

УДК 347.7

## **ПРИМЕНЕНИЕ И РАЗВИТИЕ ДОГОВОРА КОММЕРЧЕСКОЙ КОНЦЕССИИ В РОССИЙСКОМ И ЗАРУБЕЖНОМ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВЕ**

**А.А. Еремин**

ФГБОУ ВПО Ульяновский государственный университет

Для России рассматриваемый в статье вид договора является достаточно новым и еще не вполне исследованным институтом гражданского права, и, несмотря на сформировавшуюся судебную-арбитражную практику, существует ряд проблем, в том числе теоретических и правоприменительных, которые требуют разрешения и более четкой регламентации российским законодателем. Таким образом, необходимо не только исследовать положения, изложенные в гл. 54 Гражданского Кодекса Российской Федерации, но и соотнести их с опытом других стран, сформулировать основные базовые определения, используемые этим институтом права, а также проанализировать перспективы правовой регламентации.

***Ключевые слова:** коммерческая концессия, франчайзинг, договор коммерческой концессии, франчайзинговые отношения, регистрация договора коммерческой концессии, российское и зарубежное законодательство.*

В настоящее время во всем мире увеличивается продажа товаров и предоставление различных услуг на условиях франчайзинга. Франчайзинг, как способ организации бизнеса, предполагает создание сети предприятий, занимающихся одним видом деятельности, под единой торговой маркой или товарным знаком, использующие в своей деятельности идентичные маркетинговые приемы, ценовую политику, способы и формы реализации продажи и услуг.

Договор коммерческой концессии - это договор, по которому 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). Это легальное определение закреплено в ст. 1027 Гражданского Кодекса РФ (далее – ГК РФ)<sup>1</sup>. Существует целый ряд отличий по вопросам регу-

---

<sup>1</sup> Гражданский кодекс Российской Федерации. Ч. II от 26 января 1996 г. № 14-ФЗ (ред. от 21.07.2014 № 224-ФЗ) // Собрание законодательства Российской Федерации. 1996. № 5. Ст. 410.

лирования данных договоров в Российской правовой системе и в других странах.

Данный вопрос практически не освещен в научной литературе, исходя из слишком большой вариативности в мировой правовой системе в сфере регулирования договора коммерческой концессии или франчайзинга. Во многом по данным причинам, как нам кажется, создаются различные ассоциации франчайзинга по всему миру, такие как МАФ Международная Ассоциация Франчайзинга (IFA, International Franchise Association), РАФ Российская Ассоциация Франчайзинга, другие организации (Международная Академия Франчайзинга, Британская Ассоциация Франчайзинга), которые выдвигают свои предложения по унификации различных аспектов франчайзинга, для ускорения и упрощения предпринимательских отношений на базе этого договора. Так же эти организации планируют и организуют специальные выставки и конференции по проблемным вопросам, дают объяснения тех или иных положений данного договора для потенциальных франчайзеров (правообладателей) и франчайзи (пользователей).

Весь плюрализм норм права различных государств, не говоря о мнениях ученых и сложившихся методах ведения бизнеса, по средствам франчайзинга, обусловлен неоднородностью развития данного института. На наш взгляд, необходимо рассмотреть некоторые основные вехи развития института франчайзинга в мире. В некоторых случаях происходили заимствования норм, при этом не доскональное изучение их значения приводило к искажению сущности перенимаемых положений.

Отдельные исследователи, например Р.И. Зименкова и В.Б. Кудряшов<sup>2</sup>, связывают начало развития франчайзинга в мировой практике с серединой 20 века. Е.А. Суханов отмечает, что франчайзинг развился «в прошлом веке, в США»<sup>3</sup>. В основном, все правоведы сходятся во мнении, что франчайзинг зародился и стал развиваться в период со второй половины девятнадцатого века, до начала двадцатого. Так, С.А. Сосна и Е.С. Васильева говорят о том, что первой «чистый» франчайзинг в 1863 г. начала практиковать фирма изобретателя знаменитых швейных машинок Й. Зингера<sup>4</sup>.

Обобщая различные мнения, можно утверждать, что франчайзинг или коммерческая концессия для России, в современном виде, наиболее

---

<sup>2</sup> Зименков Р.И., Кудряшова В.Б. Франчайзинг в международной практике // Вестник Академии. 2009. № 1. С. 36.

<sup>3</sup> Гражданское право: учебник в 4 т. Т.4 / под ред. Е.А. Суханова. М.: Волтерс Клувер, 2011. С. 32.

