

На правах рукописи

Еремин Александр Александрович

**ФРАНЧАЙЗИНГ И ДОГОВОР КОММЕРЧЕСКОЙ КОНЦЕССИИ:
ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ПРИМЕНЕНИЯ**

12.00.03 – гражданское право; предпринимательское право; семейное
право; международное частное право

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
кандидата юридических наук

Саратов – 2015

Работа выполнена в Федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего профессионального образования «Ульяновский государственный университет».

Научный руководитель: **Левушкин Анатолий Николаевич**
доктор юридических наук, доцент

Официальные оппоненты: **Кулаков Владимир Викторович**
доктор юридических наук, профессор,
ФГБОУ ВО «Российский
государственный университет
правосудия», заведующий кафедрой
гражданского права

Арсланов Камиль Маратович
кандидат юридических наук, доцент,
ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский)
федеральный университет», заведующий
кафедрой гражданского и
предпринимательского права

Ведущая организация: **Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего
профессионального образования
«Мордовский государственный
университет имени Н.П. Огарева»**

Защита диссертации состоится 22 апреля 2016 г. в 11:00 часов на заседании Диссертационного совета Д-212.239.03 при Федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Саратовская государственная юридическая академия» по адресу: 410056, г. Саратов, ул. Чернышевского, 104, зал заседаний диссертационных советов.

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке и на сайте Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Саратовская государственная юридическая академия» (<http://test.ssla.ru/diss.phtml>).

Автореферат разослан «___» _____ 2016 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета,
кандидат юридических наук



Колодуб Григорий Вячеславович

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. Сегодня Россия представляет собой экономически позитивно развивающуюся страну со сформировавшимися рыночными отношениями. Предприниматели постоянно ведут поиск новых возможностей по снижению затрат на открытие бизнеса или привлечение дополнительных инвестиций. При этом каждый раз, субъекты предпринимательской деятельности осознают, что на создание делового имиджа и репутации уйдет достаточное количество времени, значительных финансовых затрат, а развитие рыночной конъюнктуры может кардинально поменяться, либо конкуренты настолько укрепят свои позиции, что целесообразность реализации тех или иных бизнес-проектов вообще пропадет. Необходимость решения поставленных вопросов, предопределило необходимость законодателя обратить внимание на опыт других стран активно применяющих различные виды договорных конструкций, а именно, договор франчайзинга и (или) коммерческой концессии.

Полагаем, что в настоящее время в Российской Федерации в условиях кризисных процессов в экономической сфере, установлении, а порой и ужесточении санкций со стороны европейских государств по отношению к нашим производителям, достаточно остро стоят проблемы дополнительной поддержки среднего и малого бизнеса, продвижения российского производителя на рынке товаров, работ и услуг, повышения конкурентоспособности выпускаемых российскими предпринимателями товаров, развития международного сотрудничества в товарном (торговом) обороте и другие.

В России в условиях рыночного производства товаров не достаточно просто произвести товар, необходимо организовать его сбыт с целью получения максимальной прибыли от его реализации. Безусловно, именно механизм франчайзинга и коммерческая концессия является одним из максимально

эффективных способов осуществления различного рода предпринимательской деятельности, поскольку обеспечивает дополнительную прибыль и содействует продвижению на рынок работ, товаров и услуг, производимых или продаваемых правообладателем с одной стороны, а с другой - предоставляет возможность предпринимателям заимствовать необходимый опыт, в том числе, по управлению и организации бизнес процессов в целом у ведущих компаний. Тем самым, максимально ускоряется процесс «обучения» тем или иным механизмам ведения производства, а так же, создаются предпосылки для высокой эффективности и результативности ведения предпринимательской деятельности, к чему и стремятся все субъекты, задействованные в данных процессах.

Законодательство о коммерческой концессии и франчайзинге в России имеет большое значение для развития всей страны, поднятия инвестиционной активности и, в целом, для достижения целей, поставленных руководством страны в различных программах развития предпринимательских отношений.

