

УДК 347.4

**ПРАВОВАЯ ПРИРОДА ДОГОВОРА КОММЕРЧЕСКОЙ КОНЦЕССИИ<sup>1</sup>****Перов Максим Дмитриевич**Магистрант второго курса,  
«Юридический институт», «БелГУ», Россия, г. Белгород,  
1310641@bsu.edu.ru**Аннотация**

Представленное исследование направлено на рассмотрение вопросов, связанных с особенностями нормативно-правового регулирования договора коммерческой концессии в гражданском праве Российской Федерации, определения его правовой природы. Автором производится детальный анализ отдельных структурных элементов договоров коммерческой концессии. Наибольшее внимание уделяется особенностям выплаты вознаграждения по договору коммерческой концессии и составу обязанностей, которые несут стороны. Помимо рассмотрения общих вопросов, авторами также выявляются проблемные аспекты, которыми характеризуется нормативно-правовое регулирование договора коммерческой концессии. По итогам рассмотрения каждого из выделенных проблемных аспектов формулируется предложение по внесению изменений в нормы действующего законодательства. Предложенные изменения могут быть реализованы на практике для повышения экономической эффективности договоров коммерческой концессии в целом и повышения привлекательности их заключения для субъектов малого предпринимательства.

**Ключевые слова:** гражданское право, договорное право, коммерческое право, договор, коммерческая концессия, консенсуальность, взаимность, возмездность.

**LEGAL NATURE OF THE COMMERCIAL CONCESSION AGREEMENT****Perov Maxim Dmitrievich**Second-year Master's student, "Law Institute", "BelSU", Russia, Belgorod,  
1310641@bsu.edu.ru**ABSTRACT**

The presented research is aimed at considering issues related to the peculiarities of the legal regulation of a commercial concession agreement in the civil law of the Russian Federation and determining its legal nature. The author perform a detailed analysis of individual structural

<sup>1</sup> Научный руководитель: Максименко Александр Владимирович, Кандидат юридических наук, доцент кафедры гражданского права и процесса, «Юридический институт», «БелГУ» Россия, г. Белгород maksimenko\_av@bsu.edu.ru

Scientific supervisor: Maksimenko Alexander Vladimirovich, Candidate of Legal Sciences, Associate Professor of the Department of Civil Law and Procedure, «Law Institute», «BelSU» Russia, Belgorod

elements of commercial concession agreements. The greatest attention is paid to the peculiarities of payment of remuneration under a commercial concession agreement and the composition of the responsibilities that the parties bear. In addition to considering general issues, the author also identifies problematic aspects that characterize the legal regulation of a commercial concession agreement. Based on the results of consideration of each of the identified problematic aspects, a proposal is formulated to amend the norms of the current legislation. The proposed changes can be implemented in practice to increase the economic efficiency of commercial concession agreements in general and increase the attractiveness of their conclusion for small businesses.

---

**Keywords:** civil law, contract law, commercial law, contract, commercial concession, consensuality, reciprocity, remuneration.

---

В современной России все большее распространение получают договоры коммерческой концессии. Заключение данных договоров, их правовое регулирование, в значительной степени способствует экономическому развитию государства. Регулирование договора коммерческой концессии осуществляется Гражданским кодексом Российской Федерации. Так, статья 1027 гласит: «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].

К предмету договора коммерческой концессии следует относить имущественные права, которые передаются от правообладателя к пользователю. Многие ученые отмечают, что важнейшим элементом договора коммерческой концессии является вознаграждение, которое пользователь обязуется выплачивать в пользу правообладателя. Именно при помощи получаемого вознаграждения правообладатель получает выгоду из заключенного договора. Помимо вознаграждения, правообладатель также в значительной степени расширяет влияние собственной компании, и, в случае удачного функционирования франчайзинга, значительно повышает собственную репутацию.

Правовая природа договора коммерческой концессии характеризуется посредством выделения трёх следующих признаков:

- консенсуальный характер – вступление договора в законную силу происходит в момент его заключения, исполнение – после подписания;
- взаимный характер – обе стороны, участвующие в договоре, обладают правами и несут в соответствии с ним определённые обязанности;
- возмездный характер – каждая из сторон в результате заключения соглашения получает материальную выгоду.

