

Научная статья

УДК 346

doi:10.46554/APJ-2023.1(77)-pp.8-11

**ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ КОММЕРЧЕСКОЙ КОНЦЕССИИ В РОССИИ
И ФРАНЧАЙЗИНГА В США**

Владимир Эмзарович Мжаванадзе

Самарский государственный экономический университет (Россия, Самара),

kafprava209d@mail.ru

Научный руководитель: А.В. Дашин

Аннотация. В статье автором рассмотрены исторические пути развития коммерческой концессии в России и франчайзинга в США. Целью статьи является исследование исторических путей развития двух институтов в законодательстве двух стран. Объект исследования - общественные отношения в сфере коммерческой концессии. Предметом исследования является нормативно-правовые акты, регулирующие вышеуказанные правоотношения. Методологическую основу исследования составили общенаучные методы познания. В процессе исследования также были использованы и специальные методы: сравнительно-правовой, формально-юридический, социально-правовой эксперимент. Анализируя положения законодательства, автор приходит к выводу о различиях исторического пути развития и существующих проблемах институтов коммерческой концессии и франчайзинга в России и США.

Ключевые слова: коммерческая концессия, франчайзинг

Для цитирования: Мжаванадзе В.Э. Правовое регулирование коммерческой концессии в России и франчайзинга в США // Актуальные проблемы правоведения. 2023. № 1 (77) С. 8-11. doi:10.46554/APJ-2023.1(77)-pp.8-11.

Original article

**LEGAL REGULATION OF COMMERCIAL CONCESSION IN RUSSIA
AND FRANCHISING IN THE USA**

Vladimir E. Mzhavanadze

Samara State University of Economics (Samara, Russia),

kafprava209d@mail.ru

Scientific adviser: A.V. Dashin

Annotation. In the article, the author considers the historical ways of developing a commercial concession in Russia and franchising in the USA. The purpose of the article is to study the historical paths of development of the two institutions in the legislation of the two countries. The object of research is public relations in the field of commercial concession. The subject of the study is the legal acts regulating the above legal relations. The methodological basis of the study was the general scientific methods of cognition. In the process of research, special methods were also used: comparative legal, formal legal, social and legal experiment. Analyzing the provisions of the legislation, the author comes to the conclusion about the differences in the historical path of development and the existing problems of the institutions of commercial concession and franchising in Russia and the USA.

Keywords: commercial concession, franchising

For citation: Mzhavanadze V.E. Legal regulation of commercial concession in Russia and franchising in the USA // Actual problems of jurisprudence. 2023. № 1 (77). Pp. 8-11. doi:10.46554/APJ-2023.1(77)-pp.8-11.

Рассмотрение вопроса исторического развития того или иного института представляется необходимым в виду того, что это позволяет лучше понять содержание правовой конструкции и объективнее оценить существующие тенденции.

Первым прообразом коммерческой концессии в России был «откуп», который существовал еще в дореволюционное время. «Откуп» передавал право государства взимать налоги или продавать товар на конкретной территории частным лицам. Существовавшее на тот период «разрешение» явилось основой для дальнейшего формирования института концессии [1, с. 52]. Правовое поле СССР не способствовало развитию франчайзинговых отношений в виду существования командно-административной системы экономики. Подтверждением указанного тезиса служит, к примеру «Положение о фирме» 1927 года, которое устанавливало, что право на фирму не может быть отчуждено, то есть институт коммерческой концессии отрицался в принципе [2, с. 279].

Вместе с тем, нельзя не отметить, что в 1972 году на основе соглашений между СССР и США было начато строительство заводов по производству Пепси-Колы и продажи указанной продукции на основании лицензии. Данные соглашения включали, в том числе, и положения о передаче средств индивидуализации от одного юридического лица другому.

Таким образом, процесс развития коммерческой концессии в России по сравнению с США начался гораздо позже.

Нормативно-правовое регулирование указанных отношений появилось только в 1996 году, когда вступила в действие гл. 54 Гражданского кодекса РФ. Указанная глава ввела понятие договора коммерческой концессии. Однако необходимо отметить, что споры о терминологическом содержании указанной главы не утихают по сегодняшний день. Российская ассоциация франчайзинга так же отмечает, что развитие франчайзинга в России идет не в достаточно быстром темпе [3, с. 14].

Несмотря на это идея развития института коммерческой концессии красной нитью проходит через многие законодательные акты, и его развитие является важнейшим приоритетом совершенствования потребительского рынка.

Анализируя распоряжение Правительства РФ от 02.06.2016 № 1083-р заметим, что термин «франчайзинг» в гражданском законодательстве отсутствует.

Многие ученые отмечают, сложность разделения понятий «коммерческой концессии» и «франчайзинг» в российском правовом поле.