Следует признать, что все более распространенными на рынке становятся различные формы вертикальной интеграции. Полагаем, что в настоящее время в России сформировались возможности для выбора способов ведения бизнеса, которые позволяют обеспечить его эффективную организацию, к одной из таких моделей предпринимательской деятельности необходимо отнести франчайзинг, а в нашей стране форму его реализации (воплощения) – коммерческую концессию.

Результатами вертикальных связей являются расширение инвестиционных возможностей, оптимизация информационных, материальных и финансовых потоков, появление возможности не только структурировать внутрисистемные связи, но и достаточно быстро реагировать на изменения внешней среды и адаптироваться к этим изменениям, что в совокупности с другими преимуществами определяет конкурентоспособность не только каждого конкретного субъекта, но и вертикальной сети в целом. В этом контексте наиболее актуальной и оптимальной деятельностью субъектов рынка в нашей

стране является аналог договора франчайзинга - договор коммерческой концессии.

В нашей стране, все большее распространение получают франчайзинговые отношения, для их регламентации стороны заключают различного рода договоры, например, договоры коммерческой концессии или смешанные договоры.

Актуальность темы исследования обусловлена еще и тем, что проблемы бизнеса сказываются на потребителях, это позволяет им заявлять о преимуществах импортной продукции перед отечественной. Несмотря на это, в России сформировались возможности для выбора способов ведения бизнеса, которые позволяют обеспечить его эффективную организацию. В этом смысле наиболее актуальной деятельностью субъектов рынка является аналог договора франчайзинга - договор коммерческой концессии.

Изучение зарубежного опыта применения франчайзинга позволяет сделать вывод, что большое внимание за рубежом уделяется регулированию предфранчайзинговых отношений, когда в российской системе права данные отношения не урегулированы достаточно фрагментарно.

В связи с этим, большое значение приобретает изучение правового регулирования договора франчайзинга и коммерческой концессии. Для России данный вид договора является относительно новым и еще не вполне исследованным институтом гражданского и предпринимательского права, и, несмотря на сформировавшуюся судебно-арбитражную практику, существует ряд проблем, в том числе теоретических и правоприменительных, которые требуют разрешения и более четкой регламентации российским законодателем.

Представляется существенным тот факт, что коммерческая концессия как институт гражданского права была введена в законодательство Российской Федерации частью второй Гражданского Кодекса Российской Федерации (далее – ГК РФ), в которой для регулирования соответствующих правоотношений включена глава 54. При этом терминология, используемая в действующем

законодательстве Российской Федерации, имеет достаточно дискуссионный характер.

Таким образом, необходимо не только исследовать положения, изложенные в главе 54 ГК РФ, но и соотнести их с опытом других стран, сформулировать основные базовые определения, закрепленные в этом институте гражданского права, а также проанализировать перспективы совершенствования правовой регламентации отношений, возникающих из заключения договоров франчайзинга и коммерческой концессии.

Полагаем, что анализируемые договоры являются достаточно распространенными коммерческими договорами, способствуют быстрому становлению бизнеса, развитию предпринимательства, распространению торговых сетей по всему миру, путем заключения трансграничных соглашений, увеличению рабочих мест на рынке труда. Правовое регулирование данных отношений является одним из самых детальных, однако, при заключении и исполнении данного договора у правоприменителей возникают проблемы из-за наличия коллизий в законодательстве. Это объясняется тем, что в практике получает широкое распространение заключение трансграничных соглашений, но на международном уровне, к сожалению, нет единых кодифицированных актов, регулирующих трансграничные коммерческие отношения, нередко нормы российского законодательства «сталкиваются» с нормами других стран в регулировании отношений по данному договору. Кроме того, и внутри Российской Федерации присутствуют множество норм, которые противоречат друг другу, это, как правило, нормы разной юридической силы, либо нормы, изданные в разное время, а также нормы, равных по силе правовых актов, вступающих в противоречие друг с другом из-за недоработок законодателя.

Современное законодательство, регулирующее отношения, складывающиеся в рамках договоров франчайзинга и коммерческой концессии, требует существенного реформирования. На сегодняшний день российское и международное законодательство не регулирует этот договор в комплексе. В наиболее существенной доработке нуждается понятийный аппарат.

