

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 института франчайзинга в России и за рубежом

АВТОРЕФЕРАТ МАГИСТЕРСКОЙ РАБОТЫ

студента 3 курса 362 группы
направления подготовки 40.04.01 – «Юриспруденция»
юридического факультета

Полухина Даниила Владимировича

Научный руководитель
к.ю.н., доцент

И.М. Конобеевская

подпись, дата

Заведующий кафедрой
гражданского права и процесса
к.ю.н., доцент

Е.Н. Тогузаева

подпись, дата

Франчайзинг является достаточно популярным договором в предпринимательской деятельности. Франчайзинг позволяет начинающему предпринимателю сразу получить все то, что франчайзер зарабатывал годами с приложением масштабных усилий. Таким образом, предпринимателю не нужно тратить время на самостоятельное завоевание рынка, что снижает предпринимательские риски. Более того, статистика ясно показывает, что коммерческие организации, работающие по договору франчайзинга, закрываются реже, чем новые компании.

Актуальность магистерской работы связана с тем, что, несмотря на широкое распространение франчайзинга в мире и России, а также его активное использование на практике, данный институт по-прежнему является относительно новым для российского законодательства. Существует множество нерешенных вопросов относительно его правовой природы и места среди других видов договоров.

Многие российские ученые-цивилисты в своих работах указывают на недостатки правового регулирования института франчайзинга в российском законодательстве. У отечественных предпринимателей малого и среднего бизнеса нередко возникают проблемы с сотрудничеством с более крупными участниками рынка, выступающими на стороне франчайзеров, которые возникают как на стадии заключения, так и в период исполнения заключенного между ними договора франчайзинга. Решение практических вопросов регулирования общественных отношений, возникающих из договора франчайзинга, имеет огромное значение для развития гражданского оборота в России.

Научная новизна исследования выражается в обстоятельном подходе к исследованию, основанном на взаимосвязанном анализе правовой природы института франчайзинга в России и за рубежом и механизма его регулирования, а также в разработке конкретных предложений, направленных на модернизацию уже устоявшихся норм гражданского законодательства по регулированию института франчайзинга и

благоприятствующих разрешению соответствующего рода пробелов и коллизий в праве.

Степень научной разработанности. Проблема правового регулирования института франчайзинга в России и за рубежом заложена в основе научных трудов таких известных представителей юридической науки, как А.Н. Григорьева, В.И. Еременко, В.Н. Евдокимовой, А.Д. Корчагин, А.Н. Козырева, И.С. Мухамедшина, В.Л. Мотылева, Н.В. Месяшной, А.З. Козырева, В.М. Евдокимовой, А.П. Сергеева, Э.Я. Соловьева, С.А. Сосна, В.Ф. Яковлевой и др.

Целью исследования является анализ современного состояния гражданско-правового регулирования отношений, основанных на практическом применении института франчайзинга, а также разработке предложений по совершенствованию законодательства в данной области.

Задачи магистерской работы, вытекающие из поставленной цели:

- выделить генезис развития института франчайзинга в зарубежном и российском законодательстве;
- определить основные понятия института франчайзинга;
- дать сравнительную характеристику договора франчайзинга и договора коммерческой концессии;
- проанализировать законодательство, регулирующее институт франчайзинга;
- рассмотреть отличительные особенности договора франчайзинга в сравнении со схожими договорами;
- обозначить пробелы в правовом регулировании франчайзинга;
- выявить достоинства и недостатки правового института франчайзинга.

Объектом данного исследования выступают общественные отношения, возникающие в связи с реализацией института франчайзинга и договора коммерческой концессии.

Предметом данного исследования выступают нормы права, регулирующие институт франчайзинга, а также отдельные договоры, применяемые в предпринимательской деятельности по урегулированию отношений, связанных с применением норм института франчайзинга.

В качестве **методов исследования** использовались *общенаучные методы* (системного и логического подхода, анализа и синтеза), а также ряд *частно-научных методов* (формально-юридический, сравнительно-правовой, метод комплексного исследования и др.)

Эмпирическую базу исследования составили собственные исследования, а также работы российских и зарубежных авторов, проводивших исследования по схожей проблематике.

Нормативную базу исследования составили Конституция Российской Федерации, Гражданский Кодекс Российской Федерации и другие нормативно-правовые акты Российской Федерации.

Практическая и теоретическая значимость проводимого исследования состоит в разработанных в рамках аналитической работы положениях научно-практического содержания, которые в дальнейшем могут быть взяты в качестве основы для реформирования гражданского законодательства в части правового регулирования института франчайзинга в России.

