

## Основные положения договора коммерческой концессии (франчайзинга)

*Рузаев Евгений Павлович*

*Приамурский государственный университет имени Шолом-Алейхема*

*Студент*

### **Аннотация**

В данной статье рассматриваются и исследуются основные положения договора коммерческой концессии, его стороны и существенные условия. Анализируются положения гражданского законодательства, которыми регулируется договор коммерческой концессии. Выявляются сущность договора коммерческой концессии, основные права и обязанности сторон

**Ключевые слова:** договор, коммерческая концессия, исключительные права

### **The main provisions of the commercial concession (franchising) agreement**

*Ruzaev Evgeny Pavlovich*

*Sholom-Aleichem Priamursky State University*

*Student*

### **Abstract**

This article discusses and explores the main provisions of the commercial concession agreement, its parties and essential conditions. The provisions of civil legislation that govern the commercial concession agreement are analyzed. The essence of the commercial concession agreement, the basic rights and obligations of the parties are revealed

**Keywords:** contract, commercial concession, exclusive rights

Важность и актуальность статьи обусловлены тем фактом, что договор коммерческой концессии формализует отношения, которые позволяют продвигать на рынок отдельные товары, работы и услуги коммерческих организаций, известных во всем мире. Кроме того, российское государство находится в процессе обновления правового регулирования объектов интеллектуальной собственности, создания более эффективного и упрощенного механизма регистрации этих объектов в Российской Федерации, а также средств управления объектами интеллектуальной собственности.

Цель данной статьи заключается в исследовании роли и основных положений договора коммерческой концессии (франчайзинга) в Российской Федерации.

В своей статье Л.С. Арзуманян характеризует понятие и особенности соотношения прав и обязанностей субъектов договора коммерческой

концессии и рассматривает проблематику определения круга субъектов данного договора [2]. В работе Д.Н. Кувшиновой рассматриваются права и обязанности сторон по договору коммерческой концессии, ограничения прав сторон в рамках данного договора, а также проблемы, связанные уточнением и определением обязанностей субъектов договора коммерческой концессии [3]. Статья Р.Р. Рахматуллина посвящена несовершенству гражданского законодательства России в части определения ответственности одной из сторон по договору коммерческой концессии [4].

Бизнес в рамках соглашения о коммерческой концессии позволяет пользователю исключительных прав, принадлежащих правообладателю, достичь значительного коммерческого успеха благодаря репутации бизнеса правообладателя. При этом пользователь несет минимальные расходы, связанные с первоначальной рекламой на рынке определенных товаров (работ, услуг), произведенных с помощью индивидуализации, поскольку правообладатель уже предпринял шаги по их популяризации на рынке. В частности, коммерческая концессия является оптимальным средством расширения бизнеса коммерческих организаций-правообладателей, обеспечивая посредством этого соглашения поддержание высокого уровня эффективности соответствующих предприятий. В то же время использование коммерческой лицензии избавляет правообладателя от необходимости открывать филиалы и регистрировать новые юридические лица, расширять штат. Однако, коммерческие организации-пользователи объединяются в единую интегрированную систему правообладателей и находятся в сильной финансовой зависимости от последних.

Коммерческая концессия - это термин, используемый в российском законодательстве, известный в международной практике как франчайзинг, который относится к передаче исключительных прав, принадлежащих правообладателю (франчайзи), пользователю (франчайзеру) за плату в коммерческих целях. Соглашение о коммерческой концессии регулируется в Российской Федерации главой 54 и разделом VII Гражданского кодекса Российской Федерации (далее ГК РФ) и содержит ряд обязательных условий [1].

В соответствии с договором франчайзинга, правообладатель обязуется предоставить пользователю право использовать определенные исключительные права в своей деятельности. Это право на товарные знаки, знаки обслуживания и другие исключительные права, предусмотренные договором, в частности торговые наименования и секреты производства (ноу-хау).

Настоящее соглашение предусматривает реализацию в определенной степени исключительных прав правообладателя, деловой репутации и коммерческого опыта (в частности, путем установления минимального или максимального использования), без определения области использования применительно к конкретной сфере бизнеса (продажа товаров, полученных от правообладателя или произведенных пользователем, осуществление

другой коммерческой деятельности, выполнение работ, предоставление услуг).

Договор должен содержать следующие существенные условия: предмет договора; предмет или объекты прав интеллектуальной собственности которые передаются для использования; размер и порядок выплаты правообладателю, обычно разовый платеж, за которым следуют регулярные (ежемесячные, ежеквартальные) выплаты правообладателю; способ которым разрешено осуществление прав интеллектуальной собственности; конфиденциальность информации и способов осуществления деятельности, представленных правообладателем; требование к пользователю соблюдать стандарты качества для соответствующих товаров и услуг.

Договор может включить и дополнительные условия: можно определить область, в которой могут использоваться права интеллектуальной собственности; срок действия договора; возможность субподряда; требование не конкурировать с владельцем прав в области, охватываемой договором; запрет пользователю заключать коммерческую концессию с конкурентами правообладателя; обязательство пользователя согласовать местоположение коммерческих помещений с правообладателем; требование пользователя продавать товары и услуги по ценам, установленным правообладателем.