Современные тенденции к всеобщей реформе гражданского законодательства позволяют надеяться на соответствующие инициативы.

Цель исследования состоит в разработке и обосновании системы теоретических положений о франчайзинге и договоре коммерческой концессии, изучении теории и практики применения данных договоров и выработке рекомендаций по совершенствованию российского и международного законодательства.

Достижение указанной цели осуществлялось в рамках следующих задач:

- установить социально-экономическое значение франчайзинга и франчайзинговых отношений;
- исследовать и оценить влияние истории развития правового регулирования франчайзинга и франчайзинговых отношений на современное состояние и нормативное закрепление договоров франчайзинга и коммерческой концессии;
- определить понятие франчайзинга, франчайзинговых отношений;
- исследовать правовую природу и обосновать особенности франчайзинга и договора франчайзинга;
- соотнести франчайзинг и договор коммерческой концессии, выявить теоретические и практические проблемы их применения;
- раскрыть понятие, значение, признаки и рассмотреть особенности договора коммерческой концессии по законодательству Российской Федерации;
- определить и обосновать предмет и объект как существенные условия договоров коммерческой концессии и франчайзинга;
- проанализировать цену, форму и срок как условия (элементы) договора коммерческой концессии;
- выявить и обосновать правовой статус субъектов (участников) франчайзинговых отношений и договора коммерческой концессии;
- рассмотреть теоретические положения и практику применения договоров коммерческой концессии и франчайзинга;

- установить и оценить порядок исполнения договоров коммерческой концессии и франчайзинга, провести теоретический анализ соответствующих положений и аргументов с одновременным проецированием в плоскость совершенствования гражданского и коммерческого законодательства;

- выявить проблемы правового регулирования правового статуса правообладателя (франчайзера) по договору коммерческой концессии и франчайзинга;

- проанализировать права и обязанности пользователя (франчайзи) по договору коммерческой концессии и франчайзинга;

- определить правовые последствия неисполнения или ненадлежащего исполнения договора франчайзинга и коммерческой концессии;

- выработать предложения по совершенствованию законодательства о франчайзинге и договоре коммерческой концессии с целью их рационального применения и реализации.

Объектом исследования выступили общественные отношения, возникающие в связи с применением и исполнением франчайзинга и договора коммерческой концессии.

Предмет исследования составили нормы международного, российского и зарубежного гражданского законодательства; законодательство стран СНГ, двусторонние договоры с участием Российской Федерации; научная доктрина по вопросам заключения и исполнением договоров франчайзинга и коммерческой концессии; международная и российская практика применения и исполнения рассматриваемых договоров.

В качестве **методологической основы** представленного исследования выступают диалектические принципы познания современной экономической ситуации, которые нашли отражение в выборе и обосновании специальных приемов и средств исследования обозначенной проблематики.

Исследование сопровождалось использованием общенаучных и частнонаучных **методов исследования**: системного, исторического,

логического, сравнительно-правового, формально-юридического и других подходов.

Данные методы позволили обнаружить общие направления развития франчайзинга и договора коммерческой концессии и выявить особенности правового регулирования договоров франчайзинга и коммерческой концессии в нашей стране и на международном уровне.

В целях обеспечения полноты и системности исследования использовались логические приемы классификации, определения понятий, установления взаимосвязей и взаимозависимостей. Указанные логические приемы способствовали наиболее точному и обоснованному формированию подхода к изучению франчайзинга и договора коммерческой концессии, теории и практики применения данных договорных конструкций.

Степень научной разработанности темы исследования. В науке имеются монографические работы, посвященные осуществлению франчайзинговых отношений и применению и исполнению договоров франчайзинга и коммерческой концессии. Однако научных исследований на основе реформированного гражданского и международного законодательства за последний период не проводилось. В некоторых исследованиях рассматривались отдельные теоретические и практические аспекты франчайзинговых правоотношений и действия договоров франчайзинга и коммерческой концессии в России и на международном уровне.

