

СТАНОВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ ДОГОВОРА КОММЕРЧЕСКОЙ КОНЦЕССИИ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОМ ПРАВЕ

Бекирова Эльвина Эскендеровна

канд. юрид. наук, доцент Таврической академии (структурное подразделение) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского», РФ, г. Симферополь

Шестаков Евгений Владимирович

магистрант Таврической академии (структурное подразделение) ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского», РФ, г. Симферополь

FORMATION AND DEVELOPMENT OF THE AGREEMENT OF COMMERCIAL CONCESSION IN THE ENTREPRENEURSHIP LAW

Elvina Bekirova

Cand. legal Sciences, Associate Professor Tavricheskoj Academy (structural unit) FSAE of HE "Crimean Federal University named after VI. Vernadsky", Russia, Simferopol

Evgeny Shestakov

master student Tavricheskoj Academy (structural unit) FSAEI of HE "KFU them. VI Vernadsky", Russia, Simferopol

Аннотация. статья посвящена исследованию особенностей исторического развития, а также определению роли и места договора коммерческой концессии в предпринимательском праве. Определены пути развития и совершенствования законодательства о коммерческой концессии.

Abstract. This scientific article is devoted to research in the field of economic development and entrepreneurship. The article defines the ways of development and improvement of the legislation on commercial concession.

Ключевые слова: договор; коммерческое право; франчайзинг; гражданский кодекс РФ; правообладатель; хозяйственное общество; корпорация.

Keywords: contract; commercial law; franchising, civil code of the Russian Federation; right holder; business entity; corporation.

Договор коммерческой концессии, или другое его название - договор франчайзинга, играет огромную роль в современном обществе. Многие участники торговли не зависимо от их форм организации и деятельности при реализации своей предпринимательской деятельности могут

столкнуться с тем, что их товар, работа или услуги менее востребованы на рынке, чем эти же услуги, предоставляемые известными фирмами и торговыми марками. В связи с этим, многие организации и индивидуальные предприниматели заключают договор коммерческой концессии, по которому им предоставляется право пользования исключительными правами правообладателя. Кроме того, коммерческая концессия является возможностью с малыми затратами и рисками получить в свое руководство определенный вид деятельности или выпуск соответствующей продукции широко известных марок и брендов.

Данный договор играет огромную роль в современном законодательстве и занимает отдельную нишу. На основе данного договора в Республике Крым после вступления в 2014 году в состав России[4]. могут существовать и реализовываться известные бренды одежды, косметики, техники, которые в связи со сложной политической ситуацией не могут самостоятельно быть участниками рынка в Республике Крым или Российской Федерации в целом.

Примером существования и активного развития франчайзинга в Республике Крым можно привести сеть парфюмерных магазинов "Л'Этуаль", а также сеть гриль-баров "ШашлыкоFF", которые появились на территории Республики Крым после 2014 года.

Отличительной чертой франчайзинга является то, что вновь открывшиеся организации не являются филиалами и представительствами основного юридического лица, а существуют параллельно, используя лишь персональные (фирменные) черты организации, предоставляющей франшизу и осуществляя вид деятельности правообладателя.

Так, в соответствии со ст. 1027 Гражданского кодекса Российской Федерации (далее - ГК РФ), 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 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].

Из вышеуказанного следует, что сторонами по договору коммерческой концессии являются всегда правообладатель, лицо, за которым законодательством закреплены исключительные права (авторские, интеллектуальные, иные гражданские права) и пользователь.

Необходимо отметить, что становление данного договора происходило в соответствии с существующими правилами и условиями развития товарного рынка. Первые документальное использование термина "Франчайзинг" можно отнести к раннему средневековью.

В Оксфордском словаре английского языка (1933 г., с. 1630) указано, что «franchising» - это все права и свободы епископатов, пожалованные королевской короной в 1559 г., а «franchises» -- это ярмарки, рынки и другие места, отведенные для торговли[2].

На ярмарках в указанный период время людям разрешалось торговать на городской территории в случае уплаты соответствующих взносов в казну - налогов и пошлин.

Затем, после начала "Эпохи великих морских открытий" в Старом свете начали формироваться торговые морские компании, созданные для изучения и открытия новых торговых путей и поставок грузов. Например, созданное в 1600 году акционерное общество "Британская Ост-Индская компания" предоставляло мелким судовладельцам франшизу на совершение морских торговых походов в Индию как представитель этой организации, с правом захода в любые порты и получение всех привилегий, которые получали действующие члены данного акционерного общества.

В дальнейшем франчайзинг начал переходить и в промышленность и в розничную торговлю.

