

А. А. Тюкавкин-Плотников¹, К. Д. Юлдашева²

¹ Иркутский государственный университет путей сообщения, г. Иркутск, Российская Федерация

² Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация

СУЩЕСТВЕННЫЕ УСЛОВИЯ ДОГОВОРА ФРАНЧАЙЗИНГА

Аннотация. Исследование существенных условий проводится исходя из близости, но не идентичности договорных конструкций договора франчайзинга и договора коммерческой концессии. Анализируются мнения, высказанные в юридической литературе по поводу содержания существенных условий договора франчайзинга. Изучена законодательное регулирование и судебная практика. Сделан вывод о недопустимости полного отождествления предмета договора с его объектом.

Ключевые слова: гражданское право, франчайзинг, договор франчайзинга, передача интеллектуальных прав.

А.А. Tyukavkin-Plotnikov¹, К. J. Yuldasheva¹

¹ Irkutsk State Transport University, Irkutsk, Russian Federation

² Baikal State University, Irkutsk, Russian Federation

ESSENTIAL TERMS AND CONDITIONS OF THE FRANCHISING AGREEMENT

Annotation. The study of the essential conditions is carried out on the basis of the proximity, but not the identity of the contractual structures of the franchise agreement and the commercial concession agreement. The opinions expressed in the legal literature on the content of the essential terms of the franchise agreement are analyzed. Studied legislative regulation and judicial practice. The conclusion is made about the inadmissibility of complete identification of the subject of the contract with its object.

Keywords: civil law, franchising, franchising agreement, transfer of intellectual rights.

Введение

Существенные условия договора и их место в системе правового регулирования договорных отношений имеют важнейшее значение, поскольку при отсутствии этих условий, договор не будет считаться заключенным. В соответствии с положениями ст. 432 Гражданского кодекса РФ [1] «существенными являются условия о предмете договора, условия, которые названы в законе или иных правовых актах как существенные или необходимые для договоров данного вида, а также все те условия, относительно которых по заявлению одной из сторон должно быть достигнуто соглашение».

Как верно отмечает О. В. Чумакова: «те договорные модели, содержание которых не закреплено в ГК РФ или в других отраслевых источниках, в качестве существенных условий должны содержать только предмет договора, а также иные условия, необходимые для его заключения, но именно предмет договора имеет определяющее значение для признания договора действительным» [2, с. 332]. Поэтому справедливо согласиться с теми учеными, которые считают, что в ст. 432 ГК РФ необходимо закрепить положение о том, что предметом договора являются объекты именно гражданских правоотношений, поскольку это поможет избежать избыточной интерпретации правовой нормы [3, с. 22].

Анализ существенных условий договора франчайзинга

Рассматривая существенные условия договора франчайзинга, следует отметить, что, несмотря на то, что договор франчайзинга официально не закреплен в действующем ГК РФ, а отношения между франчайзером и франчайзи регулируются в правовом поле нормами о договоре коммерческой концессии, следует обратить внимание на существенные условия именно данной, рассматриваемой нами договорной конструкции.

Большинство отечественных цивилистов придерживаются различных точек зрения о существенных условиях договора франчайзинга, рассматривая их в соотношении с договором коммерческой концессии. А. В. Мулль считает, что следует выделять предмет и цену контракта как существенные условия [4, с. 24]. По мнению Е. А. Суханова, в предмет исследуемого договора входят: «комплекс исключительных прав (право на товарный знак и знак обслуживания, право на коммерческое обозначение, секреты производства – ноу-хау); различные формы содействия пользователю со стороны правообладателя»; положения об использовании деловой репутации правообладателя» [5, с. 223].

Основной особенностью подхода Е. А. Суханова является то, что в предмет включены, помимо прочего, и обязанности правообладателя, поскольку в зарубежных странах франчайзер обязан оказывать содействие франчайзи в освоении франшизы, а без такого содействия пользование исключительными правами правообладателя – становится невозможным.