Несмотря на имеющееся достаточное количество специальных монографических исследований, в свете реформирования гражданского и международного законодательства, с учетом действующей нормативно-правовой базы, современной доктрины, правоприменительной деятельности и настоящего экономического этапа развития общества и государства вопросы франчайзинга и договора коммерческой концессии в РФ и в международном коммерческом обороте приобретают особую актуальность. В настоящей работе реализован комплексный подход к выявлению и разрешению теоретических и

практических проблем применительно к франчайзингу и договору коммерческой концессии.

Теоретическую базу диссертационного исследования составляют научные труды в области экономики, теории государства и права, гражданского, предпринимательского и международного частного права. Безусловно, основой послужили труды известных отечественных ученых, внесших свой вклад в развитие теории права и цивилистики: Т.Е. Абовой, М.М. Агаркова, С.С. Алексеева, В.К. Андреева, Н.А. Барина, И.А. Блинец, М.М. Богуславского, В.А. Дозорцева, О.С. Иоффе, А.Ю. Кабалкина, О.А. Красавчикова, О.Н. Садикова, А.П. Сергеева, В.Н. Синельниковой, Л.А. Трахтенгерц, З.И. Цыбуленко, М.Ю. Челышева, М.С. Шаховой, Г.Ф. Шершеневича и других. Теоретическое осмысление исследуемой проблематики стало основой для изучения трудов представителей отечественной науки и зарубежной гражданского и предпринимательского права: В.К. Андреева, Л.В. Андреевой, А.Ф. Багдасаряна, Э.В. Артюновой, А.В. Баркова, Дж.К. Бобоева, М.И. Брагинского, Е.Н. Васильевой, В.В. Витрянского, О.А. Городова, С.П. Гришаева, Е.П. Губина, В.В. Довгань, М.А. Егоровой, В.И. Еременко, Л.Т. Ибадовой, Р.Ш. Касымова, П.В. Крашенинникова, В.В. Кулакова, Г.А. Лаптева, С.О. Лозовской, Е.С. Лысенко, М. Мендельсона, И.А. Михайловой, С.М. Морозова, С.В. Нагаева, С.А. Нарышкина, В.В. Орловой Б.И. Пугинского, П.С. Полушкина, В.Ф. Попондопуло, А.С. Райникова, М.М. Рассолова, Ю.В. Романец, И.В. Рыковой, С.А. Сосна, Е.А. Суханова, Д.К. Скрыльникова, А.А. Тер-Овакимян, М.Н. Титовой., Е.А. Черепановой, В.А. Хохлова, Т.И. Хмелевой, А.Е. Шерстобитова, Д.В. Шульга других.

Нормативной основой исследования выступают Конвенция о правах ребенка и иные международные правовые акты, Конституция Российской Федерации, Гражданский кодекс Российской Федерации, федеральные законы и подзаконные нормативно–правовые акты, регулирующие отношения, возникающие в связи с заключением и исполнением договоров франчайзинга и коммерческой концессии в РФ и в международном коммерческом обороте.

Эмпирическую базу исследования составляют судебная практика - опубликованные и не опубликованные в официальных источниках (в том числе электронных ресурсах) акты судов общей юрисдикции и арбитражных судов; результаты обобщения судебной практики по указанной категории дел, рассмотренных различными судами (всего было изучено более 300 дел); опубликованные в официальных источниках статистические данные о работе судов общей юрисдикции и арбитражных судов, а также материалы авторских исследований.

Научная новизна диссертационного исследования состоит в формировании комплексного научного представления о франчайзинге и договоре коммерческой концессии, теории и практики применения данных договорных конструкций.

Разработанное автором представление о франчайзинге, договорах франчайзинга и коммерческой концессии является вкладом в развитие теории гражданского и предпринимательского права.

Анализ развития франчайзинговых отношений и отношений коммерческой концессии в зарубежном и российском законодательствах при всем многообразии их реализации и различиях в доктринальном толковании позволяет сделать вывод о сложной правовой природе и достаточно противоречивой правоприменительной практике. Данные обстоятельства диктуют необходимость совершенствования законодательства, посредством изменения национального и международного правового регулирования франчайзинговых отношений.

