

УДК/UDC 347.4

## К вопросу о соотношении договора коммерческой концессии и франчайзинга. Теоретические и практические проблемы соглашения

Хавириди Аделина Васильевна

студентка юридического факультета

Кубанский государственный аграрный университет им. И. Т. Трубилина

г. Краснодар, Россия

e-mail: khaviridu@gmail.com

### Аннотация

В статье рассматривается соотношение понятий договора коммерческой концессии и франчайзинга. Правовая природа института коммерческой концессии в российском законодательстве остается весьма специфичной и проблематичной, поскольку до сих пор нет единого мнения о соотношении названного института с институтом франчайзинга в части предмета обоих договоров. В работе приводятся позиции ряда ученых по вопросу определения понятия франчайзинга, а также анализируются положения Гражданского кодекса Российской Федерации, касающиеся исследуемых институтов. Формулируются признаки института франчайзинга. Рассматривается предмет договора в договоре коммерческой концессии и франчайзинге. Предлагаются пути решения имеющихся проблем, которые, по мнению автора, помогут укрепить теоретическую и правоприменительную базу договора коммерческой концессии (франчайзинга).

**Ключевые слова:** договор, франчайзинг, предпринимательская деятельность.

## On the relationship between a commercial concession agreement and a franchise agreement. Theoretical and practical problems of the agreement

Khaviridi Adelina Vasilyevna  
student of the Faculty of Law  
Kuban State Agrarian University  
Krasnodar, Russia  
e-mail: khaviridu@gmail.com

### Abstract

The article examines the relationship between the concepts of a commercial concession agreement and franchising. The legal nature of the institution of commercial concession in Russian legislation remains very specific and problematic, since there is still no consensus on the relationship between the institution and the institution of franchising in terms of the subject matter of both agreements. The paper presents the positions of a number of scientists on the definition of the concept of franchising, and also analyzes the provisions of the Civil Code of the Russian Federation concerning the institutions under study. Signs of the institution of franchising are formulated. The subject of the agreement is considered in the agreement of commercial concession and franchising. The ways of solving the existing problems are proposed, which, according to the author, will help to strengthen the theoretical and law enforcement base of the commercial concession (franchising) agreement.

**Key words:** contract, franchising, entrepreneurial activity.

На сегодняшний день в РФ продолжается формирование рыночных отношений. Субъекты предпринимательской деятельности периодически находятся в поиске новых рычагов, способствующих снижению затрат на открытие бизнеса или привлечению дополнительных инвестиций. В этой связи все больше заключается различных видов договоров, а именно договоров коммерческой концессии.

Правовая природа института коммерческой концессии в российском законодательстве остается весьма специфичной и проблематичной,

поскольку до сих пор нет единого мнения о соотношении названного института с институтом франчайзинга в части предмета обоих договоров. Договор коммерческой концессии является новеллой Гражданского кодекса Российской Федерации (далее по тексту - ГК РФ) (ст. 1027 ГК РФ) [1].

В научной литературе существуют различные подходы к пониманию понятий договора коммерческой концессии и франчайзинга. Для дифференциации указанных понятий необходимо сначала проанализировать термин «франчайзинг». Р. Б. Кац считает, что франчайзинг представляет собой длящееся взаимовыгодное сотрудничество двух фирм, в ходе которого одна сторона предоставляет другой франшизу (форму участия, выражающуюся в виде конкретного спектра прав) на изготовление или сбыт товара, оказание услуг на конкретной территории под торговой маркой крупной фирмы [2]. А. Ф. Багдасарян определяет франчайзинг как механизм, с помощью которого организуется и осуществляется предпринимательская деятельность, основывающаяся на заключенном договоре франчайзинга, а также иных сопровождающих договорах между предпринимателями о передаче, использовании исключительных прав в сфере предпринимательской деятельности [3]. Таким образом, франчайзинг представляет собой систему договорных отношений, которые возникают по поводу и в ходе использования конкретного комплекса исключительных прав на возмездной основе, а также иных инструкций правообладателя для осуществления предпринимательской деятельности. Исходя из этого, можно выделить признаки, характерные только для франчайзинга:

1. Представляет собой двухстороннее соглашение, т. е. договор.
2. Одна сторона договора является правообладателем (франчайзер), поскольку, являясь владельцем исключительных прав, передает их другой стороне на определенных условиях (например, авторское право или товарный знак).