По мнению других исследователей – М. И. Брагинского и В. В. Витрянского, договор концессии, регулируемый главой 54 ГК РФ [6], в качестве существенных условий должен предусматривать не только предмет договора, но и срок, на который он заключается, а также особенности вознаграждения по договору [7]. Это условие содержит главную особенность высказанного ими подхода. Но так как в законодательстве существенные условия коммерческой концессии являются довольно абстрактными, то ученые оставляют вопрос о предмете коммерческой концессии открытым.

В своих отдельных публикациях В. В. Витрянский также неоднократно высказывал суждение о том, что «юридический характер договора франшизы (коммерческой концессии), уже сам по себе означает, что предмет данного договора выходит далеко за рамки использования комплекса исключительных прав. Целью предоставления франшизы является создание сети для продвижения бренда и завоевания рынка» [8]. Эта точка зрения представляется более правильной, поскольку необходимо в предмет данного договора включать отношения между сторонами, поскольку он, в отличие от других договорных конструкций предусматривает тесное сотрудничество сторон.

Таким образом, проанализировав различные точки зрения о природе существенных условий исследуемого договора, следует выделить среди них предмет, объем предоставляемых прав и обязанности сторон.

Однако необходимо рассмотреть особенности существенных условий с позиции законодателя, а также с позиции судов, рассматривающих спорные дела, связанные с условиями договора франчайзинга.

В главе 54 ГК РФ предусмотрены следующие существенные условия:

1) Предмет договора.

Статья 1027 ГК РФ предусматривает в качестве предмета договора «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)».

Суды различных инстанций, рассматривая споры, возникающие из предмета договора, исходят из того, что в комплекс передаваемых прав должны входить:

–право на коммерческое обозначение;

–право на коммерческую информацию – секрет производства (ноу-хау);

–одно или несколько исключительных прав, которые могут вытекать из прав на изобретения, промышленные образцы, полезные модели, программы для ЭВМ и т.д.

–право на использование товарного знака.

По поводу последнего пункта на практике чаще всего возникает огромное количество разногласий. Однако в Определении Верховного суда РФ от 11 апреля 2019 г. № 305-ЭС19-3227 содержится положение о том, что товарный знак обязательно должен входить в предмет договора коммерческой концессии, так как в случае отсутствия прав на товарный знак делает невозможным регистрацию его прав Роспатенте, а значит такой договор будет являться лицензионным договором [9].

Многочисленные споры, как в теории, так и на практике, вызывают особенности отождествления объекта договора с его предметом, поскольку многие современные исследователи не видят каких-либо четких различий между этими правовыми категориями [10, с. 33]. Однако многие цивилисты выступают против такого отождествления.

По мнению некоторых исследователей, объект договора может стать его предметом только в том случае, если это закреплено самим договором [11, с. 9]. Интересную мысль в своем исследовании высказал Н. А. Табаров. По мнению ученого, объект может носить комплексный характер, но только в случае на его точное указание в договоре, а таковыми

объектами могут выступать товарный знак и знак обслуживания как основа договора франчайзинга [12, с. 132].

Мы считаем, что нецелесообразно в качестве объектов признавать только товарные знаки и знаки обслуживания, поскольку договор будет иметь лишь ограниченное значение. К объекту договора следует причислять и коммерческое обозначение, поскольку оно чаще всего и используется в договоре франчайзинга, и секрет производства. Причем данное положение уже нашло отражение в ст. 1027 ГК РФ, и оспаривать его – бессмысленно. Поэтому стороны сами должны определять, какой из объектов будет являться предметом договора: коммерческое обозначение или товарный знак (знак обслуживания) или оба объекта одновременно.

В судебной практике нередко встречаются случаи, когда стороны, не понимая характера коммерческой концессии, заключают такой договор, а затем добиваются судебной защиты своих прав, но этот договор, как уже раскрывалось в первой главе работы, легко спутать с лицензионным договором, и суды такие требования не удовлетворяют.