<sup>4</sup> Сосна С.А. [и др.] Франчайзинг: коммерческая концессия. М.: Академкнига, 2005. С. 16.

активно развивался на крупнейших предприятиях США. Организация первой в мире полноценной франчайзинговой системы заслуга фирмы Исаака Зингера<sup>5</sup>. В 1863 году она имела массовое серийное производство швейных машин позволяющее поддерживать самые конкурентные цены, но при этом фирма Зингера не имела налаженной системы сервиса, которая позволила бы организовать обслуживание и ремонт машин на всей территории США. В связи с этим и была создана франчайзинговая система, которая предоставляла независимым фирмам исключительные права продавать и обслуживать швейные машины на определенной территории. Эти первые франшизы, по своей сути, были действующими дистрибьюторскими соглашениями с дополнительными обязанностями франчайзи или дилера обслуживать машины. Первые компании - пользователи договора франшизы, платили гонорар правообладателю, то есть фирме Зингера за каждую проданную швейную машину. Этот вид вознаграждения по договору коммерческой концессии используется и в настоящее время. Так же нельзя не упомянуть «Дженерал Моторс», корпорацию, которая в 1898 стала привлекать независимых дилеров для продажи своей продукции на определенной территории.

В период с 1950 г по начало 90-х гг. в США произошел настоящий рывок в развитии франчайзинга. По оценкам Комитета по малому бизнесу Палаты представителей Конгресса США, в 1990 г. франчайзинг составлял примерно треть объема розничной торговли в США<sup>6</sup>. В США бурному развитию франчайзинга способствовал принятый в 1946 г. Закон о товарных знаках<sup>7</sup>. Благодаря ему предприниматели могли получать дополнительную прибыль за предоставление права использования своего товарного знака другим предпринимателям.

В 1955 году Рэй Крок основал компанию McDonald's System, Inc. По своей сути эта компания является родоначальником франчайзинга в его современном виде, когда вместе с франшизой передается целая система ведения бизнеса, то есть так называемого франчайзинга бизнес формата. Для сравнения, первый договор коммерческой концессии в РФ был зарегистрирован в 1996 году<sup>8</sup>.

---

<sup>5</sup> Манохова С.В. Договор коммерческой концессии: правовые вопросы // Торговля: бухгалтерский учет и налогообложение. 2013. № 10. С. 2.

<sup>6</sup> Богданов А.В. Гражданско-правовое регулирование договора коммерческой концессии в Российской Федерации: автореф. дис. ... канд. юрид. наук. Москва, 2009. С.4.

<sup>7</sup> Зименков Р.И., Кудряшова В.Б. Франчайзинг в международной практике // Вестник Академии. 2009. № 1. С. 37.

<sup>8</sup> Болохов Д.В. Договор коммерческой концессии как правовой способ инвестирования при использовании чужих исключительных прав // Вопросы современной юриспруденции. 2013. № 31. С. 43-47.

Отношения, возникающие на основе договора франчайзинга, с каждым днем становятся все разнообразнее, бизнес не стоит на месте. На сегодняшний день они могут возникать при любой формы собственности франчайзера, о чем говорит опыт Британской государственной железнодорожной корпорации, которая по договору франчайзинга передает рельсы и станции «операторам», договор с ними действует на протяжении 7 лет, после чего проводится тендер на передачу этих прав этому же или другим «операторам»<sup>9</sup>.

Франчайзинг имеет три основных направления развития, по названию франшиз эти направления подразделяются на: франшизу на продажу готового товара, франшизу на производство товара и франшизу на определенный вид деятельности<sup>10</sup>. Основой классификации служит характер производственно-технологических и юридических отношений.

Согласно Решению Европейского Суда № 161 от 28.01.1986 года выделяют 3 разновидности - сбытовой, производственный и сервисный франчайзинг.

Товарный франчайзинг или франшиза на продажу готового товара, подразумевает передачу пользователю права на реализацию товаров, выпускаемых правообладателем под его товарным знаком. Данный вид франчайзинга использует «Кодак».

Производственный франчайзинг или франшиза на производство товара. В этом случае пользователь получает запатентованную технологию производства какой-либо продукции. «Кока-кола» один из ведущих представителей данного направления.

