

DOI: 10.17803/1994-1471.2021.131.10.093-100

К. К. Джинджолия\*

## Правовая природа и применение коммерческой концессии и франчайзинга в государствах — членах Евразийского экономического союза

**Аннотация.** С каждым годом субъекты экономической деятельности в государствах — членах Евразийского экономического союза, в том числе российские предприниматели, всё чаще используют для ведения своей деятельности франчайзинговые договорные отношения. Представляется, что в законодательстве зарубежных стран франчайзинг выступает аналогом российского договора коммерческой концессии. Эту модель отношений можно упрощенно охарактеризовать как один из способов компании, имеющей безусловный успех в определенной сфере, узнаваемую, известную торговую марку, предоставить другим предпринимателям право на ведение бизнеса под торговой маркой компании на условиях, установленных договором. В статье обращено внимание на то обстоятельство, что в России коммерческая концессия отлична от идентичного договора в других странах. В данной работе автором была определена правовая природа коммерческой концессии в государствах — членах Евразийского экономического союза, проанализированы некоторые проблемы применения франчайзинговой модели организации бизнеса в Российской Федерации и за рубежом, предложены отдельные изменения действующего законодательства.

**Ключевые слова:** предпринимательская деятельность; франчайзинг; коммерческая концессия; бизнес; правовая природа; экономическая деятельность; исключительное право; договор; исполнение договора; предмет договора; государства — члены Евразийского экономического союза; защита прав.

**Для цитирования:** Джинджолия К. К. Правовая природа и применение коммерческой концессии и франчайзинга в государствах — членах Евразийского экономического союза // Актуальные проблемы российского права. — 2021. — Т. 16. — № 10. — С. 93–100. — DOI: 10.17803/1994-1471.2021.131.10.093-100.

### The Legal Nature and Application of Commercial Concession and Franchising in the Eurasian Economic Union Member States

Kama K. Dzhindzholiya, Postgraduate Student, Department of Entrepreneurial and Corporate Law, Kutafin Moscow State Law University (MSAL)  
ul. Sadovaya-Kudrinskaya, d. 9, Moscow, Russia, 125993  
kamadk@gmail.com

**Abstract.** Every year, participants of the economic activity in the member states of the Eurasian Economic Union, including Russian entrepreneurs, increasingly use franchise relations to conduct their activities. It seems that in the legislation of foreign countries, franchising acts as an analogue of a commercial concession agreement in Russia. This model can be simplified as one of the ways for a company that has unconditional success in a certain area, and a recognizable, well-known trademark to provide other entrepreneurs with the right to conduct business

---

© Джинджолия К. К., 2021

\* Джинджолия Кама Климентьевна, аспирант кафедры предпринимательского и корпоративного права Московского государственного юридического университета имени О.Е. Кутафина (МГЮА)  
Садовая-Кудринская ул., д. 9, г. Москва, Россия, 125993  
kamadk@gmail.com

under the company's trademark on the terms stipulated under the contract. The paper draws attention to the fact that in Russia a commercial concession is different from an identical agreement in other countries. In this work, the author has determined the legal nature of the commercial concession in the Eurasian Economic Union member states, analyzed some problems of applying the franchising model of business organization in the Russian Federation and abroad, and proposed some changes in the current legislation.

**Keywords:** entrepreneurial activity; franchising; commercial concession; business; legal nature; economic activity; exclusive right; contract; execution of the contract; subject of the contract; member states of the Eurasian Economic Union; protection of rights.

**Cite as:** Dzhindzholiya K.K. Pravovaya priroda i primeneniye kommercheskoy kontsessii i franchayzinga v gosudarstvakh — chlenakh Evraziyskogo ekonomicheskogo soyuza [The Legal Nature and Application of Commercial Concession and Franchising in the Eurasian Economic Union Member States]. *Aktual'nye problemy rossijskogo prava*. 2021;16(10):93-100. DOI: 10.17803/1994-1471.2021.131.10.093-100. (In Russ., abstract in Eng.).