Так, Столповская Н. Б. обратилась в суд с иском к ООО «УК Мультистория» о взыскании неосновательного обогащения, процентов за пользование чужими денежными средствами, указав в обоснование заявленных требований, что между ней и ответчиком велись переговоры о заключении договора коммерческой концессии (франчайзинга) мастерских мультфильмов «Мультистория», в соответствии с рекламой, размещенной на официальном сайте ответчика. Переговоры велись путем переписки и телефонных переговоров. В соответствии с представленным ей проектом договора ею на карту генерального директора ООО «УК Мультистория» было перечислено 239000 руб. посредством платежной системы Сбербанк-онлайн. Форма договора не соответствует требованиям действующего законодательства, ответчик не являлся правообладателем какого-либо исключительного права или секрета производства.

ООО «УК Мультистория» обратилось в суд со встречным иском к Столповской Н.Б. о признании договора заключенным, взыскании задолженности по договору, неустойки, указав в обоснование своих требований, что между ООО «УК Мультистория» и Столповской Н.Б. заключен лицензионный договор, по которому Управляющая компания обязалась передать Столповской Н.Б. ноу-хау и коммерческий опыт в сфере оказания услуг, связанных с проведением тренингов для детей по мультипликации и созданию детьми мультфильмов в мастерской мультфильмов «Мультистория»), передать стандарты и материалы, необходимые для реализации бизнес - системы, а также оказать Столповской Н.Б. услуги по сопровождению

предпринимательской деятельности в порядке, предусмотренном договором.

Суд определил, что рассматриваемый договор регулируется положениями глав 69 и 75 ГК РФ о лицензионном договоре. При этом законодательство не предусматривает государственную регистрацию исключительного права на секрет производства (ноу-хау), следовательно, переход данного права, а также передача этого права для использования также не подлежит государственной регистрации. Сторонами лицензионного договора могут являться как физические, так и юридические лица, в связи с чем доводы Столповской Н.Б. о незаключенности договора со ссылкой на положения статьи 1027 и 1028 ГК РФ суд находит необоснованными, поскольку рассматриваемый договор не является договором коммерческой концессии и находится вне поля правового регулирования указанных норм.

На основании изложенного, поскольку лицензионный договор является действующим и соответствующим закону, основания для взыскания с ООО «УК Мультистория» неосновательного обогащения и процентов за пользование чужими денежными средствами отсутствуют, в связи с чем суд приходит к выводу об отказе в удовлетворении первоначальных исковых требований Столповской Н.Б. к ООО «УК Мультистория». Встречные исковые требования Общества с ограниченной ответственностью «Управляющая компания Мультистория» к Столповской Н.Б. о признании договора заключенным, взыскании задолженности по договору, неустойки – удовлетворить [13].

Считаем, что предмет договора не следует полностью отождествлять с его объектом, так как в предмет входят указания о действиях, которые должны исполнить стороны договора, а объектом договора является комплекс исключительных прав, разрешение на использование которых закрепляется заключенным договором.

2) Объем используемых прав.

В договоре может быть установлен как минимальный, так и максимальный комплекс передаваемых прав, согласно ч. 2 ст. 1027 ГК РФ. Полное содержание передаваемого комплекса законодателем не раскрывается. Но, по мнению многих исследователей, максимальный комплекс прав включает в себя все те права, которые предусмотрены ГК РФ или договором, и не противоречат положениям действующего законодательства [14, с. 12]. Но в том или ином случае объем прав должен быть обязательно согласован, иначе при возникновении споров сторонам не удастся избежать судебных разбирательств.

В соответствии с положениями п. 1 ст. 1031 ГК РФ, «правообладатель обязан передать пользователю техническую и коммерческую документацию и предоставить иную информацию, необходимую пользователю для осуществления прав,

предоставленных ему по договору коммерческой концессии, а также проинструктировать пользователя и его работников по вопросам, связанным с осуществлением этих прав». Получается, что данная часть исследуемой нормы носит императивный характер, поскольку не оставляет правообладателю выбора изменить круг его обязанностей.

