

УДК/UDC 347.45/.47

## **К вопросу о понятии и сущности коммерческой концессии (франчайзинга)**

Кочян Александр Ервандович

студент юридического факультета

Кубанский государственный аграрный университет им. И. Т. Трубилина

г. Краснодар, Россия

e-mail: alex23arm@mail.ru

Масленникова Людмила Владимировна

кандидат юридических наук, доцент кафедры международного частного и предпринимательского права

Кубанский государственный аграрный университет им. И. Т. Трубилина

г. Краснодар, Россия

### **Аннотация**

В настоящей статье рассмотрены особенности договора коммерческой концессии, поскольку в последние годы огромную роль в экономиках многих развитых и развивающихся стран играет франчайзинг, который опосредуется заключением соответствующего договора. Авторами затрагивается зарубежный опыт развития франчайзинга, а также освещаются вопросы, которые касаются проблемы определения понятия коммерческой концессии как гражданско-правового договора и способа осуществления предпринимательской деятельности, проводится сравнение с понятием франчайзинга, который используется для определения обычных видов договоров в ряде иностранных государств. Производится анализ термина «коммерческая концессия» и «франчайзинг» посредством анализа и сравнения точек зрения, высказанных в научной литературе различными авторами. По результатам проведенного исследования формулируются выводы относительно понятия и сущности договора коммерческой концессии. Кроме этого, в статье уделяется внимание такой категории, как предмет договора коммерческой концессии, поскольку в юридической литературе единодушного мнения по данному вопросу нет. Авторам наиболее рациональным представляется определение предмета договора коммерческой концессии, высказанное Е. А. Сухановым. По результатам проведенного исследования авторами сделан вывод о несовершенстве законодательства о договоре коммерческой концессии, в связи с чем предлагается унифицировать нормы международного права и нормы

национального права отдельных государств для того, чтобы облегчить применение договора коммерческой концессии или франчайзинга в рамках международного сотрудничества.

**Ключевые слова:** договор коммерческой концессии, франчайзинг, франшиза, международное сотрудничество.

## On the Concept and Essence of Commercial Concession (Franchising)

Kochyan Aleksandr Yervandovich  
student of the Faculty of Law  
Kuban State Agrarian University  
Krasnodar, Russia  
e-mail: alex23arm@mail.ru

Maslennikova Lyudmila Vladimirovna  
Candidate of Law, assistant professor of the Department of International Private and  
Business Law  
Kuban State Agrarian University  
Krasnodar, Russia

### Abstract

The present article discussed the features of commercial concession contract, as in recent years the franchising plays a huge role in the economies of many developed and developing countries and it is mediated by the conclusion of the contract. The authors touch upon the foreign experience of the development of franchising, as well as shows the issues that relate to the problem of determining the concept of commercial concession as a civil contract and the way of doing business, a comparison with the concept of franchising which is used to determine the usual types of contracts in a number of foreign states. The analysis of the term “commercial concession” and “franchising” by analysing and comparing the points of view expressed in the scientific literature by various authors, the results of the study, conclusions are drawn on the concept and essence of the contract of commercial concession. In addition, the article focuses on such a category as the subject of a commercial concession agreement, since there is no unanimous opinion on this issue in the legal literature. The authors consider that the most rational definition of the subject of the contract of commercial concession is expressed by Ye. A.Sukhanov. According to the results of the study, the authors conclude that the legislation on the contract of commercial

concession is imperfect, and therefore it is proposed to unify the rules of international law and the rules of national law of individual states in order to facilitate the application of the contract of commercial concession or franchising in the framework of international cooperation.

**Key words:** commercial concession agreement, franchising, franchise, international cooperation.

С каждым годом применение договора коммерческой концессии (франчайзинга) в предпринимательской сфере неуклонно растет. Повышенное внимание предпринимателей к договору коммерческой концессии делает необходимым рассмотрение правовых вопросов, которые связаны с практикой применения рассматриваемых договорных отношений, в том числе и связанных с экономическими преступлениями в данной сфере и предъявлением гражданского иска в уголовном процессе. Понятию коммерческой концессии в отечественной и зарубежной литературе уделяется большое внимание, однако единый подход к определению основных понятий данного института в настоящее время отсутствует. Как отмечает Н. А. Ющенко, теоретический анализ понятия коммерческой концессии должен иметь практическое значение, а выработка рекомендаций по унификации терминологии — ее реальное применение [1].

Так, согласно статье 1027 Гражданского кодекса Российской Федерации [2], по договору коммерческой концессии одна сторона (правообладатель) обязуется предоставить другой стороне (пользователю) за вознаграждение на срок или без указания срока право использовать в предпринимательской деятельности пользователя, принадлежащих правообладателю исключительных прав, включающих право на товарный знак, знак обслуживания, а также право на другие предусмотренные договором объекты исключительных прав, в частности на коммерческое обозначение и секрет производства.

Рассматриваемые отношения во многих зарубежных странах именуются франчайзингом, однако существуют и иные термины, используемые для определения данных правоотношений, например франшиза,

франшизные соглашения, комплексная предпринимательская лицензия и другие. Впервые в российском праве термин «франчайзинг» появился в проекте Федерального закона Российской Федерации «О франчайзинге» [3], однако данный закон использует определение, которое не совпадает с термином «коммерческая концессия», отраженном в ГК РФ. Р. Бальди отмечает, что трудности в разработке единого определения франчайзинга обуславливаются тем, что в каждой отдельной стране данные правоотношения принимают различную форму и имеют специфичные особенности [4].