В Гражданском кодексе Российской Федерации<sup>1</sup> понятие «договор коммерческой концессии» было закреплено в 1996 г. в гл. 54. Однако закрепившиеся в предпринимательской деятельности понятия «франчайзинг», «франшиза», «коммерческая концессия» определяют постановку вопроса о возможности и правильности применения данных категорий в правоотношениях при использовании франчайзинговой модели организации бизнеса. Следует обратить особое внимание на то, что данный правовой механизм применяется и в международных торговых отношениях. Представляется, что существенные различия в трактовке вышеуказанных изучаемых терминов могут повлечь значительные неблагоприятные последствия (экономические потери, судебные тяжбы, утрата статуса организации и др.).

Необходимо особо отметить, что коммерческая концессия, на наш взгляд, применима преимущественно для крупного капитала и бизнес-сообщества, она может быть реализована именно в сфере макроэкономических процессов, а также при реализации среднего и мелкого предпринимательства на пути расширения бизнес-проектов, в том числе и в государствах — членах Евразийского экономического союза.

В доктрине предпринимательского права небезосновательно определено, что «договорное регулирование предпринимательской деятель-

ности характерно как для крупной организации бизнес-процессов, так и при осуществлении предпринимательской деятельности субъектами малого и среднего предпринимательства»<sup>2</sup>. Полагаем, что договор коммерческой концессии — это один из широко применяемых в предпринимательстве видов обязательственных правоотношений, возникающих по поводу предоставления доступа к информации и использования комплекса прав путем их передачи для использования в экономических целях.

Следует обратить особое внимание на законодательное регулирование франчайзинговой модели организации бизнеса и соотношение договора франчайзинга и договора коммерческой концессии в государствах — членах Евразийского экономического союза. Договор коммерческой концессии получил свое отражение в ГК РФ. Эта договорная форма является одной из поименованных, чего нельзя сказать о международном договоре франчайзинга. Однако именно этому способу построения договорных отношений уделяется большое внимание во многих зарубежных странах. Профессор А. Н. Левушкин обоснованно указывает, что «предпринимательские договоры как правовые формы деятельности субъектов предпринимательского права определяют направление их воли, поведение, а в конечном итоге и правовой результат в сфере предпринимательства»<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 31.07.2020) // СЗ РФ. 1994. № 32. Ст. 3301.

<sup>2</sup> Левушкин А. Н. Договоры в предпринимательской деятельности : учебник. М. : Проспект, 2021. С. 29.

<sup>3</sup> См.: Левушкин А. Н. Указ. соч. С. 29.

Вопрос о соотношении понятий «франчайзинг» и «франшиза» остается открытым. В части 1 ст. 1027 ГК РФ применяется термин «коммерческая концессия». Однако в Российской Федерации рассматривался законопроект «О франчайзинге». Сопоставляя определения «франчайзинг» в проекте федерального закона и «коммерческая концессия» в ГК РФ, можно выявить ряд различий. Соответственно, совершенно справедливо существует мнение о том, что применение термина «договор коммерческой концессии (франчайзинг)» не является единственным.

Полагаем, что в условиях интенсивно развивающегося рыночного оборота институт коммерческой концессии доказал свою жизнеспособность, данный институт является приоритетным направлением юридической науки и практики. При этом, анализируя опыт зарубежных предпринимателей в области франчайзинговых отношений, можно сделать вывод о проведении более тщательного исследования и контроля в области франчайзинга. Франчайзинговые отношения за рубежом весьма подробно урегулированы, тогда как в российской правовой системе рассматриваемые отношения не урегулированы надлежащим образом. Однако применяется коммерческая концессия как договорная модель организации бизнеса.

По результатам исследований, проведенных Международной ассоциацией франчайзинга (МАФ), в различных сферах услуг в мире будет с каждым годом выделяться всё больше и больше рыночных ниш и механизмов и, соответственно, новых франчайзинговых специализаций.