И. С. Непомнящая также придерживается мнения о том, что предметом названного выше договора является передаваемый правообладателем

лем комплекс прав, разрешающих пользование средствами индивидуализации [4]. Если рассматривать договор концессии отдельно, то стоит отметить, что в гл. 54 ГК РФ правовое регулирование отношений франчайзинга осуществляется посредством упорядочивания договора коммерческой концессии, что приводит к значительному сужению сферы регулирования определенных предпринимательских отношений. Соглашение, в силу которого одна сторона обязуется передать на определенных условиях право использовать в предпринимательской деятельности другой стороне за вознаграждение на срок или без указания срока ряд исключительных прав, которые принадлежат правообладателю, а также иные предусмотренные договором объекты данных прав, представляет собой договор концессии [1].

Наибольшее внимание вызывает вопрос, связанный с определением такого существенного условия договора, как его предмет. Это обусловлено тем, что легальное определение договора концессии не имеет однозначного толкования [5]. Анализ законодательства позволяет сделать вывод, что франчайзинг и договор концессии имеют идентичную понятийную базу, а также отметить тот факт, что предметом договора коммерческой концессии является комплекс исключительных прав. В свою очередь, франчайзинг ориентирован на внешние составляющие, например опыт правообладателя или качество самой продукции.

Поскольку предмет договора является одним из существенных его условий, то правильное определение предмета договора является основой договорных отношений. Исходя из этого, на наш взгляд, в действующем законодательстве необходимо правовое закрепление положений договора коммерческой концессии (франчайзинга) посредством расширения установленных норм. Предлагаем вместо государственной регистрации договора в п. 2 ст. 1028 ГК РФ предусмотреть нотариальное удостоверение данного соглашения, в случае отсутствия которого договор будет считаться ничтожным. Также считаем, что стоит уделить внимание контролю за процессом использования комплекса исключительных прав посредством закрепления в гл. 54 ГК РФ перечня обязательств за

исполнением договора (например, контроль за качеством производимого товара лицом, которому были переданы права в силу заключенного договора). Предложенные пути решения имеющихся проблем помогут укрепить теоретическую и правоприменительную базу договора коммерческой концессии (франчайзинга).

### Список литературы

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14 ФЗ // Собрание законодательства РФ. 1996. № 5. Ст. 410.
2. Кац Р. Б. Франчайзинг: построение предприятия, бухгалтерский учет, правовые аспекты. М.: ГроссМедиа, 2011. 134 с.
3. Багдасарян А. Ф. Гражданско-правовые проблемы заключения договора коммерческой концессии (франчайзинга): автореф. дисс. ... канд. юрид. наук. М., 2008. 27 с.
4. Непомнящая И. С. Коммерческая концессия или франчайзинг: проблема дефиниций // Общество и право. 2014. № 3(49). С. 52–55.
5. Шац М. Актуальные проблемы составления договора коммерческой концессии и возможные перспективы его практического применения // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2018. № 1. С. 100–102.

### References

1. Civil Code of the Russian Federation (part two) dated 26.01.1996 No. 14-FZ // Collection of the Legislation of the Russian Federation. 1996. No. 5. Art. 410.
2. Katz R. B. Franchising: company building, accounting, legal aspects. M.: Gross Media, 2011. 134 p.
3. Baghdasaryan A. F. Civil law problems of concluding a commercial concession (franchising) agreement: author. diss. ... cand. jurid. sciences. M., 2008. 27 p.
4. Nepomnyashchaya I. S. Commercial concession or franchising: the problem of definitions // Society and law. 2014. No. 3 (49). Pp. 52–55.
5. Shats M. Actual problems of drawing up a commercial concession agreement and possible prospects for its practical application // International Journal of the Humanities and Natural Sciences. 2018. No. 1. Pp. 100–102.