Вторая же часть исследуемой статьи допускает возможность диспозитивного выбора объема обязанностей правообладателя. Пункт 2 ст. 1031 ГК РФ содержит положение о том, что «правообладатель обязан оказывать пользователю постоянное техническое и консультативное содействие, если договором не предусмотрено иное». Получается, что в первом случае правообладатель обязан передать права, документацию и информацию, проинструктировать пользователя при заключении самого договора. А во втором случае – оказывать после заключения договора содействие. Но, как правило, правообладатель старается исключить данный пункт из договора, чтобы снять с себя бремя ответственности, а пользователь попадает в неравное положение, так как не имеет возможности попросить содействия по договору. Встречаются в судебной практике и такие ситуации, когда правообладатель обязуется оказывать содействие путем консультации, обучения и т.д., но по факту этого не осуществляет.

Так, Данилов Я.В. обратился в суд с иском к ИП Бармотину С.П. о признании договора коммерческой концессии недействительным, в обоснование которого указал, что между ним и ответчиком на основании достигнутого устного соглашения был заключен договор франшизы.

Согласно п. 1.4. договора за право использования комплекса исключительных прав, пользователь был обязан выплатить вознаграждение в размере 67 000 рублей, а также 2 500 рублей ежемесячных отчислений на маркетинг и рекламу.

Истец со своей стороны оплатил вознаграждение в полном объеме.

После получения вознаграждения со стороны ответчика не последовало никаких действий по обучению и по предоставлению технической поддержки. Не пришло ни одного потенциального клиента, который по факту сделал бы покупку. При этом в соответствии с п.2.1. правообладатель принял на себя обязательства по обеспечению пользователя обращениями от потенциальных клиентов на покупку автозапчастей в количестве не менее 117 в месяц.

Оценивая представленный суду договор, исходя из изложенных в нём условий, суд приходит к выводу о том, что между сторонами заключен договор коммерческой концессии, сторонами которого являются ИП Бармотин С.П. и физическое лицо Данилов Я.В.

Ответчиком доказательств того, что с его стороны совершались какие-либо

действия, направленные на фактическое исполнение принятых на себя обязательств по договору, заключенному с истцом, суду не представлено.

Принимая во внимание установленные обстоятельства, суд приходит к выводу о том, что денежные средства в рамках исполнения договора коммерческой концессии являются неосновательным обогащением в силу недействительности ничтожной сделки и должны быть возвращены истцу, посредством взыскания с ответчика [15].

Для того, чтобы минимизировать возможные риски для сторон, избежать различных споров и обращений в судебные органы – целесообразно исключить из п.2. ст. 1031 ГК РФ положение «если договором коммерческой концессии не предусмотрено иное», а оставить положение «правообладатель обязан ...».

Норма, регулирующая обязанности пользователя, содержится в ст. 1032 ГК РФ. Согласно ее правовым положениям, в обязанности пользователя входит исполнение прав, реализуемых правообладателем, к которым относится: «использование товарного знака, знака обслуживания коммерческое обозначение либо другое средство индивидуализации правообладателя, в предусмотренном договоре условиях и образом, обеспечение соответствия качества товаров, а также оказываемых услуг, качеству товаров и услуг, не разглашение секретов производства (ноу-хау), а также иную полученную в результате заключения договора конфиденциальной коммерческой информации».

Обязанности также являются существенным условием договора, поскольку их круг может быть ограничен самими условиями, и содержать не весь перечень обязанностей, закрепленных в указанных статьях ГК РФ.

3) Вознаграждение – его форма и размер.

Договор франчайзинга является возмездным, так как одним из его условий выступает объем получаемых вознаграждений за предоставление исключительных прав на объект.

Согласно ст. 1030 ГК РФ, стороны сами вправе выбрать одну из указанных в законе форм выплаты вознаграждения: «вознаграждение по договору коммерческой концессии может выплачиваться пользователем правообладателю в форме фиксированных разовых и (или) периодических платежей, отчислений от выручки, наценки на оптовую цену товаров, передаваемых правообладателем для перепродажи, или в иной форме, предусмотренной договором».

Положительным и неоспоримым фактом является то, что Федеральным законом от 18 июля 2011 г. № 216-ФЗ «О внесении изменений в часть вторую Гражданского кодекса Российской Федерации» [16] законодатель вполне разумно и обоснованно предоставил сторонам право выбора формы и объема платежей по договору коммерческой концессии,

наделив их свободой по исполнению этого условия договора. Вместе с тем, некоторые противоречия между сторонами вызывают особенности уплаты паушального взноса и роялти.

