

Институт экономики, управления и права (г. Казань)

Ж.Н. БОРОДИНА

Правовое регулирование коммерческой концессии (франчайзинга)

Казань
Познание
2008

УДК 347.74
ББК 67.404.212.6
Б83

*Печатается по решению редакционно-издательского совета
Института экономики, управления и права (г. Казань)*

Рецензенты:

канд. юрид. наук, доцент З.А. Ахметьянова;
канд. юрид. наук, доцент Е.Ю. Ковалькова;
ст. преп. кафедры гражданского права и процесса Е.А. Хлобыстова

Бородина, Ж.Н.
Б83 Правовое регулирование коммерческой концессии (франчайзинга) /
Ж.Н. Бородина. – Казань : Познание, 2008. – 120 с.
ISBN 978-5-8399-0229-9

Монография посвящена актуальной проблеме российского гражданского права – правовому регулированию коммерческой концессии. Работа предназначена для научных и педагогических работников, практикующих юристов, студентов, аспирантов и всех интересующихся вопросами гражданского права.

УДК 347.74
ББК 67.404.212.6

ISBN 978-5-8399-0229-9

© Бородина Ж.Н., 2008
© Институт экономики, управления
и права (г. Казань), 2008

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение.....	4
Глава I. Понятие и правовая природа коммерческой концессии (франчайзинга).....	7
§ 1. Становление и развитие коммерческой концессии (франчайзинга).....	7
§ 2. Понятие договора коммерческой концессии (франчайзинга)	25
§ 3. Соотношение договора коммерческой концессии и смежных договоров.....	37
Глава II. Состав правоотношения, возникающего из договора коммерческой концессии (франчайзинга).....	47
§ 1. Субъекты и объекты франчайзинговых правоотношений.....	47
§ 2. Содержание франчайзинговых правоотношений.....	58
Глава III. Реализация франчайзинговых отношений в гражданско-правовом обороте.....	78
§ 1. Заключение, государственная регистрация и прекращение договора коммерческой концессии (франчайзинга).....	78
§ 2. Ответственность сторон франчайзинговых отношений.....	89
§ 3. Применение договора коммерческой концессии (франчайзинга) к отношениям в сфере образовательных услуг.....	98
Заключение.....	116

ВВЕДЕНИЕ

С развитием рыночных отношений в российском предпринимательстве возникли новые формы экономического взаимодействия. Наряду с крупным бизнесом появился целый класс малых и средних предприятий, что привело к возникновению принципиально новых экономических реалий, к которым можно отнести децентрализацию принятия решений и функциональное разделение в относительно крупных сегментах рынка.

По данным экспертов Всемирной организации, интеллектуальной собственности (ВОИС) в США товарооборот, реализуемый на условиях франчайзинга, составил более трети всей розничной торговли. В Австралии свыше 90% общей торговли на предприятиях быстрого обслуживания осуществляется на условиях франчайзинга. Имеются официальные сообщения о том, что франчайзинг используется уже более чем в 70 странах.

Популярность франчайзинга (коммерческой концессии) объясняется эффективностью и высокой устойчивостью бизнеса вновь образующихся предприятий. Так, по данным фирмы «Mg. Doors Note Inc.», в США после пяти лет деятельности на рынке выживают 23% частных предприятий, после десяти лет их остается лишь 18%, в то время как среди предприятий, работающих по системе франчайзинга, через пять лет распадается только 8 предприятий из 100, а через 10 лет – 10 из 100¹.

В настоящее время франчайзинг используется в самых различных видах бизнеса. В частности, он интенсивно развивается в таких отраслях промышленности и сферы услуг, как автомобильная и автосервис; помощь в организации и ведении бизнеса (бухгалтерия, делопроизводство, реклама и т.д.) строительство, услуги, связанные с ремонтом и обслуживанием домов; услуги, связанные с образованием; отдых и развлечения; рестораны быстрого обслуживания, рестораны, закусочные и т.д.; продуктовые палатки; медицинские и косметические услуги; услуги в сфере домашнего хозяйства; розничная торговля и многие другие виды деятельности.

Незавершенность реформирования порождает в экономике практически на всех уровнях и во всех без исключения сферах деятельности

¹ См.: Новосельцев О.В. Оценка коммерческой концессии // Хозяйство и право. – 2000. – №3. – С. 99.

проявления негативного характера, такие как потерю эффективности в решении экономических, финансовых и управленческих проблем; на первый план вышла проблема качества продукции, относительно решенная в условиях развитого рынка.

В условиях жесткой рыночной конкуренции, характерной для малого и среднего предпринимательства, одним из эффективных методов организации и ведения бизнеса является коммерческая концессия (франчайзинг).

Суть франчайзинга (коммерческой концессии) непосредственно связана с гражданско-правовым договором, так как она может быть выражена только в виде соответствующего специфического договора. Законодательно в России коммерческая концессия впервые закреплена в главе 54 части II Гражданского кодекса Российской Федерации.

Основной целью заключения договора коммерческой концессии является создание новых хозяйственных комплексов (магазинов, ресторанов, гостиниц, промышленных предприятий) на базе комплекса объектов исключительных прав, принадлежащих какому-либо лицу. Заключение подобных договоров выгодно для обеих сторон.

Урегулированные нормами данного договора отношения имеют большое значение для развития товарного рынка.

Франчайзинг внедряется во все сферы деятельности, в том числе и в сферу образования. В настоящее время образование является такой же сферой рыночных отношений, как промышленность, строительство, финансово-кредитная и иные системы. Производство образовательных услуг испытывает давление конкуренции, нуждается в рекламе и надежных путях реализации, как в нашей стране, так и за рубежом. Средством конкурентной борьбы может послужить использование образовательными учреждениями франчайзинга. Франчайзинг не только способствует увеличению количества предоставляемых образовательных услуг и повышению их качества, но и способствует повышению интеллектуального уровня общества, обеспечивая доступ к различным уровням образования там, где оно было ранее порой недоступно.

Особую актуальность образовательный франчайзинг приобретает в настоящее время за счет увеличения интереса к новому направлению развития системы образования, а именно дистанционного обучения с использованием современных педагогических перспективных информационных и телекоммуникационных технологий. Применение об-

разовательными учреждениями франчайзинга позволит создать образовательные сети с использованием дистанционных технологий, тем самым предоставляя всем желающим равный доступ к качественному образованию.

Одним из основных элементов франчайзинговой системы в образовании является договор коммерческой концессии. Однако вопрос о правовой природе данного договора в сфере образовательных услуг недостаточно раскрыт.

Учитывая изменившееся положение дел в гражданском обороте, коммерческая концессия вообще, и в частности в сфере образовательных услуг представляет собой один из наиболее интересных для изучения институтов гражданского права. Популярность данного договора возрастает с каждым годом.