

*Соловьев Иван Николаевич, магистрант, Санкт-Петербургский
государственный экономический университет, г. Санкт-Петербург*

ОСОБЕННОСТИ ОБЯЗАТЕЛЬСТВ, ВЫТЕКАЮЩИХ ИЗ ДОГОВОРА КОММЕРЧЕСКОЙ КОНЦЕССИИ

Аннотация: данная статья рассказывает о том, что в общих чертах из себя представляет договор коммерческой концессии (франчайзингом) в Российской Федерации. О доктринальном и легальном понятии данной договорной конструкции. Выделяются особенности обязательств, вытекающих из договора коммерческой концессии. Указываются пробелы в нормах гражданского законодательства, регулирующего вышеуказанный договор. Автором предлагаются ключевые направления развития законодательства для развития данных правоотношений.

Ключевые слова: Договор коммерческой концессии, франчайзинг, товарный знак, предпринимательский договор.

Annotation: this article talks about what, in general terms, is a commercial concession (franchising) agreement in the Russian Federation. On the doctrinal and legal concept of this contractual structure. The features of the obligations arising from the commercial concession agreement are highlighted. Gaps in the norms of civil legislation governing the above agreement are indicated. The author proposes key directions for the development of legislation for the development of these legal relations.

Keywords: commercial concession agreement, franchising, trademark, business agreement.

С переходом нашего государства к рыночной экономике в 90-х годах прошлого века возникли различные способы и конструкции для ведения продуктивной предпринимательской деятельности. К таким относятся договоры, связанные с возмездным делегированием исключительных прав, на результаты интеллектуальной деятельности на определенный срок. Одним из таких является договор коммерческой концессии или франчайзинг.

Договор коммерческой концессии в Российской Федерации является довольно выгодной для каждой из сторон формой осуществления предпринимательской деятельности. Одна сторона – правообладатель, расширяет потребительскую сеть за счет деятельности контрагента, а пользователь приобретает возможность самостоятельного использования комплекса исключительных прав в предпринимательской деятельности. Помимо этого, потребитель снижает предпринимательские риски, поскольку отпадает потребность в рекламной или маркетинговой деятельности ввиду того, что у правообладателя, вероятнее всего, существует потребительская база.

История использования коммерческой концессии в Российской Федерации длится уже на протяжении более двух десятилетий с начала 90-х годов прошлого века. Договору посвящена отдельная 54 глава Гражданского кодекса, в которую периодически вносились изменения.

Законодательно закреплено только понятие договора коммерческой концессии, так, согласно Гражданскому кодексу России, «это соглашение, согласно которому правообладатель обязуется предоставить другой пользователю за вознаграждение на срок или без указания срока право использовать в предпринимательской деятельности пользователя комплекс принадлежащих правообладателю исключительных прав, включающий право на товарный знак, знак обслуживания, а также права на другие предусмотренные договором объекты исключительных прав, в частности на коммерческое обозначение, секрет производства (ноу-хау) [1]».

В юридической литературе есть множество определений данного договора, помимо этого не все ученые сходятся в тождественности франчайзинга и

договора коммерческой концессии. На мой взгляд, франчайзинг и договор коммерческой концессии используются для реализации одной цели, обладают рядом схожих признаков, но опираясь на зарубежный опыт, нельзя определённо сказать, что это полностью тождественные явления.

По мнению Сергеева А.П. договор коммерческой концессии «консенсуальный, возмездный и взаимный договор, который опосредует предоставление комплекса исключительных прав на результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации для использования в предпринимательской деятельности [3]».

Проанализировав содержание договора, можно выделить ряд особенностей:

1. Договор является предпринимательским. Так как сторонами в данном договоре являются только коммерческие организации и индивидуальные предприниматели;

2. В качестве объекта договора выступает комплекс исключительных прав;

3. Переданные права могут использоваться исключительно в предпринимательской деятельности;

4. У данного договора специфическое содержание, например обязанность правообладателя оказывать всякого рода содействие или контроль качества, а пользователь обязуется следовать указаниям правообладателя. Это обуславливается целями данного договора.

5. Пользуясь полученным комплексом прав, пользователь, участвуя в гражданском обороте от своего имени, сохраняет юридическую самостоятельность

6. Сторона, предоставляющая комплекс прав, может включить в договор условия, ограничивающие пользователя, но исключающие возможность конкуренции с правообладателем и иными лицами.

Однако, существуют нормы антимонопольного законодательства, позволяющие в случае их нарушения признать ограничивающие условия недействительными

7. Для договора необходима регистрация предоставления комплекса исключительных прав, которую по общему правилу осуществляет правообладатель.

Некоторые авторы считают, что отсутствие регистрации договора может привести к негативным последствиям как для правообладателя, так и для пользователя. Например, А.А. Еремин считает, что это является основанием для злоупотребления правами [2].

В заключение отмечу, что правоотношения, связанные с договором коммерческой концессии, урегулированы должным образом и каких-либо серьезных пробелов нет. Однако, в гражданском законодательстве есть некоторые недочеты. Приоритетными, на мой взгляд, направлениями развития данных правоотношений должны быть:

- уточнение в антимонопольном законодательстве ограничений для пользователя, с целью защиты прав и интересов пользователя;
- создание более благоприятных условий для привлечения иностранных инвестиций;
- создание законодательной базы для раскрытия информации на преддоговорном этапе взаимодействия контрагентов. Для предотвращения неблагоприятных экономических последствий для пользователя. При этом, установить ответственность сторон за нарушения конфиденциальности раскрытой информации.

Библиографический список:

1. Гражданский Кодекс Российской Федерации от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 03.08.2018) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.09.2018) // Собрание законодательства Российской Федерации – 30.11.1994. – №51- Ст. 2061.

2. Еремин А.А. Применение и развитие договора коммерческой концессии в российском и зарубежном законодательстве/ Вестник ТвГУ. Серия «Право». 2014 №4. С. 73–83.

3. Сергеев А.П. Гражданское право. Том 2 .2-е издание. Учебник / А.П. Сергеев. - Москва: «Проспект», 2016. - 867 с.