

УДК 34.347

КОММЕРЧЕСКАЯ КОНЦЕССИЯ КАК НОВЕЙШИЙ ИНСТИТУТ В ГРАЖДАНСКОМ ПРАВЕ

Е.А. Амахина

студентка 3 года обучения,

Академия права и национальной безопасности

ЧОУ ВО ЮУ (ИУБиП)

e-mail: lizohkamahina@gmail.com

Научный руководитель

Т.Ю. Кулик,

доцент

кафедры «Гражданско-правовые дисциплины»

Аннотация: В данной статье рассматриваются различные стороны такого новейшего института гражданского права как коммерческая концессия. С каждым годом необходимость в детальном изучении и урегулировании механизма франчайзинга становится все больше и больше. Для создания эффективной экономической системы в государстве необходимо следить за всеми аспектами общественной жизни и делать всё необходимое, что бы гражданин чувствовал себя защищенным и не сомневался в своих силах и возможностях.

Ключевые слова: франчайзинг, финансовая система, франшиза, законодательство, институт права.

COMMERCIAL CONCESSION AS A NEW INSTITUTION IN THE CIVIL LAW

E.A. Amahina

Scientific advisor

T.U. Kulik

Abstract: This article explores the various aspects of the latest institution of civil rights as a commercial concession. Every year the need for a detailed study of the mechanism and the settlement of the franchise is becoming more and more. To create an effective economic system in the country need to monitor all aspects of public life, and to do all that is necessary, that would be a citizen I felt protected, and no doubt in their abilities and capabilities.

Keywords: franchise, the financial system, franchise law, Law Institute.

В современное время происходит ускоренное развитие общественных отношений в различных сферах, в связи, с чем появляется необходимость в

их регламентации с помощью различных правовых норм. Данное утверждение относится к сфере экономических отношений, которые уже складываются между субъектами в процессе осуществления ими экономической деятельности.

После введения с 1 марта 1996 года в действие второй части действующего Гражданского кодекса РФ в российском праве появился новый институт, именуемый коммерческая концессия. [1]

Несмотря на наличие в ГК РФ главы 54, регулирующей подобные отношения, дефиниция концессии, как юридического института отсутствует. В статье 1027 ГК РФ дано только лишь определение договора коммерческой концессии. В различной юридической литературе для определения рыночных отношений подобного рода используются такие термины, как «франчайзинг» и «франшиза». Эти термины являются равнозначными (они равноценны). [2]

История развития франчайзинга начинается в средневековье. [3. С. 94] В Британии король предоставлял всем баронам индивидуальное право собирать налоги на специально отведённых территориях в обмен на предоставление различных услуг. Например, такие, как обязанность предоставлять солдат для постоянной армии. [3. С. 91] Независимым людям, или свободным гражданам городов, было дано разрешение (франшиза) продавать свои товары на территории города на рынках и ярмарках. В наиболее типичной форме франчайзинг проявился в британской системе «связанных домов», которая использовалась пивоварами в 1800-х гг. для поддержания нужного объема продаж. В обмен на предоставленный заем или аренду имущества пивовар получал постоянный двор как рынок сбыта своего пива и спиртных напитков. [4]

Первые элементы современного франчайзинга, который уже известен нам, возникли в США в середине двадцатого столетия. Но самый настоящий бум в его развитии начался в конце 70-х годов XX в., когда антитрестовское законодательство сняло наиболее существенные препятствия. В 1988 году в США насчитывалось уже три тысячи компаний франчайзеров в 45-ти

отраслях экономики, объединявших более 400 тысяч «единиц» франчайзи.
[4]

Коммерческая концессия оказывает существенное влияние на ведение бизнеса и увеличение его существенного значения в развитии экономики государства в целом. Итак, основными преимуществами ведения бизнеса в форме франчайзинга для франчайзи (пользователя) являются:

1. Отсутствие у предпринимателя всесторонних основных и специализированных знаний, преодолеваемое благодаря программе обучения, проводимой франчайзером.

2. Использование имени и репутации, которые уже получили признание у целевого потребителя.