В литературе под паушальным взносом понимается единовременный платеж, который выплачивается франчайзеру за выход на рынок под его торговым знаком. Роялти – периодические (чаще всего – ежемесячные) отчисления за право пользования исключительными правами правообладателя. Роялти бывают нескольких видов: процентные (зависят от выручки), фиксированные (от выручки не зависят), смешанные (устанавливаются по соглашению сторон) [17, с. 321].

Сегодня многие компании, особенно небольшие, предлагая франшизу, заманивают пользователей условием освобождения от паушального взноса. Но такие правообладатели с одной стороны, подвергают себя риску, так как изначально несут расходы на обеспечение себя новыми соглашениями с пользователями. А как поведет себя пользователь, будет ли он реализовывать франшизу – остается неизвестным. С другой стороны, пользователь, которому необходимо внести паушальный взнос, подвергает себя риску «прогореть» на этом бизнесе, поскольку вместе с уплатой вознаграждения правообладателю, ему приходится закупать техническое оборудование, нанимать работников, закупать продукцию для реализации и т.д.

Наиболее оптимальным вариантом, как кажется, является выплата периодических платежей за пользование франшизой, так как риски при таких выплатах менее серьезные, позволяют удовлетворить интересы обеих сторон и обеспечить длительные взаимовыгодные отношения.

4) Срок.

Согласно положениям ст. 1027 ГК РФ «договор коммерческой концессии заключается на определенный срок или без указания срока».

По мнению большинства исследователей, срок не может выступать существенным условием договора, поскольку законодатель предусмотрел и оговорку насчет конкретного его указания [18, с. 51].

Напротив, Российская ассоциация франчайзинга в своем Кодексе этики, нормы которого применяются и к договору коммерческой концессии, установила, что срок обязательно должен быть оговорен и закреплен сторонами договора франчайзинга для того, чтобы франчайзи за его период действия, смог окупить свои издержки на покупку франшизы. Отсутствие условия о сроках в договоре ставит стороны в неравное положение, а значит, не соответствует принципу равенства и принципу добросовестности сторон [19].

Но в то же время следует сослаться и на норму ст. 1037 ГК РФ, которая устанавливает, что «каждая из сторон договора коммерческой концессии, заключенного без указания срока его действия, во всякое время вправе отказаться от договора, уведомив об этом другую сторону за шесть месяцев, если договором не предусмотрен более продолжительный срок».

Получается, что срок не может являться существенным условием договора, поскольку его правовое регулирование закреплено отдельными нормами закона. Но в то же время, исключительные права сопровождаются на них наличием охранных документов. Если в период действия договора коммерческой концессии, особенно заключенного без указания срока, заканчивается срок действия охранных документов, то исполнение договора не имеет дальнейшего смысла для сторон, так как теряется самое существенное условие договора – предмет. Поэтому, чтобы избежать негативных последствий для сторон, необходимо при заключении договора обращать внимание и на срок действия охранных документов.

Заключение

Таким образом, подводя итог изложенному, следует отметить, что вопрос о существенных условиях договора франчайзинга через призму договора коммерческой концессии в российской теории и практике – не разрешен. До сих пор не сформировалось единой точки зрения о том, что конкретно следует относить к существенным условиям договора.

Исходя из положений законодательства, судебной практики и некоторых теоретических исследований, можно отметить, что самым основным существенным условием договора коммерческой концессии, как и франчайзинга – является его предмет, который до сих пор нуждается в более детальной конкретизации, поскольку его часто необоснованно отождествляют с объектом договора, хотя он может только входить в предмет. Вознаграждение, права, а также объем передаваемых прав являются бесспорными существенными условиями, так как их объем может быть в каждом заключаемом договоре – отличен, и стороны сами конкретизируют данные условия.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть первая от 30 ноября 1994 г. № 51-ФЗ // Собрание законодательства РФ. 1994. № 32. Ст. 330.
2. Чумакова О. В. Система способов защиты прав участников договорных отношений // *Matters of Russian and International Law*. 2020, Vol. 10. С. 332-334.
3. Выборнова Е. С. Предмет гражданско-правового договора : монография. 2-е изд. Москва : Издательство Юрайт, 2019. 220 с.