По нашему мнению, наиболее полным образом раскрыть каждую из обозначенных выше характеристик представляется возможным посредством описания взаимных обязанностей сторон и рассмотрения иных отдельных элементов договора коммерческой концессии. Так, вознаграждение правообладателю может выплачиваться в следующих видах:

1. Единовременный платеж, который пользователь выплачивает правообладателю с момента заключения договора.

2. Осуществление периодических платежей правообладателю. Здесь важно отметить, что периодичность подобных платежей, а также их объем, устанавливаются сторонами, которые вступают в договор коммерческой концессии. К примеру, пользователь может обязаться выплачивать вознаграждение правообладателю один раз в месяц, один раз в квартал, один раз в год и т. д.

3. Осуществление платежей, сумма и объем которых формируется в зависимости от выручки, которую получает пользователь в процессе реализации товаров, продуктов и т. п., право на которые он приобрел в результате заключения договора коммерческой концессии. Также, возможно осуществление платежей в зависимости от наценки на оптовую цену товаров.

4. Помимо вышеперечисленных видов вознаграждений, возможны и иные. Иные формы выплаты вознаграждений предусматриваются в заключаемом сторонами договоре.

В своём исследовании В. В. Нескромных делает важную оговорку о том, что все формы вознаграждений правообладателя, могут комбинироваться в отдельно взятых договорах. Анализ юридической литературы показывает, что на данный момент наиболее популярным выступает вознаграждение, формирующиеся из комбинации первого и второго вида. То есть, пользователь вначале выплачивает правообладателю фиксированную сумму, тем самым получая доступ к реализации товаров и т. п., принадлежащих правообладателя, а затем, ежемесячно, ежегодно или в иные сроки, выплачивает периодические платежи [2, с. 43].

Важным элементом содержания договора коммерческой концессии, как и любого другого договора, является описание обязанностей сторон. Действующее законодательство предусматривает обязанности для обеих сторон, то есть, как для правообладателя, так и для пользователя. Указанные обязанности выступают своего рода гарантией того, что осуществляемая в рамках данного договора деятельность, будет являться выгодной для каждой стороны. Так, по договору коммерческой концессии правообладатель обязуется:

1. Передать пользователю всю необходимую информацию о товаре и т. п., которая ему потребуется для его реализации. Помимо этого, за правообладателем также закрепляется обязательство о передаче технической и коммерческой документации. Наличие данного обязательства обладает высоким значением, так как в случае, если пользователь не будет располагать полным объемом информации об имуществе, право на использование которого он приобрел, он не сможет осуществлять успешную его реализацию с целью получения собственной выгоды.

2. Провести инструктаж, направленный на разъяснение пользователю и его работникам вопросов, которые имеют непосредственную связь с приобретенными правами.

3. Произвести государственную регистрацию предоставления имущественных прав пользователю.

4. В зависимости от потребностей пользователя, оказывать ему консультативную и техническую поддержку. Подобная поддержка в основном выражается в разъяснении пользователю каких-либо аспектов, связанных с приобретенным правом, уже в процессе осуществления им своей деятельности. Подобные вопросы могут возникать абсолютно в любое время, вне зависимости от того, насколько успешной в финансовом плане является деятельность пользователя.

Г. Н. Кулешов указывает, что техническая поддержка, зачастую, выражается в производстве технического обслуживания оборудования, необходимого пользователю для занятия предпринимательской деятельностью. Также правообладатель обязуется содействовать пользователю в тех случаях, когда ему требуется повышение имеющейся квалификации, или же, если он нуждается в проведении иных форм обучения (образования) работающих на него сотрудников [3, с. 40].

5. Производить контроль качества деятельности пользователя. В соответствии с данным обязательством правообладатель должен осуществлять контроль за качеством, например, продукции, которую реализует пользователь в связи с полученными им в результате заключения договора коммерческой концессии правами.

Пользователь, в соответствии с договором коммерческой концессии, обязуется:

1. Использовать коммерческое обозначение, товарный знак, знак обслуживания или иное средство индивидуализации правообладателя указанным в договоре образом.