3. На создание предприятия в системе франчайзинга требуется значительно меньше финансовых вложений по сравнению с открытием аналогичного самостоятельного бизнеса.

4. Появляется возможность за умеренную плату использовать результаты широкомасштабных рекламных мероприятий, проводимых франчайзером.

5. Франчайзи, уже являясь владельцем собственного предприятия, в то же время имеет возможность пользоваться услугами и получать постоянную поддержку головной организации.

Рассматривая договор на потребительском уровне, в пользу экономической эффективности франчайзинга свидетельствуют, в первую очередь, результаты статистики. Так, по данным фирмы «Mr. Doors Home Inc», в США после пяти лет деятельности на рынке выживают лишь 23 процента частных предприятий, а после десяти лет их остается лишь 18 процентов. В то время как среди предприятий, работающих по системе франчайзинга, через пять лет распадается только восемь предприятий из 100, а через десять лет – десять из 100.

В современное время данный договор получил широкое распространение и признан самостоятельным объектом правового

регулирования более чем в 90 странах мира, но отдельное системное законодательство о франчайзинге принято только лишь в некоторых из них.

Последнее представляется достаточно спорным для российского права. Договорное право – одна из подотраслей гражданского права. Однако следует отметить, что содержание данного института далеко не исчерпывается нормами, посвященными регулированию договора коммерческой концессии, а также гл. 54 Гражданского кодекса Российской Федерации.

Стоимость франшиз различна и зависит от масштабности распространения предприятия. Так, например, франшиза компании «Лукойл» по цене довольно привлекательна – \$ 25 000, но стоимость создания фирменного дизайна, включая закупку оборудования и ремонтные работы, — от \$20 000 — ограничивает список потенциальных партнеров. Стартовые расходы для открытия ресторана МакДональдс по франшизе в России могут состоять из следующих пунктов: начальный капитал: от 950 тыс. до 1,8 млн долларов (в зависимости от региона); стоимость франшизы МакДональдс: 45 тыс. долларов. В стоимость франшизы Фикс Прайс входит покупка торгового оборудования (400 тысяч рублей), проведение строительно-монтажных работ (от 300 тысяч до 1,5 миллиона), а также наличие оборотного капитала в размере 2 миллионов рублей. Вопросом является заключение подобных договоров государственными или муниципальными заказчиками [5. С. 63].

Каждое предприятие устанавливает дополнительные условия для желающих стать франчайзи. Это может быть карьерный стаж, знания иностранного языка, наличие специального оборудования, персонала и навыков [6. С. 81].

Важным упущением является то, что в современном определении договора коммерческой концессии упущен такой важный элемент, как цель – содействие продвижению на рынке определенного рода товара (работы, услуги). Но несмотря на это, можно сделать однозначный вывод: договор коммерческой концессии – самостоятельный вид договора, который занимает

свое место в системе договоров российского гражданского права. Более того, строго говоря, он – межотраслевой. Его содержание составляют нормы гражданского права и других отраслей, соответственно, как частноправового, так и публично-правового характера.

Библиографический список:

1. Часть вторая Гражданского кодекса РФ введена в действие Федеральным законом от 26 января 1996 года № 15-ФЗ «О введении в действие части второй Гражданского кодекса Российской Федерации» // СЗ РФ. 1996. № 5. Ст.411.
2. Большой юридический словарь / Под ред. А. Я. Сухарева, В. Д.Зорькина, В. Е. Крутских. М.: ИНФРАМ, 1999. С.284.
3. Новосельцев О. В. Оценка коммерческой концессии // Хозяйство и право. 2010. № 3. С. 89–94.
4. Новосельцев О. В. Франчайзинг: история развития, правовое регулирование, оценка // Финансовая газета. 2010. № 18. Цит. по электронной версии, приведенной в компьютерной правовой базе «Гарант».
5. Кулик Т.Ю. Новые способы осуществления государственных закупок // Интеллектуальные ресурсы - региональному развитию. 2016. Т. 2. № 1. С. 63-67.
6. Караблин О.В. Моделирование распространения интеллектуального капитала на основе экспертной оценки // Интеллектуальные ресурсы - региональному развитию. 2016. Т. 1.№1. С. 81-84.