

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение  
высшего образования  
«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»

*На правах рукописи*

Мазепов Петр Евгеньевич

ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ОТНОШЕНИЙ,  
ВОЗНИКАЮЩИХ ИЗ СДЕЛОК В СФЕРЕ  
ФРАНЧАЙЗИНГА

12.00.03 – Гражданское право; предпринимательское право; семейное право;  
международное частное право

АВТОРЕФЕРАТ  
диссертации на соискание ученой степени  
кандидата юридических наук

Научный руководитель

Демченко Максим Владимирович,  
кандидат юридических наук, доцент

Москва – 2021

Диссертация представлена к публичному рассмотрению и защите в порядке, установленном ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации» в соответствии с предоставленным правом самостоятельно присуждать учёные степени кандидата наук, учёные степени доктора наук согласно положениям пункта 3.1 статьи 4 Федерального закона от 23 августа 1996 г. № 127-ФЗ «О науке и государственной научно-технической политике».

Публичное рассмотрение и защита диссертации состоятся 14 октября 2021 г. в 10:00 часов на заседании диссертационного совета Финансового университета Д 505.001.112 по адресу: Москва, Ленинградский проспект, д. 51, корп. 1, аудитория 1001.

С диссертацией можно ознакомиться в диссертационном зале Библиотечно-информационного комплекса ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации» по адресу: 125993, Москва, ГСП-3, Ленинградский проспект, д. 49, комн. 200 и на официальном сайте Финансового университета в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» по адресу: [www.fa.ru](http://www.fa.ru).

Персональный состав диссертационного совета:

председатель – Ручкина Г.Ф., д.юрид.н., профессор;  
заместитель председателя – Илюшина М.Н., д.юрид.н., профессор;  
учёный секретарь – Павликов С.Г., д.юрид.н., профессор;

члены диссертационного совета:

Алексеева Д.Г., д.юрид.н., профессор;  
Андреева Л.В., д.юрид.н., профессор;  
Иванова С.А., д.юрид.н., профессор;  
Павлов В.П., д.юрид.н., профессор;  
Петюкова О.Н., д.юрид.н., доцент;  
Рузакова О.А., д.юрид.н., профессор;  
Синельникова В.Н., д.юрид.н., профессор.

Автореферат диссертации разослан 28 июня 2021 г.

## **I Общая характеристика работы**

**Актуальность темы исследования.** Взаимовыгодная интеграция малого, среднего и крупного предпринимательства является необходимым фактором развития экономики, ее инвестиционной привлекательности, повышения уровня занятости населения. Франчайзинг как способ такой интеграции играет важную роль в экономиках развитых стран. Так, данные Американской Ассоциации Франчайзинга за 2020 год в очередной раз показывают стабильный вклад франчайзинга в ВВП, рост количества предприятий и увеличение числа рабочих мест. В 2019 году российские компании были впервые представлены на международной выставке Franchise Expo Paris, что обусловлено важностью привлечения внимания зарубежных инвесторов к российскому франчайзингу. Последней тенденцией развития в западных странах является распространение франчайзинга в тех отраслях, где ранее он считался недопустимым, например, в образовательной деятельности, сферах здравоохранения и благотворительности (социальный франчайзинг). Кроме того, стремительное развитие информационных технологий и интернет-торговли поднимает вопрос о возникновении цифрового франчайзинга. В российских реалиях развитие франчайзинга необходимо для достижения ряда экономических преимуществ. Во-первых, это доступ к готовым решениям в конкретной сфере предпринимательской деятельности. Во-вторых, создание новых рабочих мест и практическая подготовка квалифицированных специалистов. В-третьих, предоставление потребителям товаров и услуг, отвечающих стандартам качества. В-четвертых, способ преодоления негативных последствий, связанных с экономическими санкциями.

Осуществление предпринимательства в форме франчайзинга невозможно без надлежащего правового обеспечения. В законодательстве Российской Федерации франчайзинг регулируется нормами о коммерческой концессии с субсидиарным применением норм о лицензионном договоре, однако существующее регулирование не охватывает некоторые значимые аспекты указанных отношений. Нерешенными остаются проблемы регламентации

преддоговорного раскрытия информации о франшизе, сроков государственной регистрации, распределения расходов, особенностей предоставления объектов, имеющих цифровую природу. Вызывает вопросы диспозитивный характер обязательств, характерных для франчайзинга в его традиционном понимании, а также неравенство в средствах правовой защиты сторон.

В отечественной науке широкое внимание исследователей привлекли вопросы терминологии и соотношения коммерческой концессии и франчайзинга, существенные условия данных сделок, классификация франчайзинга, вопросы государственной регистрации, состав «комплекса исключительных прав», а также юридическая ответственность. Недостаточное внимание уделяется проблемам распределения расходов сторон на этапе реализации сделки и экономической обоснованности франчайзинга, являющихся ключевыми в зарубежной доктрине, а также балансу средств правовой защиты и последствиям прекращения сделок. Не исследована тематика социального франчайзинга, вопросы взаимоотношений сторон при использовании сети Интернет, предоставления в процессе осуществления франчайзинга имущества, имеющего цифровую природу. Несовершенство правового регулирования в данных областях отрицательно сказывается на динамике судебных споров, число которых за последние годы существенно возросло (по запросам «коммерческая концессия» и «франчайзинг» на портале «Электронное правосудие» - начиная с 599 и 108 результатов за 2014 год до 1260 и 324 результатов за 2020 год соответственно). На основании изложенного тема представляется актуальной.