Ярким примером практики использования франчайзинга относительно в том виде, в котором мы видим его сейчас, можно отнести к 1863 г., когда созданная Айзеком Зингером

корпорация "Зингер" (The Singer company) не имея значительных денежных средств продавала дилерам право на реализацию продукции Зингер на определенной территории на определенный срок. Таким образом, молодая развивающаяся компания смогла решить вопрос с поиском продавцов для своей продукции, а также сбытом самой продукции, получая за это прибыль.

Массовое развитие франчайзинг получил в 20-30 г.г. XX в., когда в США во время топливного кризиса нефтеперерабатывающие компании и нефтетрейдеры предоставляли мелким заправочным станциям реализовывать их топливо под их торговой маркой. Это способствовало развитию мелкого бизнеса на нефтяном рынке, реализации нефтепродуктов и тем самым - выходу из кризиса.

Необходимо отметить, что данная схема с автозаправочными станциями актуальна и в наши дни. Потребители товаров, видя нового участника рынка, опасаются приобретать товар у данной организации. В связи с этим, мелкие автозаправочные станции покупают франшизу на реализацию топлива под торговой маркой крупной сети, чем привлекают к себе клиентов.

Сходная практика существует и с крупными международными корпорациями, такими как «Макдоналдс корпорейшен». Сеть Макдональдсов насчитывает тысячи заведений по всему миру, что во многом существует благодаря рассматриваемой практике.

Таким образом, можно отметить, что договор коммерческой концессии является одним из наиболее актуальных и востребованных договоров в коммерческой и предпринимательской деятельности. Благодаря ему многие мелкие организации и сети могут реализовывать свои услуги, работы и товар под пользуясь исключительными правами крупнейших международных и внутригосударственных корпораций, чем привлечь спрос к собственной продукции, выпущенной даже под "чужой" торговой маркой. Отношения, формируемые данным договором, прошли долгий исторический путь и актуальны вот уже на протяжении нескольких веков. Этот факт указывает на то, что договор коммерческой концессии имеет все шансы существовать и долгие годы в будущем благодаря его способности быстрой адаптации к существующей рыночной и политической ситуации в мире.

Рассматривая вопрос правового регулирования и совершенствования отношений, связанных с реализацией коммерческой концессии следует отметить, что развитие коммерческой концессии на международном уровне тормозит отсутствие единых законодательных основ, регламентирующих международную концессию, а также ряд коллизий и противоречий в законодательстве.

В связи с этим, совершенствование законодательства о коммерческой концессии необходимо рассматривать по двум направлениям:

- внутренней коммерческой концессии;
- международной частной коммерческой концессии.

Рассматривая вопрос внутренней коммерческой концессии необходимо отметить, что в данном вопросе требуется существенное преобразование действующего законодательства.

Большое значение для развития концессионных отношений, а также устранения существующих коллизий имеет принятие Федерального закона «О франчайзинге»[3]. В настоящий момент данный закон находится на стадии проекта. Принятие указанного закона может способствовать более четкому регулированию концессионных отношений, определению и законодательному закреплению объекта и предмета коммерческой концессии. Данный закон должен соответствовать международной практике заключения договоров коммерческой концессии. Кроме того, указанный закон должен в себе содержать особенности предоставления исключительных прав, торговых знаков и ноу-хау в зависимости от сферы применения концессии. Также, указанный закон должен содержать порядок заключения и регистрации договора коммерческой концессии и перечень документов, необходимых для заключения указанного соглашения.

Усовершенствование отношений международной концессии возможно путем приведения модели договора коммерческой концессии под международные стандарты.

Важным фактором, влияющим на развитие коммерческой концессии является проведение государственной политики по поддержке и стимулированию концессии. Так, учитывая Европейский опыт, государству необходимо открывать специализированные бизнес-школы и факультеты топ-менеджмента, на которых готовить молодых руководителей, разбирающихся в данной сфере создания бизнеса.

Кроме того, необходима государственная поддержка малых и средних предприятий при заключении договоров коммерческой концессии, что может выражаться в виде консультирования, создания специальных грандов и программ по выделению денежных средств для ведения указанной деятельности.

Список литературы:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации от 30 ноября 1994 г. N 51-ФЗ (с изм. и доп.) // КонсультантПлюс [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.consultant.ru> (дата обращения: 03.05.2019).
2. Оксфордский словарь [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://en.oxforddictionaries.com> (дата обращения: 04.05.2019).
3. Проект Федерального закона N 503845-6 «О франчайзинге» (ред., внесенная в ГД ФС РФ, текст по состоянию на 21.04.2014) // КонсультантПлюс [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=PRJ&n=118168#04356948571749748> (дата обращения: 04.05.2019).
4. Федеральный конституционный закон от 21.03.2014 N 6-ФКЗ (ред. от 25.12.2018) «О принятии в Российскую Федерацию Республики Крым и образовании в составе Российской Федерации новых субъектов – Республики Крым и города федерального значения Севастополя» // Консультант Плюс [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_160618/ (дата обращения: 03.05.2019).