Сервисный франчайзинг, или франшиза на определенный вид деятельности, - способ ведения предпринимательской деятельности, который включает в себя передачу пользователю права открыть на определенной территории собственное предприятие, оказывающее услуги под торговым знаком или знаком обслуживания правообладателя и того же профиля. При этом пользователь обязан вести свой бизнес в соответствии с политикой, диктуемой правообладателем. Данный вид франчайзинга нам хорошо знаком по ресторанам быстрого питания, например «Макдональдс» или «Баскин Роббинс».

Некоторые страны выделяют свои виды франчайзинга. В Италии, например, две разновидности франчайзинга, которые различаются прямым участием правообладателя в капиталовложениях пользователя и отсутствием такого участия. По способу организации в Италии выделяется и «локальный» франчайзинг, который предполагает размещение

<sup>9</sup> Сосна С.А. [и др.] Указ. соч. С.20.

<sup>10</sup> Устюжанин А.А. Зарубежный опыт и российская практика развития франчайзинга: автореф. дис. ... канд. экон. наук. Москва, 2010. С.11.

части структур правообладателя непосредственно в производственных помещениях пользователя<sup>11</sup>.

Что касается непосредственно правового регулирования, то на сегодняшний день оно достаточно разнообразно.

Если говорить об источниках содержащих, нормы права о франчайзинге, то необходимо заметить, что только в трех странах – США, Румынии и Республике Молдова – приняты специальные законы относительно этого вида деятельности<sup>12</sup>. В других странах, в таких как Россия или Франция нормы закреплены в других законодательных актах, таких как Гражданский кодекс, законодательство о предпринимательской деятельности и других<sup>13</sup>.

Л.Т. Ибадов в своей монографии<sup>14</sup> приводит мнение экспертов «Всемирной организации интеллектуальной собственности», в соответствии с которым франчайзинговые отношения достаточно полно регулируются договорным правом и не требуют особого специального законодательства.

Помимо гл. 54 ГК РФ, отношения, вытекающие из договора коммерческой концессии, в России до 2008 года регулировались несколькими нормативно-правовыми актами: приказом Министерства финансов РФ от 12 августа 2005 г. № 105н «О регистрации договоров коммерческой концессии (субконцессии)», приказом Министерства РФ по налогам и сборам от 20 декабря 2002 г. № БГ-3-09/730 «О регистрации договоров коммерческой концессии (субконцессии)». С 1 января 2008 года договоры коммерческой концессии подлежат регистрации только в Федеральной службе по интеллектуальной собственности, патентам и товарным знакам.

По существу можно выделить три варианта, или модели, правового регулирования франчайзинга в мире.

Начнем рассматривать данный вопрос с Американской правовой модели, касающейся франчайзинговых отношений. А.Ф. Багдасарян называет эту модель моделью «совместного правового регулирования»<sup>15</sup>.

---

<sup>11</sup> Устюжанин А.А. Указ. соч. С.16.

<sup>12</sup> Симаева Н.П. Франчайзинг как форма развития предпринимательской деятельности в России: финансово-экономические и правовые аспекты // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 9: Исследования молодых ученых. 2010. № 8-2. С. 103

<sup>13</sup> Опыт франчайзинга в странах Центральной и Юго-Восточной Европы [Электронный ресурс]. Режим доступа <http://franchising.kiev.ua/analytics/434.html>.

<sup>14</sup> Ибадова Л. Т. Финансирование и кредитование малого бизнеса в России: правовые аспекты. Монография. М. : Волтерс Клувер, 2006. С. 4.

<sup>15</sup> Багдасарян А.Ф. Гражданско-правовые проблемы заключения договора коммерческой концессии (франчайзинга): автореф. дис...канд. юрид. наук. Москва, 2008. С. 9.

Она исходит из того, что законодательство федерального уровня закрепляет минимальный объем прав по договору франчайзинга, а законодательство отдельных штатов расширяет его. На государственном уровне действуют два закона. Во-первых, закон 1956 года об автомобильном дилерском франчайзинге, который регулирует отношения между корпорациями, производящими автомобили, и дилерской сетью. Во-вторых, закон 1978 года, в который были внесены поправки в 1994 году о нефтесбытовой рыночной практике. Он гораздо объемнее первого закона и регулирует все отношения между нефтяными корпорациями и непосредственно компаниями, занимающимися розничной торговлей бензином.