Степень достоверности исследования. Достоверность и обоснованность результатов исследования обеспечивались использованием информации, опубликованной в официальных источниках, систематизированными практическими результатами собственной деятельности.

В работе сформулированы следующие **положения, выносимые на защиту**:

1. Согласно абз. 3 ст. 1032 ГК РФ с учетом характера и особенностей деятельности, осуществляемой пользователем по договору коммерческой концессии, пользователь обязан обеспечивать соответствие качества производимых им на основе договора товаров, выполняемых работ,

оказываемых услуг качеству аналогичных товаров, работ или услуг, производимых, выполняемых или оказываемых непосредственно правообладателем, тогда как правообладатель, если договором коммерческой концессии не предусмотрено иное, на основании абз. 4 п. 2 ст. 1031 обязан контролировать качество товаров (работ, услуг), производимых (выполняемых, оказываемых) пользователем на основании договора коммерческой концессии. Тем не менее, на основании абз. 1 ст. 1034 ГК РФ субсидиарную ответственность по предъявляемым к пользователю требованиям о некачественном товаре, услуге или работе, которые продает, оказывает или выполняет пользователь, также несет правообладатель, который в некоторых случаях может быть абсолютно невиновен, если по объективным причинам не мог осуществлять контроль за деятельностью пользователя. В связи с этим, стоит произвести изменения в законодательстве РФ, связанные с добавлением специальных норм в состав главы 54 ГК РФ, определяющих меры ответственности, применяемые к пользователю единолично при отсутствии вины со стороны правообладателя.

2. В соответствии с п.1 ст. 1038 ГК РФ в период действия договора коммерческой концессии правообладатель, остающийся субъектом комплекса исключительных прав, используемых пользователем, имеет право передать данные права или часть прав третьему лицу путем полного отчуждения. В итоге, правообладателем становится новое лицо, договор коммерческой концессии сохраняется. Пользователь оказывается в ситуации, когда правообладателем становится иное лицо, которого он не выбирал. В доктрине указывается, что указанное положение противоречит нормам ст.1 и ст.421 ГК РФ, которые регламентируют принцип гражданского права – свободу договора. Свобода договора – основополагающий принцип, в соответствии с которым стороны свободны в заключении договора, а также в выборе контрагента при заключении договора. В указанном примере смена стороны происходит без согласия. Таким образом, это противоречит основополагающим идеям гражданского права. В связи с изложенным, предлагаются изменения в законодательстве РФ, связанные с добавлением в

состав главы 54 ГК РФ норм о необходимости правообладателя в установленный срок оповестить пользователя о намерении передать данные права или часть прав третьему лицу путем полного отчуждения с обеспечением возможности пользователя ознакомиться с информацией о потенциальном новом правообладателе и предоставлением ему выбора в части принятия или отказа от потенциального нового правообладателя за исключением случаев смерти правообладателя и перехода его прав и обязанностей по договору коммерческой концессии к наследнику.

3. Немалая доля пользователей по договору коммерческой концессии являются представителями малого предпринимательства, риски которых при осуществлении предпринимательской деятельности могут быть слишком высоки. В связи с этим стоит отметить, что в главе 54 ГК РФ отсутствуют нормы, определяющие преддоговорный этап, предусматривающий обязательное предпродажное раскрытие и предоставление информации о будущих сторонах договора коммерческой концессии. Предпродажное раскрытие и предоставление информации – это одни из самых главных принципов во франчайзинге. Это необходимо для того, чтобы у пользователя была возможность удостовериться в добросовестности контрагента. Это является большим упущением и может повлечь за собой споры между правообладателем и пользователем. В таком случае автор считает, что стоит согласиться с позицией А.Ф. Багдасаряна, который считает, что отечественному законодателю следует рассмотреть вопрос о включении в гл. 54 ГК РФ принципов франчайзинговых отношений, в особенности, обязанность по раскрытию содержания передаваемой информации на преддоговорном этапе заключения договора франчайзинга, так и установить условие, что без реализации такого принципа заключение договора франчайзинга невозможно. Закрепление данного принципа создаст определенную возможность защиты пользователя от недобросовестных действий правообладателя.