4. Муль А. Соотношение договора коммерческой концессии и договора франчайзинга в гражданском праве РФ // Вопросы современной юриспруденции. 2017. № 1. С. 23-25.
5. Российское гражданское право: Учебник: В 2-х томах. Том I. Общая часть. Вещное право. Наследственное право. Интеллектуальные права. Личные неимущественные права / Отв. ред. Е.А. Суханов. М : Статут, 2011. 480 с.
6. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть вторая от 26 января 1996 г. № 14-ФЗ // Собрание законодательства РФ. 1996. № 5. Ст. 410.
7. Брагинский М. И., Витрянский В. В. Договорное право: общие положения: монография. Москва : Статут, 2020. 848 с.
8. Витрянский В. В. Реформа российского гражданского законодательства: промежуточные итоги: монография Москва : Статут, 2018. 528 с.
9. Определение Верховного Суда РФ от 11 апреля 2019 г. № 305-ЭС19-3227 [Электронный ресурс] // СПС «Консультант Плюс». Документ опубликован не был.
10. Юрицин А. А. Франчайзинг и договор коммерческой концессии: итоги и перспективы правового регулирования. М : Юстицинформ, 2018. 264 с.
11. Кувшинова Д. Н. Объекты договора коммерческой концессии // Вестник науки. 2019. № 1. С. 9-12.
12. Табаров Н. А. Гражданско-правовое регулирование предоставления исключительных прав по договору коммерческой концессии: дисс. ... канд. юрид. наук: 12.00.03. Душанбе, 2015. 157 с.
13. Решение № 2-1203/2018 от 11 сентября 2018 г. Ленинский районный суд г. Томска [Электронный ресурс]. URL: <https://sudact.ru/> (дата обращения: 12.05.2021).
14. Бондаренко Д. П. Правовое регулирование договора коммерческой концессии в российском праве: дисс. ... канд. юрид. наук: 12.00.03. Москва, 2013. 169 с.
15. Решение № 2-1292/2019 от 4 июля 2019 г. Куйбышевский районный суд г. Иркутска [Электронный ресурс]. URL: <https://sudact.ru/> (дата обращения: 12.05.2021).
16. О внесении изменений в часть вторую Гражданского кодекса Российской Федерации : Федеральный закон от 18 июля 2011 г. № 216-ФЗ // Собрание законодательства РФ. 2011. № 30 (Часть 1). Ст. 4564.
17. Райзберг Б. А., Лозовский Л. Ш. Современный экономический словарь. М : Инфра-М, 2021. 677 с.
18. Никитина А. И., Запорожец С. А. Правовая специфика элементов договора коммерческих концессий // Актуальные вопросы права, экономики и управления: сборник статей XI Международной научно-практической конференции. В 3 ч. Ч. 3. Пенза : МЦНС «Наука и Просвещение», 2017. С. 51-54.
19. Кодекс этики Российской Ассоциации Франчайзинга [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rusfranch.ru/about/> (дата обращения: 19.05.2021).

REFERENCES

1. Civil Code of the Russian Federation. Part one of November 30, 1994, No. 51-FZ // Collected Legislation of the Russian Federation. 1994. No. 32. Art. 330.
2. Chumakova OV System of ways to protect the rights of participants in contractual relations // Matters of Russian and International Law. 2020, Vol. 10.S. 332-334.
3. Vybornova E. S. Subject of civil law contract: monograph. 2nd ed. Moscow: Yurayt Publishing House, 2019.220 p.
4. Mull A. Correlation between a commercial concession agreement and a franchising agreement in civil law of the Russian Federation // Questions of modern jurisprudence. 2017. No. 1. P. 23-25.
5. Russian civil law: Textbook: In 2 volumes. Volume I. General part. Real right. Inheritance law. Intellectual rights. Personal non-property rights / Отв. ed. E.A. Sukhanov. М: Statut, 2011.S. 223.