Статья 1027 ГК РФ закрепляет определение коммерческой концессии, по которому данный договор регулирует отношения, связанные с использованием одним лицом исключительных прав, принадлежащих другому лицу.

Анализируя законодательство государств — членов ЕАЭС, в частности нормы права Республики Беларусь, следует обратиться к ст. 910 Гражданского кодекса Республики Беларусь,

которая характеризует франчайзинговую модель организации бизнеса с точки зрения правовой природы в качестве системы юридических действий. Это, конечно, договорная модель, согласно которой правообладатель передает пользователю совокупность прав и устанавливает обязанности, в том числе возможность реализации в правоприменительном процессе фирменного наименования, секретов производства, а также других результатов интеллектуального труда.

Необходимо помнить, что «охрана правомочий субъектов предпринимательской деятельности определена на международном и государственном уровне законодательного регулирования, что вполне оправданно»<sup>4</sup>. Различное правовое регулирование получилось из-за отсутствия единой терминологии. В России данный термин появился в проекте ФЗ «О франчайзинге» в 2014 г., но статья 1027 ГК РФ использовала термин «коммерческая концессия».

Итак, необходимо определиться с законодательным регулированием данных договорных конструкций. Представляется возможным допустить, что рассматриваемые договорные модели являются различными по правовой природе. В такой ситуации, несомненно, возникает вопрос, какие именно законодательные нормы должны обеспечивать должное применение каждого из них, каким образом они будут соотноситься? Однако с большой долей вероятности можно исходить из того, что речь идет об одном и том же договоре по юридической направленности. С этой точки зрения, даже назвав договор франчайзинговым, законодательное регулирование будет осуществляться в соответствии с нормами гл. 54 ГК РФ.

Представляется оправданным научно-практический подход, согласно которому коммерческая концессия — это бизнес-модель реализации предпринимательской деятельности, система юридических действий субъектов предпринимательства по осуществлению инвестирования. Правообладатель предоставляет пользователю на условиях заключенного ими

<sup>4</sup> См.: Левушкин А. Н., Кузьмина И. К. Коллекторская деятельность и защита прав физических лиц при взыскании задолженности по денежным обязательствам // Законы России: опыт, анализ, практика. 2019. № 4. С. 44.

договора право использовать в своей деятельности комплекс исключительных прав. Следует обратить особое внимание на то обстоятельство, что правоотношения не ограничиваются лишь договорными условиями, а предполагают совершение других правовых предписаний до заключения договора и после его исполнения.

Полагаем, что вполне уместно было бы определить, что передаваемые по концессионному договору права идентичны тем, что предоставляются при заключении франчайзингового договора. Анализируя смысловое содержание, вкладываемое в каждое из рассматриваемых договорных конструкций, считаем, что такое положение найдет свое подтверждение в полном объеме.

В рамках реализации метода сравнительно-правового исследования отметим, что в государствах — членах ЕАЭС, в частности в Республике Беларусь и Республике Казахстан, используют термин «договор франчайзинга». Второе название такого договора в обеих странах — «договор комплексной предпринимательской лицензии». Оно указывает, что передается именно «комплекс прав».

Говоря о правовом регулировании рассматриваемого в статье правового института, необходимо указать, что самыми лаконичными в вопросе нормативного урегулирования франчайзинга сегодня называют правовые нормы Беларуси и России. Основными нормативными правовыми документами являются гражданские кодексы данных государств, но относительно судебной практики Россия «обгоняет» Беларусь.

Достаточно убедительно и более комплексно выглядит правовая регламентация франчайзинговых отношений в Казахстане, где наряду с Гражданским кодексом Республики Казахстан, принят и весьма эффективно реализуется Закон Республики Казахстан от 24.06.2002 «О комплексной предпринимательской лицензии (франчайзинге)», который:

- регламентирует правовые отношения в сфере брокериджа — посреднических правоотношений в сфере комплексной предпринимательской лицензии;
- проводит классификацию комплексной предпринимательской лицензии, устанавливая

конверсионную, множественную, товарную и другие виды лицензии. Такое многообразие дает более широкие возможности для реализации франчайзинговых моделей с учетом индивидуальных потребностей предпринимателей, ситуационных факторов бизнес-среды. Безусловно, такой опыт может быть воспринят и другими государствами — членами ЕАЭС.