**Степень разработанности темы исследования.** Тема получила достаточно широкое распространение в российской правовой науке, пройдя эволюцию от исследования договора коммерческой концессии в призме российского законодательства до комплексных исследований франчайзинга с использованием сравнительно-правового анализа.

Общим вопросам обязательственного права посвящены труды М.М. Агаркова, Е.Е. Богдановой, М.И. Брагинского, В.В. Витрянского,

И.В. Гетьман-Павловой, Б.М. Гонгало, Г.К. Дмитриевой, О.А. Рузаковой, Г.Ф. Ручкиной, Е.А. Суханова и др.

Особенности сделок в сфере интеллектуальных прав рассматривались в работах Е.С. Басмановой, О.В. Гридневой, Е.А. Демичевой, М.В. Демченко, М.В. Мажориной, Е.А. Мазур, Л.Н. Новоселовой и др.

В правовой сфере диссертационные исследования на тему франчайзинга и коммерческой концессии также проводились рядом исследователей. В диссертациях Д.П. Бондаренко, Ж.Н. Бородиной, А.А. Еремина затрагивались проблемы понятийного аппарата, соотношения рассматриваемых договоров. В работах Е.С. Лысенко, М.Н. Титовой впервые были рассмотрены перспективы юридического оформления франчайзинга при помощи различных договорных конструкций. В диссертационном исследовании А.Ф. Багдасарян пристальное внимание получила тематика преддоговорного раскрытия информации, а в работе С.В. Климовой были подробно исследованы трансграничный франчайзинг и его коллизионное регулирование.

Вместе с тем должного внимания не получили вопросы, связанные с расчетами в сфере сделок франчайзинга, системой оснований для их прекращения, социальным франчайзингом и особенностями данного явления в контексте цифровизации.

**Цель и задачи исследования.** Цель заключается в разработке теоретических положений и практических рекомендаций, направленных на совершенствование правового регулирования отношений, возникающих из сделок в сфере франчайзинга.

Для достижения цели исследования были поставлены следующие **задачи**:

- определить соотношение института коммерческой концессии и различных видов франчайзинга на основании международного опыта правового регулирования, доктрины и правоприменительной практики;
- сформулировать дефиницию понятия «социальный франчайзинг»;
- разработать предложения по применению механизма преддоговорного раскрытия информации в процессе заключения сделок франчайзинга;

- рассмотреть порядок предоставления комплекса исключительных прав в договорах коммерческой концессии и выявить пробелы в его законодательной регламентации;

- выявить проблемы в области прекращения сделок франчайзинга и предложить пути их решения;

- изучить особенности объектов, имеющих цифровую природу и предоставляемых в ходе сделок франчайзинга, и разработать их классификацию;

- обосновать необходимость договорной регламентации права пользователя в договоре коммерческой концессии по осуществлению предпринимательской деятельности посредством сети Интернет.

**Объект исследования** – общественные отношения, возникающие из сделок в сфере франчайзинга.

**Предмет исследования** – нормы гражданского законодательства Российской Федерации и зарубежных стран, регулирующие сделки в сфере франчайзинга, практика российских и иностранных судов, акты международных организаций (*lex mercatoria*), посвященные франчайзингу.

**Область исследования.** Исследование проведено в рамках пунктов 1.2. «Предмет гражданско-правового регулирования. Виды имущественных и неимущественных отношений, регулируемых гражданским правом. Особенности вещных, обязательственных, интеллектуальных и корпоративных отношений. Гражданско-правовой метод регулирования общественных отношений. Функции гражданского права. Принципы гражданского права»; 1.4. «Гражданское правоотношение; его элементы и структурные особенности. Содержание и виды субъективных гражданских прав и субъективных гражданских обязанностей. Гражданская правосубъектность. Субъекты гражданских правоотношений. Объекты гражданских правоотношений. Виды гражданских правоотношений. Вещные, обязательственные, интеллектуальные и корпоративные правоотношения. Правоотношения, включающие в свое содержание преимущественные права. Неимущественные гражданские правоотношения»; 1.18. «Основные правовые институты интеллектуальной собственности.

Соотношение и взаимосвязь права собственности и права интеллектуальной собственности. Гражданско-правовые режимы правовой охраны и использования результатов интеллектуальной деятельности и средств индивидуализации. Государственная регистрация интеллектуальной собственности. Интеллектуальные права, их виды и особенности гражданско-правовых режимов правовой охраны, использования и защиты. Понятие, признаки и структура контрафакта в российском и международном праве. Основные способы защиты от контрафакта в праве интеллектуальной собственности. Международные соглашения (конвенции) как источники гражданско-правового регулирования отношений в сфере интеллектуальной деятельности»; 1.30. «Обязательства по приобретению и использованию исключительных прав. Договоры по приобретению и по распоряжению исключительными правами. Договоры заказа на создание объекта исключительных прав. Государственный или муниципальный контракт на создание объекта исключительных прав. Создание объекта исключительных прав при исполнении подрядных договоров и договоров на научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы. Обязательства из договоров по распоряжению исключительными правами. Договор об отчуждении исключительных прав. Лицензионные договоры, их виды. Сублицензионный договор. Авторские договоры и договоры о передаче смежных прав. Договор авторского заказа. Государственный или муниципальный контракт на создание произведения для государственных или муниципальных нужд. Договор об отчуждении исключительного права на произведение. Лицензионный договор о предоставлении права использования произведения. Издательский лицензионный договор. Договор на использование произведения, удостоенного награды на публичном конкурсе. Договоры об отчуждении исключительного права на объект смежных прав. Лицензионные договоры о передаче исключительных исполнительских прав. Договоры о передаче исключительных прав производителя фонограммы. Договоры о передаче исключительных прав организаций эфирного и кабельного вещания. Договор об отчуждении исключительного права на изобретение, полезную модель или промышленный образец, селекционное