В отечественном правовом поле была предпринята попытка разграничить указанные термины. Результатом этого стало создание законопроекта № 503845-6 «О франчайзинге». В соответствии со ст. 3 указанного законопроекта по договору франчайзинга передается право пользования на комплекс принадлежащих франчайзору исключительных прав на результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации (франшизу) в целях продажи продукта или услуг франчайзора по заранее определенным правилам ведения бизнеса, которые устанавливаются франчайзором в рамках и в период действия специально заключенного обеими сторонами договора. Однако указанный законопроект не был принят.

Отечественный законодатель во многих актах отождествляет два вышеописанных понятия [4]. Вместе с тем с данной позицией нельзя согласиться, так как институт коммерческой концессии предполагает передачу исключительных прав, не включая в себя консультационное взаимодействие по организации бизнеса пользователя [5, с. 67].

Таким образом, решение вопроса о разграничении указанных понятий должно стать предметом пристального рассмотрения со стороны законодателя с целью ускорения развития отношений в сфере коммерческой концессии.

История развития коммерческой концессии в США имеет глубокие корни. Еще в середине 19 века крупнейшая компания, занимающаяся производством швейных машин, Singer предоставляла исключительные права на свою продукцию для дистрибьюторов. По сходной же схеме действовала и компания General Motors. Подобные методы используются повсеместно и в наше время [5, с. 67].

Учитывая бурное экономическое развитие отношений в данной области, франчайзинговая законодательная база Соединенных Штатов является одной из самых крупных и представляет интерес для многих исследователей.

Законом, заложившим фундамент франчайзинговых правоотношений, стал Федеральный закон о торговых марках 1946 года, который впервые установил порядок регистрации средств индивидуализации юридических лиц, а именно фирменных наименований, торговых марок [6, с. 498].

В целом можно утверждать, что американское законодательство исходит из того, что франчайзинговые правоотношения имеют саморегулируемый характер, а большой пласт судебной и договорной практики нивелируют возникающие разногласия.

Нельзя не отметить, что большое влияние на регулирования рынка франчайзинга имеет Международная организация франчайзинга (IFA). Основанная в 1961 году, она тоже рассматривает указанные отношения с позиции саморегулирования.

На период конца семидесятых годов большое количество споров вызывало преддоговорное раскрытие информации. Этический кодекс франчайзинга, принятый Международной организацией франчайзинга (IFA), не смог в достаточной степени урегулировать указанные разногласия.

Напомним, что американское законодательство является децентрализованным, то есть регулируется как на федеральном уровне, так и на уровне штатов.

Отметим, что на сложности, возникающие на преддоговорном этапе, оперативнее отреагировали правотворческие органы на уровне штатов. Уже в 1970 году в Калифорнии был принят закон «Franchise Investment Law». Сложившаяся и активно применяемая нормативная база инвестиционного права была положена в основу этого закона, который включал положения об обязанности раскрытия информации о предлагаемой франшизе, подобно тому, как это делают инвесторы на бирже.

Федеральный же законодатель отреагировал лишь к 1978 году, а именно Федеральная торговая комиссия приняла постановление № 436 «Требования о раскрытии информации, запретах, касающихся франчайзинга, и благоприятных условиях предпринимательства». Данное постановление содержит 20 требований, который франчайзер должен предоставить для подписания соответствующего соглашения. Содержание этих требований направлено на раскрытие экономической информации с целью более объективной оценки франчайзи экономической целесообразности при заключении договора с тем или иным контрагентом.

Аналогично федеральному регулированию во многих штатах, где сложилось собственное правовое регулирование указанной сферы, были приняты подобные положения о раскрытии информации. На практике это создавало ряд проблем, связанных с двойственным правовым регулированием.

На федеральном уровне в 1979 году Федеральной торговой комиссией был разрабо-

тан документ UFOC – Положение о единообразных правилах предложения о продаже франшизы, стандартизирующий и объединяющий требования к раскрытию информации. Говоря о юридической силе двух документов, отметим, что их возможно применять параллельно. Вместе с тем, большинство штатов руководствуются именно UFOC как единым документом, регулирующим правила раскрытия информации о франшизе.

Термин франчайзинг описывался в UFOC следующим образом: «любые постоянные отношения, в которых франчайзи предлагает, продает и распространяет товары или услуги третьих лиц, если:

товары или услуги идентифицируются как торговая марка;

франчайзер прямо или косвенно постоянно контролирует франчайзи или предоставляет ему значительную помощь;

франчайзи выплачивает франчайзеру роялти в размере \$ 500 или более в течение первых шести месяцев работы».

Как отмечалось выше, данные нормативные акты регулировали правоотношения, складывающиеся, по большей части, до заключения договора.