6. Civil Code of the Russian Federation. Part two of January 26, 1996, No. 14-FZ // Collected Legislation of the Russian Federation. 1996. No. 5. Art. 410.
7. Braginsky MI, Vitryansky VV Contract law: general provisions: monograph. Moscow: Statute, 2020.848 p.
8. Vitryansky V. V. Reform of Russian civil legislation: intermediate results: monograph Moscow: Statute, 2018.528 p.
9. Determination of the Supreme Court of the Russian Federation dated April 11, 2019 No. 305-ES19-3227 [Electronic resource] // SPS "Consultant Plus". The document has not been published.
10. Yuritsin AA Franchising and a commercial concession agreement: results and prospects of legal regulation. M: Justicinform, 2018.264 p.
11. Kuvshinova DN Objects of the commercial concession agreement // Bulletin of science. 2019.No. 1.P. 9-12.
12. Tabarov NA Civil legal regulation of the granting of exclusive rights under a commercial concession agreement: diss. ... Cand. jurid. Sciences: 12.00.03. Dushanbe, 2015.157 p.
13. Decision No. 2-1203 / 2018 of September 11, 2018 Leninsky District Court of Tomsk [Electronic resource]. URL: <https://sudact.ru/> (date of access: 12.05.2021).
14. Bondarenko DP Legal regulation of a commercial concession agreement in Russian law: diss. ... Cand. jurid. Sciences: 12.00.03. Moscow, 2013.169 p.
15. Decision No. 2-1292 / 2019 of July 4, 2019 Kuibyshevsky District Court of Irkutsk. URL: <https://sudact.ru/> (date of access: 12.05.2021).
16. On amendments to part two of the Civil Code of the Russian Federation: Federal Law of July 18, 2011 No. 216-FZ // Collected Legislation of the Russian Federation. 2011. No. 30 (Part 1). Art. 4564.
17. Raizberg BA, Lozovsky L. Sh. Modern economic dictionary. M: Infra-M, 2021.677 p.
18. Nikitina AI, Zaporozhets SA Legal specifics of elements of a commercial concession agreement // Actual questions of law, economics and management: a collection of articles of the XI International scientific and practical conference. At 3 o'clock, Part 3. Penza: ICNS "Science and Education", 2017, pp. 51-54.
19. Code of Ethics of the Russian Association of Franchising [Electronic resource]. URL: <https://www.rusfranch.ru/about/> (date of access: 19.05.2021).

Информация об авторах

Тюкавкин-Плотников Алексей Александрович, кандидат юридических наук, доцент, заведующий кафедрой «Таможенного дела и правопедения» Иркутского государственного университета путей сообщения, г.Иркутск, e-mail: tyukavkin@mail.ru.

Юлдашева Камилла Джамшидовна, магистрант, Байкальский государственный университет, e-mail: 685191@mail.ru

Authors

Tyukavkin-Plotnikov Aleksey Aleksandrovich, Candidate of Legal Sciences, Associate Professor, Head of the Department of Customs and Jurisprudence, Irkutsk State Transport University, Irkutsk, e-mail: tyukavkin@mail.ru.

Yuldasheva Kamila Jamshidovna, undergraduate, Baikal State University, e-mail: 685191@mail.ru

Для цитирования

Тюкавкин-Плотников А. А., Юлдашева К. Д. Существенные условия договора франчайзинга [Электронный ресурс] // Молодая наука Сибири: электрон. науч. журн. – 2021. –

№ 2. – Режим доступа: <https://mnv.irknps.ru/toma/212-2021>, свободный. – Загл. с экрана. – Яз. рус., англ. (дата обращения: 30.07.2021).

For citation

Tyukavkin-Plotnikov A. A., Yuldasheva K J. Essential terms and conditions of the franchising agreement // Young science of Siberia: electronic scientific journal, 2021, No. 2. Access mode: <https://mnv.irknps.ru/toma/212-2021>, free. Title from the screen. Languages: Russian, English [appeal date: 30.07.2021].