Понятие франчайзинга, в правовой системе США содержится в Постановлении № 436 «Требования о раскрытии информации, запретах, касающихся франчайзинга, и благоприятных условиях франчайзинга» от 1978 г., принятого Федеральной торговой комиссией США (ФТК)<sup>16</sup>. В соответствии с ним франчайзинг это длительные коммерческие отношения, возникающие из соглашения, в соответствии с которым:

1. Франчайзи продает другому лицу (но не франчайзеру) товары или оказывает услуги, которые идентифицированы торговой маркой, знаком обслуживания, фирменным наименованием, рекламой или иным коммерческим символом, определяющим фирму-франчайзера; или отвечают стандартам качества, прямо или косвенно предписанным франчайзером; или поставляются франчайзером; или поставляются третьим лицом (поставщиком), с которым франчайзи ведет дело и который прямо или косвенно рекомендован франчайзером и связан с ним.

2. Франчайзи при условии приобретения права на франшизную деятельность или на открытие деятельности в рамках франшизной системы обязан произвести оплату франчайзеру или его филиалу<sup>17</sup>.

Можно сказать, что основной целью всего законодательства США по вопросам франчайзинга является разрешение двух главных спорных вопросов практики данных договоров, а именно: 1) передача информации от франчайзера франчайзи перед заключением договора; 2) основания и последствия расторжения франчайзером договора в одностороннем порядке<sup>18</sup>. То есть по сравнению с Российским законодательством, определение договора франчайзинга играет как бы вспомогательную

---

<sup>16</sup> Устюжанин А.А. Указ. соч. С.18.

<sup>17</sup> Устюжанин А.А. Указ. соч. С.18.

<sup>18</sup> Скрыльников Д.К. Сравнительно-правовой анализ современного законодательного регулирования договора франчайзинга в России и зарубежных странах // Право и современные государства. 2013. № 1. С. 55.

роль, главенствуют же положения о преддоговорных отношениях по передаче информации и законные основания расторжения договора.

Так же к особенностям Американского законодательства о договоре франчайзинга относят огромный удельный вес норм процессуального права<sup>19</sup>.

Схожие черты законодательства РФ и США прослеживаются в вопросах касающихся положений о «добросовестности» отношений. Этот принцип закреплён в Единообразном торговом кодексе США<sup>20</sup> и в ГК РФ, проявляется в следующем: 1) устанавливаются минимальные сроки уведомления другой стороны о досрочном расторжении договора коммерческой концессии или франчайзинга; 2) устанавливается исчерпывающий перечень обстоятельств, в связи с которыми, стороны могут в одностороннем порядке расторгнуть договор; 3) ограничение требований, касающихся сроков договора коммерческой концессии<sup>21</sup>. Некоторые вопросы реализации договора коммерческой концессии невозможно по объективным причинам предусмотреть в гражданско-правовом законодательстве. Именно поэтому по отношению к договору коммерческой концессии принцип добросовестности имеет особое значение<sup>22</sup>.

Подводя итог сравнению двух правовых систем заметим, что в гл. 54 ГК РФ достаточно подробно описывает различные аспекты франчайзинговых отношений, в отличие от законодательства США, которое регулирует далеко не все вопросы, если не сказать что не регулирует даже основные из них.

В США на франчайзинг оказывают влияние законы, напрямую не регулирующие данные отношения. Американские ученые признают основой правовой структуры франчайзинга договор, причем даже в тех его положениях, которые регулируются и контролируются законом.

Вторым объектом рассмотрения для нас станет законодательство о франчайзинге, действующее в рамках Европейского Союза (ЕС). На сегодняшний день в ЕС сложилась модель «совместного «наднационального» правового регулирования»<sup>23</sup>. Принятая модель характеризуется взаимодействием норм внутригосударственного права и «наднационального» права. 30 ноября 1988 года Европейская Комиссия ЕЭС

<sup>19</sup> Сосна С.А. [и др.] Указ. соч. С.32.

<sup>20</sup> Попов А.В. Принцип добросовестности как основополагающее начало договора коммерческой концессии // Образование и право. М., 2013. № 3 (43). С. 227.

<sup>21</sup> Скрыльников Д.К. Сравнительно-правовой анализ современного законодательного регулирования договора франчайзинга в России и зарубежных странах // Право и современные государства. 2013. № 1. С. 58.

<sup>22</sup> Попов А.В. Принцип добросовестности как основополагающее начало договора коммерческой концессии // Образование и право. 2013. № 3 (43). С. 228.

<sup>23</sup> Багдасарян А.Ф. Указ. соч. С. 10.