Разработаны и теоретически обоснованы предложения, направленные на реформирование правового регулирования особенностей заключения и исполнения договора коммерческой концессии, проблемы правоприменительной деятельности по данному вопросу.

Дана авторская оценка экономико-правового назначения франчайзинга и договора коммерческой концессии.

Определены такие категории, как «франчайзинг» «договор «франчайзинга» «договор коммерческой концессии», «предмет и объект договора коммерческой концессии» «стороны договора» и другие.

Выявлено, что институт франчайзинга не имеет законодательного регулирования не только в России, но и во многих странах мира, что означает необходимость юридического осмысления данного вида правоотношений. И, тем не менее, отсутствие регулирования данного договора не препятствует заключению его на территории Российской Федерации, что следует из п. 2 ст. 421 ГК РФ, согласно которому стороны могут заключить договор, как предусмотренный, так и не предусмотренный законом или иными правовыми актами.

Доказано, что в российском законодательстве предполагается регулирование наряду с отношениями франчайзинга и собственно отношений коммерческой концессии в узком значении этого термина.

Аргументировано, что содержание главы 54 ГК РФ соответствует современным представлениям о франчайзинге различных видов (торгово-распределительный, сервисный, производственный), а ее название ограничивает возможности более широкого использования данной главы.

Предложены изменения в главу 54 ГК РФ, касающиеся названия и содержания данной главы, которые направлены на устранение отдельных императивных условий и установление сбалансированного регулирования франчайзинговых механизмов и договора коммерческой концессии в России.

Сделан вывод о том, что необходимо реформирование действующего законодательства в рамках ГК РФ, принятие отдельного федерального закона, регулирующего франчайзинговые отношения, не целесообразно.

Аргументируется вывод, что приравнивать термины «информация, составляющая коммерческую тайну» и «секрет производства (ноу-хау)» в корне неправильно, это приведет к искажению сути возникающих на их основе правоотношений.

Доказано, что предметом рассматриваемого договора является не исключительное право, как отдельный объект, а комплекс прав на результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним объекты.

Данное исследование носит системный и комплексный характер. На основе изучения исторического развития права и современных экономических исследований и правоприменительной практики, а также трудов ученых - цивилистов и специалистов в области предпринимательского и коммерческого права разработана и обоснована система теоретических положений о франчайзинге и договоре коммерческой концессии, выработаны рекомендации по совершенствованию законодательства и практики применения данных договорных конструкций.

Проведенное исследование позволило сформулировать и обосновать следующие основные положения и выводы, выносимые на защиту:

1. Установлено, что франчайзинг выступает одним из наиболее эффективных способом развития бизнеса и инвестиционных проектов в Российской Федерации, поскольку позволяет крупному, среднему и малому предпринимательству, в кризисный период экономического развития в нашей стране, достаточно быстро и с максимальной прибылью развить технологии с целью продвижения товаров, работ и услуг на рынке.

Правовой анализ сущности франчайзинговых обязательств позволяет сформулировать следующее авторское определение. Франчайзинг – это правоотношение, система тесно взаимосвязанных правовых и экономических связей, форма (способ) организации и осуществления предпринимательской деятельности, представляющая собой урегулированную нормами права целостную систему отношений, реализуемых с помощью комплекса взаимосвязанных правовых средств для достижения конкретного экономического результата, основанных на договоре франчайзинга и иных сопутствующих договорных отношениях между лицом, предоставляющим комплекс исключительных и иных прав (франчайзером), и лицом, приобретающим данные права (франчайзи) в различных сферах

предпринимательской деятельности (производственной, торговой, посреднической и др.).

2. Доказано, что франчайзинг по своей юридической природе многоплановое и многозначное явление, которое не может рассматриваться в узком значении. Франчайзинг в широком смысле следует трактовать как:

- правоотношение;
- правовой институт;
- систему экономических и правовых связей;
- соглашение (договор);
- юридическую конструкцию;
- форма (способ) организации и осуществления предпринимательской деятельности;
- комплекс взаимосвязанных правовых средств;
- технологию ведения бизнеса, бизнес-модель (проект);
- механизм инвестирования.

