной теме. Повышенный интерес к различным проблемным аспектам коммерческой концессии (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.

Настоящее исследование проводилось с использованием сравнительного, исторического и диалектического методов, а также методов обобщения и системного анализа.

Нормативную основу магистерской работы составили Конституция Российской Федерации, положения международно-правовых актов, Федеральные законы, нормативно-правовые акты РФ.

Структура данной работы состоит из введения, трех глав, параграфов, которые отражают содержание выбранной темы магистерской работы, заключения и списка использованных источников.

## Основное содержание работы

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

На сегодняшний день современное понятие коммерческой концессии 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, можно охарактеризовать как особый метод организации коммерческой деятельности, позволяющего открывать бизнес под эгидой известной торговой марки или бренда.

Что касается развития коммерческой концессии и её правового регулирования в России, то можно сказать, что зачатки проявлялись еще на пути становления Российской Федерации, что обуславливалось его экономическим развитием. 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 коммерческой концессии 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 коммерческой концессии (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 и других.<sup>3</sup> Надо сказать, что институт франчайзинга законодательно развивается и на международном уровне. Так, попытки

---

<sup>1</sup>Официальный сайт Международной ассоциации франчайзинга (МАФ) // <http://worldfranchiseassociates.ru/> (дата обращения: 10 ноября 2020 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.

<sup>3</sup>Опыт франчайзинга в странах Центральной и Юго-Восточной Европы // <http://franchising.kiev.ua/analytics/434.html> (дата обращения: 10 ноября 2020 г.).

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 коммерческой концессии 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 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 коммерческой концессии (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.

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

---

<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 2020).

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 коммерческой концессии (франчайзинга), можно сделать следующие выводы.

Прежде всего, нужно сказать, что, анализируя нормативно-правовую базу, регулирующую договор коммерческой концессии (франчайзинга), 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** отмечается, 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.