достижение. Лицензионный договор о предоставлении права использования изобретения, полезной модели, промышленного образца, селекционного достижения. Открытая лицензия. Договор (заказ) на создание промышленного образца. Договор о создании, выведении или выявлении селекционного достижения. Государственный или муниципальный контракт на выполнение работ по созданию объекта «промышленной собственности». Договор об отчуждении исключительного права на товарный знак. Лицензионный договор о предоставлении права использования товарного знака. Договоры на выполнение научно-исследовательских, опытно-конструкторских и технологических работ. Договор об отчуждении исключительного права на топологию интегральной микросхемы. Лицензионный договор о предоставлении права использования топологии интегральной микросхемы. Договор (заказ) на создание топологии. Государственный или муниципальный контракт на создание топологии интегральной микросхемы. Договор об отчуждении исключительного права на секрет производства (ноу-хау). Лицензионный договор о предоставлении права использования секрета производства (ноу-хау). Обязательства из договора коммерческой концессии (франчайзинга). Договор залога интеллектуальной собственности» Паспорта научной специальности 12.00.03 – Гражданское право; предпринимательское право; семейное право; международное частное право (юридические науки).

**Методология и методы исследования.** Методологическую основу составляют общенаучные и специальные методы познания. Так, методы системного анализа и синтеза позволили выявить и систематизировать доктринальные подходы к сущности франчайзинга, обозначить их преимущества и недостатки. Метод аналогии способствовал изучению преддоговорных соглашений, характерных для сделок М&А с целью обоснования их целесообразности в сделках франчайзинга. Сравнительно-правовой метод использовался для сопоставления правового режима франчайзинга в зарубежных странах и в России, а также для выявления особенностей регулирования данного института в различных правовых системах. Формально-юридический метод

позволил сформулировать ключевое понятие «социальный франчайзинг», выявить признаки цифрового франчайзинга, классифицировать договорные конструкции, опосредующие франчайзинг, и др.

**Информационную базу исследования** составляют Конституция Российской Федерации, Гражданский кодекс Российской Федерации (все части), Федеральный закон «О защите конкуренции» от 26.07.2006 № 135-ФЗ, Федеральный закон «Об электронной подписи» от 06.04.2011 № 63-ФЗ, иные нормативные правовые акты Российской Федерации и зарубежных стран.

В качестве теоретической основы исследования наряду с трудами отечественных специалистов использовались работы зарубежных исследователей в области права: К.Р. Berger (К.П. Бергер), М. Sebrian Salvat (М. Себриан Салват), В. Goldman (Б. Голдман), L. Hawkes (Л. Хоукс), К. Highet (К. Хайет), J. Libava (Дж. Либава), М. Mendelson (М. Мендельсон), R.E. Scott (Р.Е. Скотт), М. Shay (М. Шей), А. Seid (А. Сеид), М. Seid (М. Сеид), В. Simpelaere (Б. Симплэр), P.F. Zeidman (П.Ф. Зайдман).

Информационная база исследования включает судебную практику арбитражных судов и судов общей юрисдикции России, судов зарубежных стран, аналитические материалы и информационные обзоры, связанные с темой исследования, материалы официальных сайтов и средств массовой информации.

**Научная новизна** состоит в формулировании научно обоснованных теоретических подходов к сущности общественных отношений, возникающих в сфере франчайзинга, и выработке практических рекомендаций по совершенствованию их правового регулирования.

#### **Положения, выносимые на защиту:**

1) Обоснована классификация франчайзинга по целевому критерию. Доказано, что основным критерием выступает главный экономический интерес франчайзера в заключении и исполнении договора. В соответствии с данным критерием выделены следующие виды франчайзинга: а) коммерческий франчайзинг (извлечение прибыли или расширение рынка сбыта); б) социальный

франчайзинг (достижение социально-полезного эффекта); в) смешанный франчайзинг (сочетает признаки коммерческого и социального). Данная классификация может быть положена в основу специального правового регулирования франчайзинга (С. 17-21; 27-28; 102-106).

2) Впервые сформулировано отсутствующее в законодательстве определение социального франчайзинга, под которым понимается совокупность правоотношений, основанных на договоре о предоставлении в пользование исключительных прав, в целях продвижения товаров, услуг или технологий одной стороны (социального франчайзера) другой стороной (социальным франчайзи), путем осуществления им социального предпринимательства, благотворительной деятельности или иной активности, направленной на достижение общественно полезных целей и (или) решение социальных проблем (С. 25-29).