4. Существенным недостатком в правовом регулировании также является предоставленное право участникам расторгнуть бессрочный

договор в любое время срока его действия без объяснения причин с уведомлением другой стороны за полгода. Так, расторжение договора может иметь разные последствия для сторон, вплоть до существенных убытков и прочих негативных последствий для пользователя. В связи с этим, высказывается позиция о необходимости запрета на заключение бессрочных договоров и закреплении возможности заключения договора коммерческой концессии только на определенный срок, так как основным предметом договора является передача исключительных прав, охрана которых ограничена определенным сроком. Необходимо установить минимальный срок договора, поскольку при заключении договора на неопределённый срок франчайзер может расторгнуть его через полгода после получения первоначального взноса за вступление во франшизную сеть (согласно п. 1 ст. 1037 ГК РФ). Однако франчайзер также может оказаться потерпевшей стороной, поскольку франчайзи, заключив такой договор, получает законный доступ к документам, содержащим коммерческую тайну, для использования в своей предпринимательской деятельности. Следовательно, необходимо закрепить положения, обеспечивающие гарантии для обеих сторон в договоре коммерческой концессии.

5. В связи с предлагаемыми изменениями, направленными на оптимизацию института договора коммерческой концессии, естественным развитием изменений в правовом регулировании института договора коммерческой концессии автор видит внесение дальнейших изменений и дополнений в главу 54 ГК РФ, чтобы в дальнейшем вытеснить понятие договора коммерческой концессии и заменить его договором франчайзинга в международном понимании, с использованием в качестве образца для законотворчества законодательные акты зарубежных стран. Данные изменения существенно упростят предпринимательские отношения с зарубежными партнерами.

Структура работы определена задачами исследования и логикой раскрытия темы. Магистерская работа состоит из введения, трех глав, заключения, а также списка использованных источников.

Основное содержание работы

Во введении обосновывается актуальность темы исследования, степень ее научной разработанности, определяются цели и задачи, объект и предмет исследования, излагается методологическая, эмпирическая база работы, доказываемая ее научная новизна, теоретическая и практическая значимость, формулируются основные положения, выносимые на защиту.

Глава 1 «Общая характеристика института франчайзинга в зарубежном и российском законодательстве» включает в себя три параграфа:

в параграфе 1.1 *«Генезис развития правового регулирования института франчайзинга»* исследуются история зарождения и развития института франчайзинга, зачатки и попытки усовершенствования правового регулирования указанного института в период с XVII по XXI века на национальном и межнациональном уровнях, рассматриваются основные нормативные акты и объединения, оказавшие огромное воздействие на раскрытие достоинства данного способа ведения бизнеса и установления способов его применения.

в параграфе 1.2 *«Понятие и сравнительная характеристика института франчайзинга и коммерческой концессии в зарубежных странах»* проводится основанная на сравнении отечественного законодательства и законодательства таких зарубежных стран, как Китайская Народная Республика, Соединенные Штаты Америки, Франция характеристика нормативного закрепления правового регулирования института франчайзинга и коммерческой концессии. Также отмечается, что франчайзинг не имеет отдельного законодательного регулирования в России. Правовые основы регулирования франчайзинговых отношений содержатся в главе 54 Гражданского кодекса РФ, посвященной договору коммерческой концессии, который, тем не менее, не является идентичным договору франчайзинга.

в параграфе 1.3 *«Договорные формы, применяемые в регулировании франчайзинговых отношений в России»* автор, опираясь на мнения отечественных ученых-цивилистов, рассматривает закрепленные в российском законодательстве договор коммерческой концессии и лицензионный договор, их существенные условия по отношению к договору франчайзинга в его общемировом понимании.

Глава 2 «Особенности гражданско-правового регулирования франчайзинга в России» состоит из трех параграфов:

в параграфе 2.1 *«Предмет, отдельные элементы и содержание договора коммерческой концессии»* рассматривается характеристика договора коммерческой концессии, раскрытая в главе 54 Гражданского кодекса Российской Федерации. Автор в том числе раскрывает предмет договора, основываясь на указании Приказа Роспатента от 29.12.2009 № 186, согласно которому *«договор, предоставляющий право на использование только коммерческого обозначения и секрета производства (ноу-хау) и не предоставляющий право на использование товарного знака, не может рассматриваться как договор коммерческой концессии и не подлежит регистрации в Роспатенте»*. Исследуя нормы главы 54 ГК РФ, автор приводит позицию А.Ф. Багдасаряна, который считает, что отечественному законодателю следует рассмотреть вопрос о включении в ГК РФ принципов франчайзинговых отношений, в особенности, обязанность по раскрытию содержания передаваемой информации на преддоговорном этапе заключения договора франчайзинга, так и установить условие, что без реализации такого принципа заключение договора франчайзинга невозможно. Автор указывает, что наличие в Гражданском кодексе РФ перечня ограничений прав по договору коммерческой концессии происходит от того, что получение пользователем возможности использовать комплекс исключительных прав правообладателя порождает риск недобросовестных действий со стороны пользователя, что может негативно сказаться на деловой репутации правообладателя. Таким образом, ГК РФ нуждается в дополнении в части вопросов договора коммерческой концессии.