Франчайзинговые отношения ввиду комплексного характера регламентируются в Республике Казахстан и иными нормативными правовыми актами. В частности, Законом Республики Казахстан от 26.07.1999 «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров», Патентным законом Республики Казахстан от 16.07.1999 и др.

В соответствии с казахстанским законодательством договор франчайзинга предполагает обязательную регистрацию самого договора; регистрацию предоставления права на результаты интеллектуальной деятельности в соответствии с договором; регистрацию права на использование франшизы.

Согласно российскому законодательству (ст. 1028 ГК РФ) необходима обязательная государственная регистрация предоставления права использования пользователем комплекса принадлежащих правообладателю исключительных прав по договору коммерческой концессии. Несоблюдение указанного требования влечет за собой признание предоставления права несостоявшимся. Регистрация в России осуществляется федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности — Федеральной службой по интеллектуальной собственности патентам и товарным знакам (Роспатентом).

В Беларуси регистрации подлежит сам договор франчайзинга, в России это применялось до 2014 г. В Казахстане договор франчайзинга также требует регистрации, если в него включены правила о передаче в составе франшизы: изобретения; полезной модели; промышленного образца; селекционного достижения; товарного знака / знака обслуживания; топологии интегральных микросхем, зарегистрированных в соответствии с законодательством Казахстана.

Безусловно, представляется необходимой регистрация перехода самого права или регистрация договора. Как мы убедились, оба варианта реализуются на законодательном уровне государств — членов ЕАЭС. Если же это не будет сделано, то нарушается стабильность экономического оборота, возможно неисполнение обязанностей правообладателем и пользователем.

Представляется необходимым обратить особое внимание с точки зрения практики правоприменения на изменения в ст. 1028 ГК РФ, которые сводятся к проверке предоставления права на пользование исключительными правами. Отмечается также еще один момент в договоре, а именно что регистрация договора не совпадает с моментом его вступления в законную силу. Данное требование минимизирует возникновение проблем при использовании результатов интеллектуальной деятельности.

Следует согласиться с высказанным в доктрине мнением, что «действия правообладателя и пользователя как сторон договора во многом зависят от тех прав, которые правообладатель предоставляет пользователю»<sup>5</sup>. Важно подчеркнуть, что огромное значение для сторон договора имеет взаимное надлежащее исполнение возложенных на них обязанностей и незлоупотребление предоставленными им правами. Для удобства рассмотрения обязанностей правообладателя (ст. 1031 ГК РФ) можно дифференцировать их по 2 категориям:

- 1) императивные обязанности (они касаются любого правообладателя, являющегося таковым в силу заключения договора коммерческой концессии);
- 2) диспозитивные обязанности (относящиеся к данной группе обязанности могут быть возложены на правообладателя только в том случае, если иное не будет предусмотрено договором).

В науке существует и иная классификация обязанностей правообладателя:

- 1) подлежащие обязательному исполнению им в силу прямого указания закона;
- 2) подлежащие исполнению, если иное не установлено договором<sup>6</sup>.

К первой группе обязательно исполняемых обязанностей относятся те, которые указаны в п. 1 ст. 1031 ГК РФ, а именно:

- передать пользователю техническую и коммерческую документацию, предоставить иную информацию, необходимую пользователю для осуществления прав, предоставленных ему по договору;
- проинструктировать пользователя и его работников по вопросам, связанным с осуществлением этих прав.

Соответственно, можно сделать вывод о том, что сам перечень данных прав остается для сторон открытым. Анализ судебной практики по рассматриваемому вопросу предоставления информации подтверждает, что для того, чтобы избежать в будущем необоснованных требований о раскрытии информации, в договоре следует максимально подробно и корректно конкретизировать информацию, которая будет подлежать предоставлению.