Коммерческая концессия должна быть оформлена в письменной форме. Предоставление исключительных прав правообладателю в рамках коммерческой концессии на деятельность пользователя подлежит государственной регистрации в федеральном органе исполнительной власти по интеллектуальной собственности. При несоблюдении требования о государственной регистрации предоставление доступа считается недействительным (ст. 1028 ГК РФ) [1].

В соответствии со ст. 1031 ГК РФ, правообладатель обязан: передавать пользователю технические и коммерческие документы и предоставлять любую другую информацию, необходимую пользователю для осуществления прав, предоставленных ему в рамках коммерческой концессии; инструктировать пользователя и его сотрудников по вопросам, касающимся осуществления этих прав; предоставлять пользователю постоянную техническую и консультативную помощь, включая обучение и переподготовку работников; осуществлять контроль за качеством товаров (работ, услуг), производимых (выполняемых и исполняемыми) пользователем в рамках коммерческой концессии [1].

Исходя из положений ст. 1032 ГК РФ, пользователь обязан: использовать коммерческое наименование, торговую марку, знак обслуживания или любые другие средства индивидуализации правообладателя, как это предусмотрено в договоре; гарантировать, что качество товаров, работ или услуг, которые он поставяет по договору, эквивалентно качеству аналогичных товаров, работ или услуг, непосредственно произведенных, поставляемых правообладателем;

соблюдать инструкции и поручения правообладателя, направленные на обеспечение того, чтобы характер, методы и условия использования эксклюзивного комплекса соответствовали способу его использования правообладателем, включая инструкции по внешнему и внутреннему дизайну помещений, используемых пользователем при осуществлении предоставленных ему прав в соответствии с договором; предоставлять покупателям (заказчикам) все дополнительные услуги, на которые они могут рассчитывать, приобретая товар (работу, услугу) непосредственно у правообладателя; не разглашать производственные секреты (ноу-хау) правообладателя и другую конфиденциальную коммерческую информацию, полученную от него; предоставлять определенное количество субподрядов, если такое обязательство предусмотрено контрактом; информировать покупателей (заказчиков), наиболее очевидным способом для них, что он использует торговое наименование, товарный знак, знак обслуживания или другие средства индивидуализации, действующие в договоре коммерческой концессии [1].

В соответствии со ст. 1033 ГК РФ, условия коммерческой концессии, которые предусматривают обязанность пользователя продавать товары, выполнять работы или оказывать услуги исключительно покупателям (заказчикам), имеющим местонахождение, проживание на территории, определенной в договоре, являются ничтожными [1].

Правообладатель имеет право отказать в полном или частичном исполнении коммерческой концессии в следующих случаях: пользователь нарушает условия договора о качестве производимых товаров, выполняемых работ и предоставляемых услуг; пользователь грубо нарушает инструкции и поручения правообладателя, разработанные для обеспечения соблюдения условий договора в отношении характера, методов и условий использования предоставленных исключительных прав; пользователь нарушает обязательство по возмещению ущерба правообладателю в течение срока, указанного в договоре.

Односторонний отказ правообладателя от исполнения соглашения возможен, если после того, как правообладатель направил ему письменный запрос об устранении нарушения, пользователь не удалил его в разумный срок или совершил такое нарушение повторно в течение одного года с момента передачи предписанного запроса.

Таким образом, смысл договора о коммерческой концессии заключается в том, что один предприниматель на возмездной основе приобретает у другого предпринимателя деловую репутацию (правообладателя), право на использование средств индивидуализации производимых товаров, выполняемых работ или оказываемых услуг, а также коммерческую информацию, то есть ноу-хау о технология соответствующего производства и оказание консультационной помощи для того, чтобы товары и услуги пользователя появлялись на рынке в том же виде, что и у правообладателя.

Следовательно, предприниматель в отношениях со своими контрагентами действует под видом правообладателя, оформляет результаты своей деятельности своими атрибутами. Он пытался показать своим клиентам, что его товары или услуги идентичны результатам деятельности правообладателей. Фактически предприниматель предоставляет свои услуги под определенным контролем правообладателя.

### **Библиографический список**

1. Гражданский Кодекс Российской Федерации: офиц. текст ФЗ № 51 – ФЗ от 30.11.1994 г. – СПС КонсультантПлюс.
2. Арзуманян Л.С. Характеристика правового статуса субъектов договора коммерческой концессии // *Modern science*. 2021. № 11-3. С. 170 – 174.
3. Кувшинова Д.Н. Договор коммерческой концессии: обязанности субъектов договора коммерческой концессии *Аллея науки*. 2019. № 1 (28). С. 690 – 692.
4. Рахматуллин Р.Р. Актуальные проблемы договора коммерческой концессии // *Энигма*. 2018. № 4. С. 25 – 30.