3) На основе анализа зарубежного регулирования франчайзинга доказана необходимость закрепления в законодательстве Российской Федерации норм, регламентирующих преддоговорное раскрытие информации о франшизе. В перечень информации, подлежащей раскрытию, обосновано включение следующих сведений: а) о предоставляемых по договору исключительных правах, в том числе на товарные знаки (знаки обслуживания), коммерческие обозначения, ноу-хау; б) о судебных разбирательствах в отношении франчайзера, в том числе процедурах несостоятельности (банкротства), если таковые инициировались в отношении франчайзера или его правопреемника; в) о франчайзинговых (концессионных) платежах и иных расходах, связанных с введением в эксплуатацию предприятия; г) об опыте ведения предпринимательской деятельности франчайзера, его директоров (С. 55-56; 68-71).

4) В целях обеспечения интересов пользователя по вступлению в законный режим пользования исключительными правами правообладателя, доказана необходимость установления двухмесячного срока государственной регистрации предоставления комплекса исключительных прав по договору коммерческой концессии, если иной срок не предусмотрен договором (С. 93-96).

5) Доказано, что в целях установления равных возможностей сторон сделок франчайзинга по защите своих законных интересов, целесообразно предоставить пользователю право на отказ от исполнения договора в следующих случаях: а) правообладатель уклоняется от государственной регистрации предоставления комплекса исключительных прав, за исключением случаев, когда договором такая обязанность возложена на пользователя; б) правообладатель не исполнил обязанность по передаче пользователю технической и коммерческой документации и иной информации, необходимой для осуществления прав, предоставленных по договору коммерческой концессии. В обоих случаях отказ от исполнения договора пользователем допускается, если правообладатель не устранил нарушения в течение двух месяцев с момента направления пользователем письменного уведомления, либо если договором не предусмотрен более длительный срок. Для реализации данных правомочий необходимо внесение изменений в ст. 1037 ГК РФ (С. 119-121).

б) Предложена классификация цифровых объектов, права на использование которых могут быть предоставлены в составе франшизы. По критерию правовой охраны – охраняемые (программы для ЭВМ), не охраняемые (профили в социальных сетях), частично охраняемые (доменные имена). По критерию юридической конструкции – простые (программы для ЭВМ) и сложные (интернет-сайты). В целях предупреждения споров, возникающих из обязательств по предоставлению не охраняемых и частично охраняемых объектов, в договоре необходимо конкретизировать сущность объекта и способ его предоставления (С. 142-148).

7) Выявлено, что право пользователя по осуществлению предпринимательской деятельности посредством сети Интернет должно быть предусмотрено договором коммерческой концессии. В силу субсидиарного применения пункта 1 статьи 1235 ГК РФ к правоотношениям коммерческой концессии, не указанное в договоре право использования в сети Интернет принадлежащих правообладателю исключительных прав не считается предоставленным пользователю (С. 156-158).

**Теоретическая значимость работы** заключается в формировании научно обоснованной концепции франчайзинга с учетом различных точек зрения на рассматриваемое явление, формулировке положений, дополняющих и развивающих существующее научное знание о франчайзинге, в частности его классификации и определении социального франчайзинга. Исследованием заложено основание для проведения дальнейших изысканий в сфере социального франчайзинга и франчайзинга в условиях цифровизации экономики.

**Практическая значимость** предопределяется возможностью использования его результатов в правотворческой деятельности, в частности, совершенствовании главы 54 ГК РФ, разработке специального законодательства о франчайзинге, внесении поправок в отдельные законодательные акты Российской Федерации, составлении комментариев к существующему законодательству. Результаты исследования могут быть использованы в учебной и преподавательской деятельности по дисциплинам «Гражданское право», «Предпринимательское право», «Право интеллектуальной собственности».

**Степень достоверности, апробация и внедрение результатов исследования.** Достоверность результатов исследования обусловлена использованием в работе обширной эмпирической базы (более 30 нормативно-правовых актов и иных официальных документов, свыше 100 наименований научной литературы, аналитические и статистические материалы), адекватной цели и задачам исследования, а также правоприменительной практики судов различных инстанций по разрешению споров в сфере франчайзинга.

Ряд проблем освещался на научно-практических конференциях, посвященных актуальным вопросам современного права: на конференции «Вопросы современных научных исследований: прикладные науки» (г. Омск, «НЦ Орка», 19 октября 2018 г.); на круглом столе (на английском языке) «Тенденции развития международного права / International Law Trends» (Москва, Финансовый университет, 29 ноября 2018 г.); на конференции «Цифровая неделя» в рамках X Международного научного студенческого конгресса «Образ будущего глазами

студентов», посвященного 100-летию Финансового университета (Москва, Финансовый университет, 23 апреля 2019 г.).

Материалы диссертации используются в практической деятельности Департамента экономики и финансов ООО «Международная светотехническая корпорация «БООС ЛАЙТИНГ ГРУПП». К наиболее существенным результатам исследования относятся:

– Обоснование вариативности использования договорных конструкций в процессе заключения сделок франчайзинга, что позволяет в максимальной степени учесть интересы сторон и особенности конкретного вида франчайзинга, снизить расходы на переговоры и согласование условий сделки.