2. Производить действия, направленные на обеспечение соответствующего качества товаров (работ, услуг), которые пользователь реализует в соответствии с договором коммерческой концессии. Данное обязательство обладает высоким значением, так как его отсутствие предполагало бы и отсутствие гарантий сохранения репутации правообладателя. Именно это обязательство, а также обязательство правообладателя по проверке качества товаров, позволяет удерживать определенный уровень предпринимательской деятельности компании на различных территориях, в том числе и на территориях других государств. В условиях отсутствия данного обязательства пользователь получил бы возможность реализовывать товар (работы, услуги) любого качества, тем самым подрывая рейтинг и репутацию компании, а, следовательно, значительно снижая уровень ее доходов.

Здесь важно отметить, что под качеством товаров подразумевается именно соответствие тем стандартам, которые были изначально установлены правообладателем. Иные случаи, к примеру, если пользователь реализует пищевую продукцию с истекшим сроком годности, подвергаются контролю не только со стороны правообладателя, но и со стороны государства, в соответствии с законами, направленными на защиту прав потребителей [4, с. 60].

3. Вести свою деятельность в соответствии с выполнением инструкций и указаний, которые были даны правообладателем. Подобные инструкции могут распространяться на многие аспекты деятельности пользователя. К примеру, правообладатель может установить конкретные правила того, как должно оформляться помещение, в котором пользователь осуществляет свою деятельность, имеющую непосредственную связь с приобретенным в ходе заключение договора коммерческой концессии правом. На практике, подобное отчетливо наблюдается на примере сети ресторанов быстрого питания «Макдоналдс», которые по всему миру имеют единый формат оформления внутреннего помещения. На том же примере можно проследить, что правообладатель имеет право установить внешний вид формы сотрудников, внешнего оформления ресторана и т. п.

4. Оказывать потребителям комплекс дополнительных услуг, который они могли бы получить в случае, если бы приобретали товар (работу, услугу) непосредственно у самого правообладателя.

5. Содержать в тайне определенную информацию, которая была получена в результате вступления в договор коммерческой концессии. К такой информации можно отнести секреты производства, а также иные сведения, которые составляют коммерческую тайну и т. д.

6. Предоставлять оговоренное количество субконцессий, если такая обязанность предусмотрена договоров.

7. Предоставлять потребителям информацию о том, что осуществляемая деятельность производится в соответствии с заключенным договором коммерческой концессии. Важно отметить, что подобное информирование должно производиться наиболее доступным для потребителя способом [5, с. 51].

Несмотря на то, что институт регулирования договоров коммерческой концессии в Российской Федерации активно развивается, он по-прежнему характеризуется существованием определённых проблем.

Некоторые ученые отмечают серьезное упущение, содержащееся в ГК РФ, а именно то, что в качестве предмета договора коммерческой концессии не указан коммерческий опыт, бизнес-система и принципы работы правообладателя. Указание на данный предмет существует в большей части законодательств развитых государств, осуществляющих регулирование данного вопроса. Из этого вытекает проблема с тем, что западные компании довольно неохотно заключают подобные договоры с отечественными [6, с. 43].

На наш взгляд, подобная проблема действительно имеет место. Мы считаем, что переход указанных объектов к пользователю должен быть обозначен в качестве предмета договора коммерческой концессии. На данный же момент, все перечисленные объекты предусматриваются лишь факультативно.

В качестве одной из наиболее распространенных проблем, описываемых в юридической литературе, можно встретить указание на отсутствие законодательного закрепления обязанности правообладателя в предоставлении целого перечня важной информации лицу, желающему заключить с ним договор коммерческой концессии. Нынешнее законодательство предусматривает схожую обязанность уже на последодоговорном этапе, но не предусматривает на преддоговорном. Наибольший ущерб наличие данной проблемы наносит начинающим предпринимателям, сумма капитала которых не позволяет им заключить договор коммерческой концессии с крупными компаниями, которые дорожат репутацией и добросовестно осуществляют свою деятельность. В результате происходит так, что начинающий предприниматель, в условиях отсутствия необходимой информации, заключает заведомо невыгодную для себя сделку [7, с. 21].