Выявлено, что такое указание в одном ряду, на первый взгляд, несовместимых понятий, вполне обоснованно, что подчеркивает многоплановый, комплексный характер франчайзинга.

3. Аргументирована необходимость законодательного закрепления понятия договора франчайзинга. На основе сформулированного определения франчайзинга, можно предложить следующую авторскую дефиницию договора франчайзинга, которую целесообразно включить в ГК РФ – это комплексное соглашение, по которому одна сторона (франчайзер) предоставляет другой стороне (франчайзи) комплекс исключительных и (или) консультационных, обучающих и контрольных услуг и иных прав с соблюдением условий бизнес-технологий и иных факторов производства, (оказания услуг), установленных франчайзером в различных сферах предпринимательской деятельности (производственной, торговой, посреднической и других) на определенный срок, а другая сторона (франчайзи) имеет право и обязуется использовать данный комплекс исключительных прав и выплачивать вознаграждение (роялти).

4. Проведенный анализ франчайзинга и коммерческой концессии позволяет сделать вывод о многоплановости и различной интерпретации единой правовой и экономической модели (конструкции) – франчайзинга, а применительно к Российской Федерации - коммерческой концессии.

Вместе с тем, отсутствие на законодательном уровне правового регулирования договора франчайзинга, и закрепление на уровне ГК РФ договора коммерческой концессии позволяет сделать вывод об однотипности рассматриваемых договоров. Однако доказано, что, исходя из сущности данных договоров, их нельзя рассматривать как синонимы. Франчайзинг предполагает более высокий уровень взаимодействия между обладателем прав и предпринимателем, получающим право на использование исключительных прав, в том числе императивно установленную поддержку.

Полагаем, что исходя из нормативно-правового регулирования франчайзинга в Российской Федерации на уровне ГК РФ, в узком значении его следует рассматривать как коммерческую концессию, урегулированную главой 54 ГК РФ.

5. Установлено, что содержание главы 54 ГК РФ не в полной мере соответствует современным представлениям о франчайзинге различных видов, а ее название ограничивает возможности более широкого использования данной главы. В гл. 54 ГК РФ имеет место «подмена понятий». Договорные отношения, урегулированные главой 54 ГК РФ, именуются франчайзингом.

Доказана необходимость изменения названия главы 54 ГК РФ «Коммерческая концессия» на «Франчайзинг и коммерческая концессия». Наиболее логичным способом будет внесение изменений, подразумевающих законодательное применение терминов «коммерческая концессия» и «франчайзинг», «правообладатель» и «франчайзер», «пользователь» и «франчайзи». Предлагаемый вариант изменений учитывает и международную практику применения терминологии к франчайзинговым отношениям, и сложившуюся практику применения определенной терминологии в РФ.

6. Вопрос о специальном регулировании франчайзинга является весьма дискуссионным. Полагаем, что подход к регулированию франчайзинговых отношений на уровне ГК РФ в большей степени отвечает сбалансированности и эффективности правового регулирования франчайзинга в нашей стране. Аргументируется необходимость реформирования действующего законодательства в рамках ГК РФ, принятие отдельного федерального закона видится не целесообразным и лишь усложнит нормативно-правовое регулирование анализируемых отношений.

7. Аргументировано, что в качестве предмета по договору коммерческой концессии выступают целенаправленные действия правообладателя, связанные с предоставлением пользователю комплекса исключительных прав и действия пользователя по использованию переданных прав и по уплате вознаграждения, совершение иных, связанных с заключением и исполнением договора, действий, а также общественные отношения, складывающиеся между сторонами из заключенного договора.

Объектами гражданских прав, которыми по этому договору пользователь приобретает возможность использовать, выступает два вида объектов: 1) объекты интеллектуальной собственности: товарный знак, знак обслуживания, секрет производства (ноу-хау) и др.); 2) особые нематериальные блага: деловая репутация и коммерческий опыт правообладателя.