– Обоснование рациональности использования преддоговорных соглашений в сделках франчайзинга, что позволяет обеспечить сохранность промышленной собственности и конфиденциальной информации организации, уменьшить риск вступления в переговоры с незаинтересованными контрагентами, а также недобросовестными лицами.

– Практическая рекомендация по целесообразности установления срока предоставления комплекса исключительных прав по договору коммерческой концессии обоснована взаимным интересом сторон данного договора по вступлению пользователя в законный режим использования исключительных прав, а также предупреждением возможных споров.

– Обоснование целесообразности установления срока, в течение которого сторона, допустившая нарушение условия договора коммерческой концессии, обязана устранить нарушения, что позволяет обеспечить надлежащее использование интеллектуальной собственности правообладателя, а также предупредить предъявление требований со стороны третьих лиц вследствие реализации товаров или услуг ненадлежащего качества.

Материалы исследования используются Департаментом правового регулирования экономической деятельности Юридического факультета Финансового университета в преподавании учебных дисциплин

«Предпринимательское право», «Гражданское право» и «Юридическое сопровождение инвестиционной деятельности».

Апробация и внедрение результатов исследования подтверждены соответствующими документами.

**Публикации.** Основные положения и результаты исследования отражены в 5 публикациях общим объемом 3,3 п.л. (авторский объем 2,97 п.л.) из них 4 работы общим объемом 2,67 п.л. (весь объем авторский) опубликованы в рецензируемых научных изданиях, определенных ВАК при Минобрнауки России. Все публикации по теме диссертации.

**Структура и объем диссертации.** Структура исследования обусловлена необходимостью достижения цели и решения поставленных задач. Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, списка литературы из 220 наименований и одного приложения. Текст диссертации изложен на 201 странице.

## **II Основное содержание работы**

Во **введении** обосновывается выбор темы исследования, а также актуальность и практическая значимость. Приводятся сведения о научной разработанности темы, определяются цель и задачи исследования, его объект, предмет и методология, формулируются положения, выносимые на защиту.

**Глава 1 «Теоретико-правовые основы франчайзинга»** посвящена рассмотрению наиболее дискуссионных теоретических проблем в области франчайзинга, анализу правового режима франчайзинга в России и опыта его зарубежного регулирования.

**В параграфе 1.1 «Понятие, характеристика и сущность франчайзинга»** исследуются доктринальные аспекты франчайзинга. Установлено, что общим для дефиниции франчайзинга в экономике и юриспруденции является наличие комплекса исключительных прав, на котором основывается сделка. Вопрос соотношения понятий «франчайзинг» и «коммерческая концессия» по-прежнему

является дискуссионным в отечественной доктрине. В работе анализируются различные точки зрения, в результате чего делается вывод, что наиболее обоснованно рассматривать франчайзинг как сделку, в основе которой лежит договор о предоставлении в пользование исключительных прав. Что касается понятия «комплекс исключительных прав», закрепленного в главе 54 ГК РФ, оно представляется не совсем удачным, поскольку предметом франчайзинга являются не только исключительные права, но и сопровождение предпринимательской деятельности, оказание сопутствующих услуг, непрерывный операционный контроль и иные элементы. Кроме того, франчайзинг может рассматриваться не только как сделка, но и механизм инвестирования, бизнес-проект и др. На основании этого делается вывод о том, что франчайзинг является более широким понятием, нежели коммерческая концессия. Далее в работе рассмотрены новые виды франчайзинга, на основании чего делается вывод о возможности классификации франчайзинга по целевому критерию, под которым понимается основной интерес франчайзера в заключении и исполнении договора. Так, выделяется коммерческий франчайзинг, эквивалентом которого является коммерческая концессия в понимании главы 54 ГК РФ, социальный франчайзинг, а также сочетающий их признаки смешанный франчайзинг. Установлено, что возмездность и коммерческий характер не являются квалифицирующими признаками социального франчайзинга, вследствие чего применение норм главы 54 ГК РФ к данным отношениям невозможно. В заключение параграфа исследовано соотношение франчайзинга со смежными гражданско-правовыми сделками. Сделан вывод, что франчайзинг имеет наиболее выраженные признаки организационных и интеллектуально-правовых договоров.

**В параграфе 1.2 «Правовое регулирование сделок по франчайзингу в зарубежных странах»** рассматриваются основы регулирования франчайзинга в США, странах ЕС и иных государствах. Установлено, что впервые правовой режим франчайзинга был заложен в США в середине прошлого столетия и начался с реформирования законодательства о передаче права использования товарных знаков. В Европейских государствах регулирование франчайзинга начало

оформляться только в 80-х годах XX века, а сегодня правовая конструкция франчайзинга известна большинству правовых систем. Отличительной чертой регулирования франчайзинга в США являются широкие полномочия Федеральной Торговой Комиссии и подробный перечень требований к преддоговорному раскрытию информации.

Европейское регулирование франчайзинга можно охарактеризовать как децентрализованное. Так, во Франции франчайзинг не определен законодательно, для регулирования отношений согласно Коммерческому Кодексу Франции используется конструкция лицензионного договора, а также общее правовое регулирование сделок. В Германии специальное законодательство о франчайзинге также отсутствует, на практике правоотношения регулируются нормами Гражданского и Коммерческого кодексов. В Великобритании правовое регулирование осуществляется на основании общих норм договорного права, норм об интеллектуальной собственности, о защите конкуренции и рекомендательных актах Британской Федерации Франчайзинга.

