

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	7
<i>Глава 1. ПОНЯТИЕ И ИСТОЧНИКИ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ФРАНЧАЙЗИНГА ЗА РУБЕЖОМ</i>	16
§ 1. Происхождение и эволюция современного франчайзинга	16
§ 2. Сравнительная характеристика нормативных актов о франчайзинге	30
§ 3. Законодательное определение франшизного соглашения	50
§ 4. Судебная практика в области франчайзинга	61
§ 5. Доктринальные подходы к франчайзингу	71
<i>Глава 2. ФРАНШИЗНОЕ СОГЛАШЕНИЕ</i>	84
§ 1. Дофраншизный период отношений сторон	84
§ 2. Стороны франшизного соглашения	87
§ 3. Форма и регистрация франшизного соглашения	101
§ 4. Существенные условия франшизного соглашения	103
§ 5. Обязанности сторон по франшизному соглашению	114
§ 6. Ограничения прав сторон	133
§ 7. Платежи франчайзи франчайзеру	142
§ 8. Контроль со стороны франчайзера	148
§ 9. Прекращение, возобновление франшизного соглашения, передача франшизных прав	156

Глава 3. ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ФРАНЧАЙЗИНГА В ОТДЕЛЬНЫХ ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАНАХ.....	167
§ 1. Великобритания	167
§ 2. Федеративная Республика Германии	185
§ 3. Франция	199
§ 4. Соединенные Штаты Америки	208
Глава 4. КОММЕРЧЕСКАЯ КОНЦЕССИЯ В РОССИИ	225
§ 1. Понятие договора коммерческой концессии по российскому праву и его соотношение с договором франчайзинга	225
§ 2. К вопросу о правовой природе договора коммерческой концессии	231
§ 3. Стороны договора	236
§ 4. Предмет и иные условия договора	246
§ 5. Объекты прав, входящих в предмет договора	266
§ 6. Форма и государственная регистрация договора	291
§ 7. Обязанности и права сторон	298
§ 8. Ограничения прав сторон по договору коммерческой концессии	320
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	325
ПРИЛОЖЕНИЕ	333
Регламент Комиссии (ЕС) № 4087/88 от 30 ноября 1988 г.	333
Выдержки из Регламента Комиссии (ЕС) от 22 декабря 1999 г.	346
Европейский этический кодекс франчайзинга	347
Глава 54 КГ РФ «Коммерческая концессия»	353

В книге рассматриваются вопросы правового регулирования одного из современных, присущих развитой рыночной экономике договоров. Это договор коммерческой концессии по российскому законодательству и его зарубежный аналог — договор франчайзинга, который предоставляет возможность одному предпринимателю представлять себя на рынке, используя средства индивидуализации, деловую репутацию и опыт другого предпринимателя. Наряду с общей правовой характеристикой договора и возникающих на его основе отношений в монографии прослеживаются основные этапы становления франчайзинга, состояние и тенденции развития его правового регулирования в странах, где он получил наибольшее распространение — США, Великобритания, ФРГ, Франция. Большое внимание уделено анализу нового интеграционного законодательства в странах Европейского союза. Отдельная глава посвящена российскому законодательству.

Для юристов, экономистов, а также преподавателей и студентов высших учебных заведений, интересующихся теорией и практикой франчайзинга.