Говоря об императивных обязанностях, необходимо подчеркнуть, что с момента совершения указанных действий правообладатель приступает непосредственно к практической реализации тех обязанностей (обязательств), которые вытекают из договора. Франчайзинговая модель направлена на использование бизнес-проектов, которые уже получили должное закрепление в одном государстве, но могут весьма широко реализовываться и в других правовых системах. То есть апробированный бизнес в одной правовой системе переходит контрагенту с комплексом необходимых прав и отдельными обязательствами. Однако следует помнить, что состав объектов, которые обязательно должны передаваться, принципиально отличается в законодательстве разных стран. Помимо иных объектов, в Казахстане и России

<sup>5</sup> Морозов С. Ю., Левушкин А. Н., Еремин А. А. Существенные и иные условия договора коммерческой концессии: теория и практика применения // ЭПОС. 2014. № 4 (60). С. 97.

<sup>6</sup> Кондратьева Е. А. Одиннадцать особенностей договора коммерческой концессии // Интеллектуальная собственность. Авторское право и смежные права. 2014. № 3. С. 40–49.

партнеру могут передаваться деловой опыт и коммерческая репутация франчайзера.

Законодательство Республики Казахстан в сфере франчайзинговых обязательств весьма сходно с аналогичной конструкцией в Республике Беларусь — фирменное наименование франчайзера, охраняемая коммерческая информация выступают в качестве существенных условий, становятся объектом передаваемой франшизы. Согласно законодательству Беларуси при передаче товарного знака и коммерческой тайны (ноу-хау) франчайзинговая модель не реализуется. Но, если аналогичный объект переходит от предпринимателя Беларуси для использования в Российской Федерации субъектами предпринимательской деятельности, то такие правоотношения могут характеризоваться как франчайзинговые договорные правоотношения.

Отечественными учеными было выдвинуто несколько точек зрения по вопросу о существенных условиях договора коммерческой концессии. Одни (например, В. В. Витрянский и М. И. Брагинский) считают, что иных положений относительно существенных условий, кроме предмета договора, в гл. 54 ГК РФ не закреплено. Существует и иное мнение, высказанное другими учеными-цивиристами. Они говорят не только о предмете как о существенном условии, но и о цене договора<sup>7</sup>. Под существенным условием определенной группой ученых понимается обозначение в договоре способов использования пользователем средств индивидуализации.

Неоспоримым является тот факт, что существенным условием любого договора является предмет, что подтверждается ст. 432 ГК РФ. При этом важно отметить, что, исследуя предмет договора коммерческой концессии, удалось выявить его неоднородность. Представляется, что предмет содержит в себе 2 элемента, первым из которых являются исключительные права, законодательно закрепленные в ст. 1027 ГК РФ и включающие в себя право на товарный знак,

знак обслуживания. В свою очередь, обозначенные в законе исключительные права также не являются единой структурной единицей, а содержат в себе определенный комплекс. В судебной практике определено, что «необходимо, чтобы данные объекты гражданских прав использовались в той сфере предпринимательской деятельности, в которой их эксплуатирует сам правообладатель, были соответствующим образом зарегистрированы и принадлежали ему, в противном случае договор будет считаться незаключенным»<sup>8</sup>.

Вторым элементом предмета договора коммерческой концессии, принимая во внимание нормы международного права, являются обязательства, подлежащие исполнению в соответствии с заключаемым договором в обязательном порядке. Большое внимание здесь уделяется обязанностям правообладателя. Ему необходимо осуществлять контроль качества и оказывать пользователю должное содействие, в том числе и информационное.

Согласно законодательству Республики Беларусь существенными договорными условиями франчайзинговых отношений выступают предмет, размер и форма выплаты вознаграждения, объем использования лицензионного комплекса прав и обязанностей. Это вполне закономерно, именно по такой схеме реализуется коммерческая концессия в России. Причем сам договор франчайзинга подлежит обязательной государственной регистрации под угрозой признания его недействительным в белорусской правовой системе.