Отдельные законы о франчайзинге существуют в небольшом числе государств. Они регламентируют как договорный, так и преддоговорный этап сделки, содержат требования к раскрытию информации, коллизионное регулирование.

В работе отмечается, что отсутствие унифицированных материально-правовых норм обусловлено рядом факторов, таких как сложность компаративного анализа норм законодательства разных государств, различие терминологии, комплексный характер регулирования франчайзинга в отдельных правовых системах.

Сформулированы основные модели регулирования франчайзинга. Лицензионная модель регулирования франчайзинга характерна для США и стран Евросоюза. Ее существенными признаками являются широкие требования к раскрытию информации, диспозитивный характер определения договорных условий, использование лицензионного договора, в качестве основы сделки. Специальная модель регулирования франчайзинга (Молдова, Казахстан)

предусматривает наличие отдельного закона, регулирующего как преддоговорный, так и договорный этап сделки, характерно требование о государственной регистрации договора, либо предоставления прав по нему.

**Параграф 1.3 «Правовое регулирование сделок по франчайзингу в Российской Федерации»** посвящен рассмотрению общего и специального регулирования франчайзинга в России. Установлено, что в узком смысле правовое регулирование франчайзинга составляют: общие нормы договорного регулирования, нормы о коммерческой концессии, subsidiarily применяющиеся нормы о лицензионном договоре. В широком смысле в число источников регулирования включены нормы валютного, налогового законодательства и других публичных отраслей.

В исследовании отмечается, что отличительной особенностью российского законодательства является полное отсутствие требований о преддоговорном раскрытии информации. Сделан вывод, что нормы ГК РФ о стадии переговоров и преддоговорной ответственности не могут рассматриваться как правовой режим раскрытия информации.

Анализируются различные точки зрения относительно существенных условий договора коммерческой концессии как основного способа легитимации отношений франчайзинга. Отмечается, что в круг существенных условий необходимо включить условие о предмете и условие о платеже. Комплекс исключительных прав, как предмет договора, должен включать в себя право на товарный знак (знак обслуживания) и как минимум еще на один объект интеллектуальных прав, кроме товарного знака (знака обслуживания).

Сделан вывод, что особенностью регулирования франчайзинга в российской правовой системе является вариативность договорных конструкций при юридическом оформлении предоставления права использования исключительных прав. Так, помимо договора коммерческой концессии может быть использован лицензионный, дистрибьюторский или смешанный договор. Обосновывается необходимость включения в российское законодательство требования о преддоговорном раскрытии информации в сделках франчайзинга.

**В главе 2 «Динамика отношений в сфере франчайзинга»** рассмотрены правовые инструменты, характерные для сделок франчайзинга на преддоговорном этапе, в период действия договора, а также после его прекращения.

**В параграфе 2.1 «Правовые механизмы обеспечения интересов сторон на преддоговорном этапе сделки»** рассмотрены правовые инструменты, используемые на преддоговорном этапе сделки с целью обеспечения интересов сторон. Основным механизмом правовой защиты сторон на преддоговорном этапе является принцип добросовестности. При этом следует согласиться с точкой зрения о том, что принцип добросовестности сформулирован широко и действует не только при исполнении уже возникшего правоотношения, но также до его возникновения, и после его прекращения.

Проблема добросовестности исследована с опорой на анализ английской, французской и немецкой моделей регулирования. Установлено, что российская судебная практика рассматривает преддоговорную ответственность в качестве деликтной, что в определенной степени аналогично французской доктрине. Добросовестное поведение на стадии переговоров, как усматривается из содержания статьи 434.1 ГК РФ, влечет возникновение как пассивных (воздерживаться от определенных действий), так и активных (совершать определенные действия) обязательств.

Далее анализируются соглашения, которые используются в коммерческих сделках для обеспечения интересов сторон на преддоговорном этапе: протоколы о намерениях, предварительные договоры, соглашения об эксклюзивности, соглашения о конфиденциальности, заверения об обстоятельствах. Сделан вывод, что использование протокола о намерениях в сделках франчайзинга нецелесообразно по причине отсутствия его законодательной регламентации и риска его судебной квалификации в качестве предварительного договора. Помимо обеспечительной функции, использование преддоговорных соглашений выполняет и превентивную функцию – предупреждение претензий и нарушений конфиденциальности.

**Параграф 2.2 «Содержание и особенности реализации прав сторон отношений франчайзинга»** посвящен рассмотрению особенностей различных форм реализации прав сторон в сделках франчайзинга. Так, соблюдение императивных предписаний выражается прежде всего в государственной регистрации предоставления права использования исключительных прав по договорам коммерческой концессии или лицензии. Отмечается, что несмотря на упрощение порядка государственной регистрации, данная процедура остается проблематичной, а ГК РФ по-прежнему содержит пробелы в регулировании данной процедуры. Так, в законе отсутствует указание, в какой срок должно «состояться» предоставление прав, когда они считаются предоставленными, какова судьба договора, по которому предоставление «не состоялось», и, если обязанность по обеспечению регистрации возложена договором на одну из сторон, – какой характер носит нарушение данной обязанности. Наличие указанных пробелов ведет к различного рода злоупотреблениям, в связи с чем обосновывается необходимость установления конкретного срока государственной регистрации предоставления прав, с оговоркой о возможности сторон по обоюдному согласию продлить установленный срок.