издала Регламент № 4087/88 регулирующий отношения, вытекающие из договора франчайзинга. До этого времени никакого отдельного законодательства по вопросам франчайзинга не существовало. Решение суда ЕЭС по делу, затронувшему франчайзинговые отношения 1986 года, в котором было решено, что франчайзинг не ограничивает рыночную конкуренцию, послужило концептуальной основой будущего Регламента<sup>24</sup>. Данный Регламент действовал до 1999 г. На сегодняшний день действует новый Регламент № 2790/1999, который не внес существенных изменений в Регламент № 4087/88.

В Европе практически отсутствует внутреннее законодательство о договоре франчайзинга, лишь некоторые положения закреплены в различных нормативно правовых актах. Например, в Великобритании понятие «франчайзинг» определено в Законе «О финансовых услугах» от 1986 г.<sup>25</sup> Под ним понимается такое соглашение сторон, при котором пользователь получает право на ведение бизнеса, от которого он получает доход, пользуясь предоставленными правами на интеллектуальную собственность (дизайн, торговая марка).

Единственным исключением из данного правила является Франция. В этой стране существует так называемый закон Дубена. Закон от 31 декабря 1989 г. № 89-1008 «О развитии коммерческих и кустарных предприятий и улучшении экономических, правовых и социальных условий их функционирования». В нем закреплена обязанность предпродажного раскрытия информации, поскольку этот закон копирует рассмотренное выше постановление ФТК США.

Так же в нем содержится определение франчайзинга. Франчайзинг, по закону Франции, это предоставление одной стороной договора франчайзинга в распоряжение другой торговой марки или имени, с требованием от последней соблюдения в своей предпринимательской деятельности «отношений эксклюзивного или почти эксклюзивного характера»<sup>26</sup>.

В настоящее время единообразному использованию франчайзинга в Европе способствует принятый в 1972 году Европейский Кодекс этики франчайзинга<sup>27</sup>.

В нем закреплены основные положения о франчайзинге-системе маркетинга различной продукции или услуг основанной между независимыми компаниями (как с юридической, так и с финансовой точки зрения). Отмечается, что особенностью является такой элемент фран-

<sup>24</sup> Сосна С.А. [и др.] Указ. соч. С.32.

<sup>25</sup> Устюжанин А.А. Указ. соч. С.18.

<sup>26</sup> Устюжанин А.А. Указ. соч. С.18.

<sup>27</sup> Там же. С. 17.

шизы, как ноу-хау, которое должно отвечать требованиям специфичности, испытанности и передаваемости. Подобные условия отечественная правовая система не предусматривает.

Правовая модель, принятая в РФ, называется моделью «исключительного правового регулирования»<sup>28</sup>. Так как регулирование всех вопросов касающихся договора коммерческой концессии отнесено исключительно к ведению РФ, поскольку франчайзинговое законодательство включено в состав законодательства об интеллектуальной собственности и на основании п. «0» ст. 71 Конституции Российской Федерации относится исключительно к ведению Российской Федерации.

Правовая модель, регулирующая отношения, возникающие из договора коммерческой концессии (франчайзинга) отличается рядом характерных признаков. На основании проведенного анализа можно отметить, что законодательная база по вопросам, касающимся договора франчайзинга, одна из самых проработанных в мире, несмотря на все недочеты. Однако, при ее разработке были допущены такие ошибки, которые не позволили франчайзингу развиваться в России в полной мере. Ученые и практики отмечают целый ряд таких проблем - от несоответствия названия гл. 54 ГК РФ ее содержанию до предусмотренной ст. 1034 субсидиарной ответственности правообладателя по обязательствам пользователя. Явно прослеживается главное отличие Российской модели от моделей мировых - закрытость франчайзинговых предложений. Если в Европе и США существует множество норм (несмотря на всю не проработанность правовой системы) регулирующих именно преддоговорной обмен информацией, то есть обязанность франчайзера (правообладателя) сообщить франчайзи (пользователю) всю достоверную информацию о своем бизнесе, о франчайзинговом опыте и т.д., тем что создается некие дополнительные гарантии для пользователя, то в РФ их просто нет.

Можно сделать вывод о том, что мировая законодательная база, касающаяся договора франчайзинга, неоднородна. Правовое регулирование договора франчайзинга (коммерческой концессии) создает определенные «правила игры» для контрагентов, однако проследить прямую тенденции к развитию или торможению франчайзинговых отношений от предусмотренных норм права, касающихся договора коммерческой концессии, в той или иной стране на сегодняшний день представляется невозможным.