В Республике Казахстан по договору франчайзинга существенными условиями становятся условия о предмете договора, как и в других государствах — членах ЕАЭС. Существенным условием договора комплексной предпринимательской лицензии выступает цена, размер вознаграждения, уплачиваемого лицензиатом лицензиару по договору о передаче комплекса исключительных прав.

<sup>7</sup> См.: Гражданское право : учебник : в 3 т. Т. 2 / под ред. А. П. Сергеева. М. : Велби, 2010.

<sup>8</sup> См., например: постановление Федерального арбитражного суда Западно-Сибирского округа от 27.04.2011 № А67-4427/2010 ; постановление Федерального арбитражного суда Северо-Кавказского округа от 21.06.2010 № А20-1683/2009 // СПС «КонсультантПлюс».

В заключение сформулируем основные выводы и предложения.

1. Предлагается создать определенные унифицированные правила в государствах — членах ЕАЭС, которые регулировали бы именно франчайзинговые отношения и, соответственно, договор франчайзинга. В рамках этих положений следует определить не только понятие франчайзинга, но и объект рассматриваемой договорной конструкции, стороны и тот перечень документов, который регулировал бы франчайзинговые правоотношения.

2. Другим решением данной проблемы видится внесение в гл. 54 ГК РФ изменений, касающихся понятий «коммерческая концессия», «пользователь», «правообладатель», и пояснение на законодательном уровне верного соотношения этих понятий с понятиями «франчайзинг», «франчайзи», «франчайзер». Например, можно указать «договор коммерческой концессии (франчайзинг)» или заменить понятия, относящиеся к коммерческой концессии, терминологией, используемой в мировой практике. Однако, на наш взгляд, более целесообразным будет внесение изменений, подразумевающих равноправное применение терминов «коммерческая концессия» и «франчайзинг». Ведь такой вариант учитывает и международную практику, и сложившуюся практику применения в Российской Федерации.

Полагаем, что регулирование франчайзинговых отношений на уровне гражданского законодательства практически в полной мере отражает весь необходимый баланс эффективности правового регулирования рассматриваемой договорной конструкции в России.

3. Известно, что сегодня на российском рынке субъекты предпринимательства в основном заключают договор коммерческой концессии с зарубежными фирмами (о развитии этого сектора можно судить только по той информации, которая представлена участниками рынка в СМИ и среде Интернет), где законодательством договор коммерческой концессии поименован «франчайзингом».

4. При рассмотрении законодательного регулирования данной договорной конструкции в государствах — членах ЕАЭС выявлено,

что необходимо ввести легальные понятия таких категорий, как субъекты коммерческой концессии. Очевидно, что в качестве пользователя выступает коммерческая организация или индивидуальный предприниматель, которым принадлежит право использовать в своей предпринимательской деятельности комплекс исключительных прав, переданных правообладателем по условиям договора. Именно данный комплекс исключительных прав и становится предметом договора коммерческой концессии. Также и в отношении правообладателя — это коммерческая организация или индивидуальный предприниматель, которым принадлежат исключительные права.

5. В настоящей работе выявлено, что предметом договора коммерческой концессии в соответствии с законодательством государств — членов ЕАЭС является именно комплекс исключительных прав, а не исключительное право как отдельный объект. Комплекс включает в себя не только результаты интеллектуальной деятельности, но и приравненные к ним объекты. При этом пользователь использует права, переданные ему правообладателем целенаправленным действием, и надлежащим образом исполняет договор, что также входит в определение предмета договора концессии, создавая тем самым еще одну составляющую часть предмета — общественные отношения, складывающиеся в результате применения рассматриваемого договора.

6. Установлено, что от смежных договорных моделей, в частности лицензионного договора, договор франчайзинга имеет существенные отличия именно в предмете. В соответствии с отдельными договорными формами организации бизнеса устанавливается переход прав на использование лишь некоторых объектов, а не комплекса, всей системы прав на организацию предпринимательства по франчайзинговой модели.