Однако правоотношения, складывающиеся в результате исполнения прав и обязанностей сторон, все также были недостаточно урегулированы со стороны государства, а франчайзи были слабой стороной этих правоотношений.

Американский законодатель предпринял попытку защитить слабого контрагента, введя понятие добросовестности и честности в федеральный закон об автомобильном дилерском франчайзинге 1956 г.

Здесь же отметим, что введение в законодательство такого философского понятия, как добросовестность, обычно кардинально не меняет юридической стороны проблемы.

Соглашаясь с позицией многих ученых, скажем, что вышеуказанный принцип был крайне сложно доказуем при судебных разбирательствах. [7, с. 62] Кроме того, судебная практика складывалась крайне узконаправленно и распространяла данный принцип исключительно на автомобильную сферу. При этом существующее собственное законодательство во многих штатах не решает проблему защиты прав франчайзи.

Таким образом, несмотря на многочисленные попытки реформирования законодательства по данному вопросу, на сегодняшний день в США не существует федерального закона или единого корпуса согласованных судебно-процессуальных норм, которые

признавали бы или определяли судебные права франчайзи в рамках франшизных отношений.

Подводя итоги, отметим, что законодательство в сфере франчайзинга в России и

США развивалось с разной скоростью и разными путями, но вместе с тем в столь разном правовом регулировании обеих стран существуют правовые проблемы, нуждающиеся в решении.

Список источников

1. Авилов Г. Е. Коммерческая концессия. ГК РФ: Текст, комментарии / Под ред. О.М. Козыр, А.А. Маковского, С.А. Хохлова. М., 1996.
2. Подольская, А. А. История появления и развития института коммерческой концессии в России // Молодой ученый. 2021. № 47. С. 278 – 280.
3. Ибадова Л. Франчайзинг в сфере малого бизнеса // Право и экономика. 2006. № 3. С. 14.
4. Распоряжение Правительства РФ от 02.06.2016 № 1083-р (ред. от 30.03.2018) «Об утверждении Стратегии развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации на период до 2030 года» // Собрание законодательства РФ. 2016. № 24. Ст. 3549.
5. Марченко М.Ю. Договор коммерческой концессии: понятие и правовые основы // Вестник магистратуры. 2014. № 4. С. 67.
6. Фелпс Д. М. Сертификационные знаки в соответствии с Законом Ланхэма // Журнал маркетинга. Американская ассоциация маркетинга. 2017. № 13. С. 498–505.
7. Колинченко М.И. Совершенствование российского нормативно-правового регулирования франчайзинга в сфере услуг с учетом зарубежного опыта // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). 2015. № 11. С. 62–66.

References

1. Avilov G. E. Commercial concession. Civil Code of the Russian Federation: Text, comments // Ed. O.M. Kozyr, A.L. Makovsky, S.A. Khokhlova. M., 1996.
2. Podolskaya, A. A. The history of the emergence and development of the institution of commercial concession in Russia // Young scientist. 2021. No. 47. P. 278 - 280.
3. Ibadova L. Franchising in the field of small business // Law and Economics. 2006. No. 3. P. 14.
4. Decree of the Government of the Russian Federation of June 2, 2016 No. 1083-r (as amended on March 30, 2018) "On approval of the Strategy for the development of small and medium-sized businesses in the Russian Federation for the period up to 2030" // Collected Legislation of the Russian Federation. 2016. No. 24. Art. 3549.
5. Marchenko M.Y. Commercial concession agreement: concept and legal foundations // Bulletin of the Magistracy. 2014. No. 4. P. 67.
6. Phelps D. M. Certification marks in accordance with the Lanham Law // Journal of Marketing. American Marketing Association. 2017. No. 13. P. 498–505.
7. Kolinchenko M.I. Improving the Russian legal regulation of franchising in the service sector, taking into account foreign experience // MIR (Modernization. Innovations. Development). 2015. No. 11. P. 62–66.

Информация об авторах

В.Э. Мжаванадзе - аспирант Института права Самарского государственного экономического университета;

А.В. Дашин (научный руководитель) – д.ю.н., профессор кафедры правового обеспечения экономической деятельности Самарского государственного экономического университета.

Information about the authors

V.E. Mzhavanadze - postgraduate student at the Institute of Law at Samara State University of Economics;

A.V. Dashin (scientific adviser) - PhD, Associate Professor of the Department of legal support of economic activity at Samara State University of Economics.

Статья поступила в редакцию 18.01.2023; одобрена после рецензирования 22.01.2023; принята к публикации 23.01.2023.

The article was submitted 18.01.2023; approved after reviewing 22.01.2023; accepted for publication 23.01.2023.