Сравнительный анализ правовых моделей регулирования договора коммерческой концессии стран, где франчайзинговые отношения разви-

---

<sup>28</sup> Багдасарян, А.Ф. Указ. соч. С. 10.

ты лучше, чем в РФ, сформулировал несколько проблемных моментов для нашей правовой системы. Решение этих проблем даст возможность для развития договора коммерческой концессии, как одного из главных инструментов для развития рыночных, торговых, предпринимательских отношений в Российской Федерации.

### **Список литературы**

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. Ч. 2 от 26 января 1996 г. № 14-ФЗ (ред. от 21.07.2014 г. № 224-ФЗ) // СЗ. 1996. № 5. Ст. 410.
2. Багдасарян, А.Ф. Гражданско-правовые проблемы заключения договора коммерческой концессии (франчайзинга): автореф. Дис.... канд. юрид. наук. Москва, 2008. С. 9.
3. Богданов, А.В. Гражданско-правовое регулирование договора коммерческой концессии в Российской Федерации: автореф. дис. ... канд. юрид. наук. Москва, 2009. С.4.
4. Болохов Д.В. Договор коммерческой концессии как правовой способ инвестирования при использовании чужих исключительных прав // Вопросы современной юриспруденции. 2013. № 31. С. 43-47.
5. Гражданское право: учебник в 4 т. Т.4 / под ред. Е.А. Суханова. М.: Волтерс Клувер, 2011. С. 32.
6. Зименков, Р.И., Кудряшова, В.Б. Франчайзинг в международной практике // Вестник Академии. 2009. № 1. С. 36.
7. Ибадова, Л. Т. Финансирование и кредитование малого бизнеса в России: правовые аспекты. Монография. М.: Волтерс Клувер, 2006. С. 4.
8. Манохова, С.В. Договор коммерческой концессии: правовые вопросы // Торговля: бухгалтерский учет и налогообложение. 2013. № 10. С. 4.
9. Опыт франчайзинга в странах Центральной и Юго-Восточной Европы [Электронный ресурс]. Режим доступа <http://franchising.kiev.ua/analytics/434.html>.
10. Попов, А.В. Принцип добросовестности как основополагающее начало договора коммерческой концессии // Образование и право. 2013. № 3 (43). С. 227.
11. Скрьльников Д.К. Сравнительно-правовой анализ современного законодательного регулирования договора франчайзинга в России и зарубежных странах // Право и современные государства. 2013. № 1. С. 55.

12. Симаева, Н.П. Франчайзинг как форма развития предпринимательской деятельности в России: финансово-экономические и правовые аспекты // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 9: Исследования молодых ученых. 2010. № 8-2. С. 103.
13. Сосна, С.А. [и др.] Франчайзинг: коммерческая концессия. М: Академкнига, 2005. С.16.
14. Устюжанин, А.А. Зарубежный опыт и российская практика развития франчайзинга: автореф. дис. ... канд. экон. наук. М., 2010.

**APPLICATION AND DEVELOPMENT OF THE CONTRACT  
OF COMMERCIAL CONCESSION IN THE RUSSIAN  
AND FOREIGN LEGISLATION**

**A.A. Eremin**

Ulyanovsk state university

For Russia the kind of the contract considered in article is new enough and yet not quite investigated institute of civil law, and, despite the generated judicial-arbitration practice, there is a number of problems, including theoretical and law enforcement which demand the permission and more accurate regulation the Russian legislator. Thus, it is necessary not only to investigate the positions stated in chapter 54 of the Civil Code of the Russian Federation, but also to correlate them with experience of other countries, to formulate the basic base definitions exercised by this institute of the right, and also to analyse prospects of a legal regulation.

**Keywords:** *commercial concession, franchising, the contract of commercial concession, franchise relations, registration of the contract of commercial concession, the Russian and foreign legislation.*

*Об авторе*

ЕРЕМИН Александр Александрович – аспирант кафедры гражданского права и процесса ФГБОУ ВПО Ульяновский государственный университет (432048, г. Ульяновск, ул. Сенгилеевская, д. 23), e-mail: lewuskin@mail.ru

Еремин А.А. Применение и развитие договора коммерческой концессии в российском и зарубежном законодательстве // Вестник ТвГУ. Серия: Право. 2014. № 4. С. 73 - 83.