Основной формой исполнения договора со стороны франчайзи является уплата установленных договором платежей, вне зависимости от того, какой договор лежит в основе сделки франчайзинга. Рассмотрены факторы, влияющие на размер франчайзинговых платежей, с учетом доктринальных позиций, а также проблема распределения расходов. Отмечается, что российское законодательство не регулирует ситуацию, в которой франчайзи несет дополнительные неоговоренные при заключении договора расходы. Сделан вывод о нецелесообразности регулирования данных отношений в реалиях главы 54 ГК РФ.

Помимо отношений, связанных с интеллектуальными правами, важное значение имеют отношения, опосредующие их использование. Из содержания главы 54 ГК РФ можно четко проследить, что законодатель исключил из императивного регулирования данные отношения. На основании анализа актов международных неправительственных организаций и Американской ассоциации

франчайзинга, сделан вывод, что данные отношения являются ключевыми, отличающими франчайзинг от лицензионных, дистрибьюторских и иных смешанных соглашений. Исходя из изложенного представляется не обоснованным исключение обязательств по оказанию поддержки пользователю из числа предусмотренных ст. 1031 ГК РФ императивных обязанностей.

**В параграфе 2.3 «Прекращение правоотношений франчайзинга: основания и последствия»** рассматриваются общие основания прекращения сделки франчайзинга, расторжение по соглашению сторон, односторонний отказ от исполнения, а также расторжение по требованию одной из сторон. Сделан вывод, что ввиду преобладания лицензионной составляющей в сделке франчайзинга, ее прекращение будет связано именно с прекращением договора, на основании которого предоставляется обязательный минимум исключительных прав. Отмечается, что многие из общих оснований прекращения обязательств не применимы к договорам коммерческой концессии, поскольку основные обязательства сторон по договору имеют различный характер.

При расторжении договора по соглашению сторон необходимо соблюдение письменной формы, а также государственная регистрация. Кроме того, если договор затрагивает интересы третьих лиц, не принимавших участия в его заключении, данные интересы должны учитываться.

Право на односторонний отказ от исполнения договора в силу норм законодательства принадлежит только правообладателю, что является необоснованным. В связи с этим предлагается внести изменения в ст. 1037 ГК РФ, направленные на предоставление пользователю права на отказ от исполнения договора в определенных случаях. В заключение параграфа рассматриваются вопросы охранительных правоотношений после прекращения сделки франчайзинга. Ввиду практически полного отсутствия правового регулирования данного этапа предлагается создание нормативной базы, устанавливающей перечень допустимых мер, реализуемых на стадии после расторжения договора.

**Глава 3 «Правовое регулирование франчайзинга в условиях цифровой экономики»** посвящена особенностям осуществления франчайзинга в контексте цифровизации гражданского оборота.

**В параграфе 3.1 «Заключение сделок по франчайзингу в электронной форме»** исследуются условия и перспективы заключения данных сделок в электронной форме. При этом отмечается, что сам термин «электронная форма» является весьма условным, поскольку согласно действующему законодательству России электронная форма является разновидностью письменной. Ключевой проблемой при заключении сделок с использованием электронных средств является идентификация стороны, выражающей волеизъявление. Основным способом юридической фиксации волеизъявления стороны в электронных сделках по-прежнему является электронная подпись, при этом существуют нормативные требования об использовании усиленной электронной подписи для подачи заявления о регистрации предоставления прав по договорам коммерческой концессии и лицензии. В целях упрощения порядка заключения договоров, опосредующих предоставление исключительных прав в сделках франчайзинга, посредством электронного документа, представляется необходимым внедрение альтернативного электронной подписи способа идентификации стороны.

Во второй части параграфа анализируются перспективы использования смарт-контрактов в сделках франчайзинга. Исследуются доктринальные позиции о природе и сущности смарт контракта. Сделан вывод, что смарт контрактам присущи следующие признаки: а) это соглашение двух или более лиц; б) существование в форме программного кода; в) автоматизированный характер исполнения; г) наличие четко определенного условия, как основания исполнения. Сделан вывод, что в сделках франчайзинга возможна автоматизация расчетов посредством использования смарт-контрактов.

**В параграфе 3.2 «Особенности цифровых элементов в составе франшизы»** рассмотрены объекты, имеющие цифровую природу, права на которые могут быть предоставлены в составе франшизы. Отмечается, что в науке существует неопределенность в определении и толковании цифровых активов для

целей предоставления им правовой охраны. Определение виртуального имущества также является предметом дискуссий. Сделан вывод, что положения главы 54 ГК РФ не устанавливают ограничений на виды предоставляемых объектов, за исключением наименований мест происхождения товаров и фирменных наименований, распоряжение правами на которые запрещено законом. Среди объектов, предусмотренных частью 4 ГК РФ цифровую природу имеют компьютерные программы и базы данных, однако на практике существуют и другие виды коммерчески ценного цифрового имущества – CRM системы, интернет-сайты, доменные имена, мобильные приложения. В дальнейшем в работе детально рассматривается правовой режим указанных объектов. На основании их анализа обосновывается классификация данных объектов по критерию правовой охраны и по критерию юридической конструкции. Также отмечено, что в целях предупреждения споров, возникающих вследствие обязанностей по предоставлению объектов, правовой режим которых не предусмотрен законодательством, в договоре необходимо конкретизировать сущность объекта и способ его предоставления. В отношении объектов, правовой режим которых определяется соглашением с третьими лицами, необходимо предусмотреть условия о разграничении ответственности за нарушение данных соглашений.