в параграфе 2.2 *«Ограничение прав сторон и ответственность в договоре коммерческой концессии»* автор, основываясь на нормах главы 54 ГК РФ, а также на мнении ученых-цивилистов, обосновывает идеи законодателя о закреплении субсидиарной и солидарной ответственности правообладателя и пользователя по договору коммерческой концессии. Помимо указанных норм, автор указывает на возможность применения норм общей части ГК РФ об основаниях и последствиях изменения договора, в том числе в случае изменения коммерческого обозначения, в отношении которого заключен договор коммерческой концессии, а также правила раздела VII четвертой части ГК РФ, подтверждая данный довод на примере Постановления Суда по интеллектуальным правам от 15.03.2023 N С01-293/2023 по делу N А56-32320/2022. Тем не менее, в качестве вывода автор считает стоящим произвести изменения в законодательстве РФ, связанные с добавлением специальных норм в состав главы 54 ГК РФ, определяющих меры ответственности, применяемые к пользователю единолично при отсутствии вины со стороны правообладателя ввиду отсутствия данных положений в актуальном законодательстве.

в параграфе 2.3 *«Прекращение договора коммерческой концессии: основания и последствия»* автор анализирует статью 1037 ГК РФ, в которой раскрываются основные основания прекращения договора коммерческой концессии. Автор называет обстоятельства, при которых происходит прекращение данного договора, в том числе: истечение срока действия договора; досрочное расторжение договора; смерть или банкротство одной из сторон; нарушение условий договора; форс-мажор. Кроме того, в числе последствий изменения или прекращения договора коммерческой концессии автор называет утрату прав пользования пользователем товарным знаком и коммерческим обозначением, принадлежащих правообладателю, репутационные последствия и юридические споры.

Глава 3 «Проблемные аспекты института франчайзинга» включает в себя два параграфа:

в параграфе 3.1 *«Пробелы законодательства в области регулирования института франчайзинга»* автор указывает на ряд проблем, которые имеются в российском законодательстве в сфере регулирования общественных отношений, возникаемых в связи с заключением договора франчайзинга (коммерческой концессии), называя в их числе несовершенство применения мер гражданской правовой ответственности в отношении правообладателя и пользователя, необходимость более детального закрепления в законодательстве РФ преддоговорной стадии франчайзинговых отношений, предоставленное право участникам расторгнуть бессрочный договор в любое время срока его действия без объяснения причин.

По мнению автора, естественным развитием изменений в правовом регулировании института договора коммерческой концессии автор видит внесение дальнейших изменений и дополнений в главу 54 ГК РФ, чтобы в дальнейшем вытеснить понятие договора коммерческой концессии и заменить его договором франчайзинга в международном понимании, с использованием в качестве образца для законотворчества законодательные акты других стран, в том числе приводя примеры более совершенного правового регулирования института франчайзинга в зарубежных странах. Также автор указывает на то, что многими учеными отмечается необходимость в принятии специализированного закона «О франчайзинге в Российской Федерации», так как коммерческая концессия не является в полном объеме тем же самым, что и франчайзинг. Данные изменения существенно упростят предпринимательские отношения с зарубежными партнерами.

в параграфе 3.2 *«Достоинства и недостатки франчайзинга»* автор называет явные достоинства франчайзинга как системы как для правообладателя, так и для пользователя, при этом раскрывая и негативные стороны заключения договора франчайзинга для обеих сторон. Также автор отмечает, что в результате недостаточного уровня развития правового регулирования института франчайзинга в России отечественные

предприниматели более остро ощущают недостатки этой системы, в связи с чем автор приводит в качестве примера данные Роспатента, согласно которым в России ежегодно заключается в среднем около 300 договоров коммерческой концессии, что крайне мало для масштабов нашей страны. Это свидетельствует о том, что закон работает не в полную силу и требует значительных изменений.

В **заключении** работы представлены основные результаты проведенного исследования.