Рассмотренная проблема представляется нам довольно серьезной. Известно, что развитие именно малого бизнеса во многих развитых странах способствует высокому росту экономических показателей, тогда как у нас в государстве, подобные субъекты экономических отношений, зачастую сталкиваются с описанной ситуацией. Нормы, которые устанавливают обязанность в преддоговорном раскрытии информации, содержатся во многих законодательствах развитых государств, таких как, к примеру, США, Великобритания и т. д. По нашему мнению, в Гражданский Кодекс должны быть внесены изменения относительно закрепления обязанности правообладателя раскрытия информации будущему пользователю на преддоговорном этапе.

Таким образом, правовая природа коммерческой концессии включает в себя три следующих характеристики: консенсуальность, взаимность, возмездность. Анализ каждой из характеристик в отдельности позволил установить существование актуальных проблем нормативно-правового регулирования договора коммерческой концессии. На наш взгляд, предложенные в данном исследовании способы решения сложившихся проблем могут существенным образом повысить экономическую эффективность института коммерческой концессии в Российской Федерации.

#### **Список литературы:**

1. Гражданский кодекс Российской Федерации от 30 ноября 1994 № 51-ФЗ (ред. от 24.07.2023) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.10.2023) // Собрание законодательства РФ. – 1994. – № 32. – Ст. 3301.
2. Нескоромных, В. В. Понятие и правовая природа договора коммерческой концессии / В. В. Нескоромных // Инновации. Наука. Образование. – 2021. – № 46. – С. 43-49.

3. Кулешов, Г. Н. Правовая природа договора коммерческой концессии / Г. Н. Кулешов // Теория и практика современной юридической науки. – 2017. – № 1. – С. 40-42.
4. Васильева, Е. В. Договор коммерческой концессии (франчайзинг): правовая природа и антимонопольное регулирование / Е. В. Васильева // Право. Общество. Государство. – 2018. – № 1. – С. 59-62.
5. Джиоев, Д. А. Понятие и правовая природа договора коммерческой концессии / Д. А. Джиоев // Корпоративный юрист: магистерская научная школа. – 2021. – № 1. – С. 50-55.
6. Ткачук, О. В. Правовая природа и особенности применения договора коммерческой концессии / О. В. Ткачук // Вопросы российского и международного права. – 2017. – № 11А. – С. 41-47.
7. Середя, Д. Е. К вопросу о правовой природе договора коммерческой концессии / Д. Е. Середя // Теоретические аспекты юриспруденции и вопросы правоприменения. 2021. № 1. С. 20-24.

**References:**

1. The Civil Code of the Russian Federation No. 51-FZ of November 30, 1994 (as amended on 07/24/2023) (with amendments and additions, intro. effective from 01.10.2023) // Collection of legislation of the Russian Federation. – 1994. – No. 32. – St. 3301.
2. Neskromnykh, V. V. The concept and legal nature of the commercial concession agreement / V. V. Neskromnykh // Innovations. Science. Education. – 2021. – No. 46. – pp. 43-49.
3. Kuleshov, G. N. The legal nature of the commercial concession agreement / G. N. Kuleshov // Theory and practice of modern legal science. - 2017. – No. 1. – pp. 40-42.
4. Vasilyeva, E. V. Commercial concession agreement (franchising): legal nature and antimonopoly regulation / E. V. Vasilyeva // Right. Society. State. – 2018. – No. 1. – pp. 59-62.
5. Dzhioev, D. A. The concept and legal nature of a commercial concession agreement / D. A. Dzhioev // Corporate lawyer: Master's scientific school. - 2021. – No. 1. – pp. 50-55.
6. Tkachuk, O. V. The legal nature and features of the application of the commercial concession agreement / O. V. Tkachuk // Issues of Russian and international law. - 2017. – No. 11A. – pp. 41-47.
7. Sereda, D. E. On the issue of the legal nature of the commercial concession agreement / D. E. Sereda // Theoretical aspects of jurisprudence and law enforcement issues. 2021. No. 1. pp. 20-24.