Доказано, что в категорию «объект договора коммерческой концессии» включается: конкретный объект (из числа тех, которые указаны в ГК РФ) и права на этот объект, регулируемые договором. Причем, объектом рассматриваемого договора является не исключительное право, как отдельный объект, а комплекс прав на результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним объекты.

8. Выявлено, что приравнивать термины «информация, составляющая коммерческую тайну» и «секрет производства (ноу-хау)», исходя из их содержания, неверно, что приведет к искажению сущности возникающих на их основе правоотношений. Считаем, что законодатель поступил абсолютно

верно, исключив тождественность этих понятий. На наш взгляд, имеется существенное различие этих двух терминов. Законодатель, поместив понятие «секрет производства» в ч. 4 ГК РФ, а так же прямо указав на это в законе определил, что секрет производства (ноу-хау) всегда является продуктом интеллектуальной деятельности. Однако, очевидно, что не вся информация, составляющая коммерческую тайну, является таковой. Эти термины можно соотнести как целое и часть. Так как информация, составляющая коммерческую тайну, может включать в себя иные сведения, не относящиеся к секрету производства. Секрет производства (ноу-хау) выступает частным случаем информации, составляющей коммерческую тайну.

9. В системе франчайзинга контроль качества товаров, производимых франчайзи, является правом франчайзера, но не его обязанностью, как это представлено в ст. 1031 ГК РФ. Установление анализируемой обязанности правообладателя считаем полностью оправданным, т.к. это способствует дополнительной защите прав и интересов потребителей товаров, работ и услуг. Считаем необходимым установить обязанность осуществлять контроль качества товаров (работ, услуг), производимых (выполняемых, оказываемых) пользователем на основании договора коммерческой концессии, не как дополнительную, а как основную обязанность правообладателя. Установление такого рода обязанности более логичным видится в п. 1. ст. 1031 ГК РФ.

10. Установлено, что в международном праве отсутствует единое понятие договора франчайзинга и унифицированных правил, регулирующих его. Доказывается необходимость создания унифицированных правил, регулирующих договор международного франчайзинга. В рамках этих правил следует внести единое понятие франчайзинга, сторон договора, объекта франчайзинга, перечень документов, который бы регулировал все этапы создания франчайзинговой системы. Договор международного франчайзинга – это комплексное соглашение, по которому одна сторона (франчайзер) предоставляет другой стороне (франчайзи), имеющему основное место деятельности в иностранном государстве, за вознаграждение на срок или без

указания срока право осуществлять предпринимательскую деятельность (франчайзинг) в рамках франчайзинговой сети (системы) в международном торговом обороте с целью предоставления определенного продукта в интересах и от имени франчайзи, а франчайзи имеет право и обязан использовать комплекс исключительных и иных прав и услуг, установленных франчайзером в различных сферах предпринимательской деятельности.

11. Обоснован вывод о том, что права и обязанности сторон договоров франчайзинга и коммерческой концессии имеют реализацию как в частно-правовых, так и в публично-правовых отношениях. Можно сделать вывод о комплексности и межотраслевом характере правового регулирования данных отношений. Аргументируется, что договоры франчайзинга и коммерческой концессии обладают сложной правовой природой, усматриваются межотраслевые связи при возникновении правоотношений из договора коммерческой концессии. Вместе с тем, правовой институт коммерческой концессии, является институтом гражданского права, включаемым в обязательственное право.

В целях совершенствования правового регулирования франчайзинга и договора коммерческой концессии, автором доказана целесообразность внесения ряда изменений в действующее законодательство:

- закрепить в ГК РФ положение о том, что является предметом гражданско-правового договора вообще и договора коммерческой концессии, в частности. К сожалению, в ГК РФ отсутствует легальное определение предмета гражданско-правового договора, что, в свою очередь, порождает разнообразие научных и практических предложений. Такая законодательная неопределенность приводит к тому, что договорная и судебная практика сталкиваются с определенными сложностями в формулировании предмета договора. Исходя из этого, считаем необходимым изменить п. 1 ст. 432 ГК РФ ввести ч. 3, изложив ее в следующей редакции: «В качестве предмета договора выступают действия сторон и общественные отношения, складывающиеся между сторонами из заключенного договора»;