**Параграф 3.3 «Правовое обеспечение цифрового франчайзинга»** посвящен определению понятия и сущности цифрового франчайзинга, анализу его зарубежного и отечественного правового режима. Установлено, что концепция цифрового франчайзинга впервые сформировалась в США, и связывается с деятельностью компании OrderUp, осуществляющей деятельность в форме франчайзинга в сфере ресторанной доставки. Анализируя существующие трактовки цифрового франчайзинга можно сделать вывод, что практически все они полностью опускают правовую природу франчайзинга, а признаки, которые выделяют исследователи, применимы практически к любой отрасли электронной коммерции. Отмечено, что цифровой франчайзинг проявляется в двух формах: а) при автоматизации и роботизации бизнес-процессов, посредством использования результатов интеллектуальной деятельности, имеющих цифровую

природу, а также не охраняемых цифровых объектов, имеющих коммерческую, аналитическую или иную ценность, когда права пользования такими объектами предоставляются по договору (включены во франчайзинговый пакет); б) если предпринимательская деятельность франчайзи в соответствии с условиями сделки осуществляется посредством сети Интернет, или непосредственно связана с предоставлением услуг в сети Интернет.

Далее рассмотрена реформа законодательства ЕС, существенно затронувшая интернет-франчайзинг. В частности, рассмотрены нормы, направленные на борьбу с блокировкой доступа к интернет-сайтам по территориальному признаку, регулирование цифровых услуг, нормы, направленные на упрощение трансграничной продажи товаров, в том числе, цифровых. Важным нововведением является запрет на ограничения онлайн продаж, который отделяет виртуальное пространство от реального в вопросах эксклюзивности, применительно к сделкам франчайзинга.

В заключение проведен краткий анализ судебной практики зарубежных стран по вопросу ограничений на осуществление деятельности в сети интернет. Установлено, что в странах ЕС необоснованный запрет или ограничение франчайзером прав франчайзи на реализацию товаров (оказание услуг) посредством сети Интернет носит антиконкурентный характер. Что касается российского права, допустимость ограничительных условий по использованию интернет-сайтов в процессе реализации договора коммерческой концессии, может быть оспорена только в порядке п. 3 статьи 1033 ГК РФ. Основной причиной этому является п. 1 статьи 1235 ГК РФ, устанавливающий необходимость закрепления в договоре способа использования исключительных прав. В связи с этим предлагается внести изменения в положения главы 54 ГК РФ о допустимости реализации пользователем продукции посредством сети Интернет, исключив такое использование из числа «определенных договором способов использования исключительных прав».

### III Заключение

По итогам проведенного исследования поставленная цель достигнута, задачи решены. Разработаны теоретические и практические положения, направленные на совершенствование правового регулирования отношений, возникающих из сделок в сфере франчайзинга. Отдельно выделяется необходимость совершенствования регулирования социального франчайзинга, а также упрощение порядка дистанционного заключения сложных гражданско-правовых сделок, таких как франчайзинг. Сформулированы предложения по совершенствованию норм главы 54 Гражданского кодекса Российской Федерации.

### IV Список работ, опубликованных по теме диссертации

*Публикации в рецензируемых научных изданиях,  
определенных ВАК при Минобрнауки России:*

1. Мазепов, П.Е. О некоторых проблемах заключения трансграничных договоров франчайзинга с применением российского права / П.Е. Мазепов // Юридическая наука. – 2018. – № 4. – С. 34-39. – ISSN 2220-5500.

2. Мазепов, П.Е. Совершенствование правового регулирования франчайзинга в условиях цифровой экономики / П.Е. Мазепов // Право и политика. – 2020. – № 3. – С. 40-55. – ISSN 2454-0706. – Текст : электронный. – DOI 10.7256/2454-0706.2020.3.32430. – URL: [https://nbpublish.com/library\\_read\\_article.php?id=32430](https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=32430) (дата обращения: 12.05.2021).

3. Мазепов, П.Е. К вопросу о расторжении договора коммерческой концессии / П.Е. Мазепов // Проблемы экономики и юридической практики. – 2020. – № 2. – С. 232-236. – ISSN 2541-8025.

4. Мазепов, П.Е. Проблемы регламентации социального франчайзинга в российском законодательстве / П.Е. Мазепов // Юридические исследования. – 2021. – № 5. – С. 16-23. – ISSN 2409-7136. – Текст : электронный. – DOI 10.25136/2409-7136.2021.5.35742. – URL: [https://nbpublish.com/library\\_read\\_article.php?id=35742](https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=35742) (дата обращения: 22.05.2021).

*Публикации в других научных изданиях:*

5. Мазепов, П.Е. Инвестиционные проекты в современном коммерческом обороте / А.М. Сиднева, П.Е. Мазепов // Образование и право. – 2019. – № 2. – С. 98-102. – ISSN 2076-1503.