В Российской Федерации договору коммерческой концессии посвящена глава 54 ГК РФ, но отметим, что в российском законодательстве договор коммерческой концессии и франшиза отождествляются. Однако далеко не все авторы с этим согласны. Так, например, М. В. Вронская и Л. А. Амарян отмечают различия в указанных договорах и понятиях путем анализа предмета договора [5]. По договору франчайзинга, распространенному в Соединенных Штатах Америки и во Франции, предметом договора является комплекс исключительных прав, который принадлежит на праве собственности правообладателю [6].

В российском праве, по мнению Е. А. Суханова, предмет договора коммерческой концессии включает в себя комплекс исключительных прав, закрепленных за правообладателем; консультационное содействие; деловую репутацию и коммерческий опыт правообладателя, которым он делится с получателем комплекса исключительных прав [7]. Проанализировав указанную точку зрения и сущность концессионного договора, можно прийти к выводу, что Е. А. Суханов вполне оправданно расширяет предмет договора ввиду его особой значимости в предпринимательской деятельности.

Важно отметить, что такой пункт договора, как оказание консультационного содействия, отличает договор коммерческой концессии от других смежных договоров, например лицензионного договора, так как у лицензиара, который передает исключительное право или средства индивидуализации, не возникает обязанности по обучению ведения деятель-

ности лицензиата, а у последнего не возникает обязанности следовать инструкциям и правилам по распоряжению объектами исключительных прав, которые могут быть даны лицензиаром.

Л. Ю. Воробьев [8], предлагая сравнение коммерческого опыта с коммерческой тайной, не уточняет, что он понимает под коммерческим опытом, что, в свою очередь, затрудняет исследование этих двух категорий. В то же время вопросы определения понятия «коммерческая тайна» в науке исследованы очень широко. Однако отметим, что при раскрытии самой коммерческой тайны необходимо выяснить ее пределы, поскольку злоупотребление таким правомочием неизбежно приведет к нарушению охраняемым уголовным законом коммерческим интересам. Рассмотренные правила и представляют собой содержание договора коммерческой концессии, а указание на их наличие, объем и передачу должно обязательно входить в предмет договора.

Интересно мнение Д. Дьяченко [9], который считает необходимым включить в предмет договора коммерческой концессии обязанности правообладателя по передаче документации, консультированию и обучению пользователя для того, чтобы дополнить предмет с той целью, чтобы суды не признавали его несогласованным. Однако, на наш взгляд, данная точка зрения представляется не совсем целесообразной, поскольку это перегружает предмет договора, в таком случае предмет будет содержать информацию и о том, как договор необходимо исполнять, что неизбежно приведет к отождествлению предмета и содержанию договора.

Таким образом, можно отметить, что правоотношения, вытекающие из договора коммерческой концессии, требуют некоторого совершенствования. Многие авторы предлагают унифицировать нормы международного права и нормы отдельных государств о договорах франчайзинга с той целью, чтобы облегчить его международное применение. Н. К. Змиренкова отмечает, что разумнее урегулировать рассматриваемые отношения не только нормами гражданского законодательства, но и отдельными нормативно-правовыми актами, при этом использовать опыт западных государств для того, чтобы приблизить правовое регу-

лирование договора коммерческой концессии к договору франчайзинга [10]. На наш взгляд, данная точка зрения представляется целесообразной, поскольку коммерческая концессия является одним из выгодных и удобных способов ведения предпринимательской деятельности, который уже получил большое распространение во многих странах.

### Список литературы

1. Ющенко Н. А. Проблемы разграничения понятий «коммерческая концессия» и «франчайзинг» // Актуальные проблемы экономики и права. 2014. № 4 (32). С. 236–241.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая): федер. закон от 26.01.1996 № 14-ФЗ : в ред. от 05.12.2017 № 379-ФЗ // Собрание законодательства Российской Федерации. 1996. № 5. Ст. 410; 2017. № 50 (Часть III). Ст. 7550.
3. Проект Федерального закона № 503845-6 «О франчайзинге» (ред., внесенная в ГД ФС РФ, текст по состоянию на 21.04.2014) // Справочно-правовая система «КонсультантПлюс».
4. Baldi R. Le droit de la distribution commerciale dans l'Europe communautaire. Kluwer. Bruxelles, 1989.
5. Вронская М. В., Амарян Л. А. Договор коммерческой концессии и договор франчайзинга: сравнительно-правовой анализ российского и международного законодательства // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. 2017. Т. 9. № 4 (39). С. 122–134.
6. Темникова Н. А., Юрицин А. А. Дискуссионные аспекты предмета договора коммерческой концессии // Вестник Омской юридической академии. 2015. № 2 (27). С. 21–25.
7. Российское гражданское право. В 4 т. Т. 1 / отв. ред. Е. А. Суханов. М., 2010.
8. Воробьев Л. Ю. Ноу-хау в договоре франчайзинга (коммерческой концессии) // Информационное право. 2009. № 3. С. 31–35.
9. Дьяченко Д. Фатальный успех концессии / Д. Дьяченко // Справочно-правовая система «Консультант Плюс».
10. Змиренкова Н. К. Законодательное регулирование договора коммерческой концессии // Вестник Самарской гуманитарной академии. Серия: Право. 2011. № 1. С. 66–68.