7. В качестве важного вывода следует указать, что российский законодатель совершил определенный прорыв в регулировании коммерческой концессии, это значительный шаг вперед, прогрессивные изменения, которые были реализованы посредством существенных поправок в гл. 54 ГК РФ. Такие позитивные нововведения позволили подойти комплексно

к определению модели организации бизнеса на основе франчайзинговых договорных отношений. Однако на сегодняшний день остался целый ряд проблем, которые необходимо решить незамедлительно, ведь вследствие перечисленных проблем иностранные франчайзеры не спешат заключать договоры с потенциальными франчайзи на российском рынке. Это, несомненно, сказывается на потоке иностранных инвестиций в Российскую Федерацию и другие государства — члены ЕАЭС.

Конечно, франчайзинговая модель организации бизнес-процессов прочно вошла в пред-

принимательскую сферу, стала основой экономической модели распространения сферы выполнения работ, оказания услуг, реализации товаров по всему миру, в том числе в государствах — членах ЕАЭС. Однако требуется еще достаточно кропотливая работа над приведением законодательства в государствах — членах ЕАЭС к большей унификации, что позволит законодательному регулированию выйти на более высокий уровень правовой регламентации, что будет способствовать интеграции и обеспечению экономической стабильности в государствах — членах ЕАЭС.

### БИБЛИОГРАФИЯ

1. Гражданское право : учебник : в 3 т. Т. 2 / под ред. А. П. Сергеева. — М. : Велби, 2010. — 880 с.
2. Гражданский кодекс Республики Казахстан (Особенная часть) : комментарий / отв. ред. М. К. Сулейменов, Ю. Г. Басин. — Алматы : Жел жаргы, 2000. — 501 с.
3. Кондратьева Е. А. Одиннадцать особенностей договора коммерческой концессии // Интеллектуальная собственность. Авторское право и смежные права. — 2014. — № 3. — С. 40–49.
4. Левушкин А. Н. Договоры в предпринимательской деятельности : учебник. — М. : Проспект, 2021. — 400 с.
5. Левушкин А. Н., Кузьмина И. К. Коллекторская деятельность и защита прав физических лиц при взыскании задолженности по денежным обязательствам // Законы России: опыт, анализ, практика. — 2019. — № 4. — С. 42–47.
6. Морозов С. Ю., Левушкин А. Н., Еремин А. А. Существенные и иные условия договора коммерческой концессии: теория и практика применения // ЭПОС. — 2014. — № 4 (60). — С. 96–99.

*Материал поступил в редакцию 17 августа 2021 г.*

### REFERENCES (TRANSLITERATION)

1. Grazhdanskoe pravo : uchebnik : v 3 t. T. 2 / pod red. A. P. Sergeeva. — M. : Velbi, 2010. — 880 s.
2. Grazhdanskij kodeks Respubliki Kazahstan (Osobennaya chast') : kommentarij / otv. red. M. K. Sulejmenov, Yu. G. Basin. — Almaty : Zhel zhargy, 2000. — 501 s.
3. Kondrat'eva E. A. Odinnadcat' osobennostej dogovora kommercheskoj koncessii // Intellektual'naya sobstvennost'. Avtorskoe pravo i smezhnye prava. — 2014. — № 3. — S. 40–49.
4. Levushkin A. N. Dogovory v predprinimatel'skoj deyatel'nosti : uchebnik. — M. : Prospekt, 2021. — 400 s.
5. Levushkin A. N., Kuz'mina I. K. Kollektorskaya deyatel'nost' i zashchita prav fizicheskikh lic pri vzyiskanii zadolzhennosti po denezhnym obyazatel'stvam // Zakony Rossii: opyt, analiz, praktika. — 2019. — № 4. — S. 42–47.
6. Morozov S. Yu., Levushkin A. N., Eremin A. A. Sushchestvennye i inye usloviya dogovora kommercheskoj koncessii: teoriya i praktika primeneniya // EPOS. — 2014. — № 1 (60). — S. 96–99.