- предусмотреть диспозитивную норму, позволяющую сторонам выбирать, регистрировать переход исключительных прав по договору коммерческой концессии или нет. Т.е. п. 2. ст. 1028 изложить в следующей редакции: «Предоставление права использования в предпринимательской деятельности пользователя комплекса принадлежащих правообладателю исключительных прав по договору коммерческой концессии по соглашению сторон подлежит государственной регистрации в федеральном органе исполнительной власти по интеллектуальной собственности. При отказе сторон от государственной регистрации предоставление права использования комплекса исключительных прав, договор считается состоявшимся»;

- с целью защиты коммерческой тайны правообладателя, необходимо внести изменения, касающиеся срока действия договора коммерческой концессии, а именно, установить минимальный срок договора, например, равный трем годам.

Включить в ГК РФ ст. 1030.1. «Срок договора франчайзинга и коммерческой концессии», изложив ее в следующей редакции:

«1. Договор франчайзинга и коммерческой концессии заключаются на срок, не менее трех лет. Для отдельных видов договоров франчайзинга и коммерческой концессии законом могут быть установлены иные минимальные сроки, на которые может быть заключен договор.

2. После окончания срока договора франчайзинга и коммерческой концессии правообладатель вправе изменить любые условия, но пользователь, в случае надлежащего исполнения своих обязанностей, имеет преимущественное право на заключение договора на изменившихся условиях на новый срок перед другими потенциальными пользователями.

3. При отсутствии заявления одной из сторон о прекращении договора по окончании срока его действия он считается продленным на тот же срок и на тех же условиях, какие были предусмотрены договором».

Таким образом, срок договора должен рассматриваться как существенное условие договора;

- ст. 1034 ГК РФ «Ответственность правообладателя по требованиям, предъявляемым к пользователю» изложить в следующей редакции: «Правообладатель несет субсидиарную ответственность по предъявляемым к пользователю требованиям о несоответствии качества товаров (работ, услуг), продаваемых (выполняемых, оказываемых) пользователем по договору коммерческой концессии, в случаях, предусмотренных самим договором.

По требованиям, предъявляемым к пользователю как изготовителю продукции (товаров) правообладателя, правообладатель отвечает солидарно с пользователем»;

- установить положение о невозможности включения в коммерческую тайну самого перечня сведений, отнесенных к коммерческой тайне, путем внесения в ст. 5 ФЗ «О коммерческой тайне» пункта 2, который необходимо представить в следующей редакции «В отношении перечня информации, составляющей коммерческую тайну, указанном в подпункте 1 пункта 1 статьи 10 настоящего Федерального Закона не может быть установлена коммерческая тайна».

Теоретическая значимость результатов исследования заключается в том, что они в совокупности значительно расширяют полученные ранее теоретические представления о франчайзинге и договоре коммерческой концессии. Содержащиеся в диссертации определения теоретических понятий и выводы могут послужить доктринальной базой для дальнейших научных разработок и способствовать развитию науки гражданского и предпринимательского права в направлении совершенствования законодательства и практики применения анализируемых в работе договорных конструкций.

Практическая значимость исследования заключается в возможности использования его выводов при совершенствовании действующего гражданского и международного законодательства. Предложения, представленные в данном исследовании, могут быть использованы в судебной практике, в учебном процессе при преподавании курса «Гражданское право»,

«Предпринимательское право» и специальных учебных курсов цивилистического цикла, при разработке учебно-методической литературы и подготовке комментариев к гражданскому законодательству.

В результате проведенного исследования разработан комплекс предложений по совершенствованию действующего института гражданского права и законодательства – франчайзинга и коммерческой концессии.

Отдельные результаты исследования имеют прикладное значение, это обусловлено спецификой предмета изучения, что также может послужить стимулом для дальнейших как общетеоретических, так и отраслевых научных изысканий.

Апробация и внедрение результатов исследования. Диссертация обсуждена и одобрена на кафедре гражданского права и процесса юридического факультета ФГБОУ ВПО «Ульяновский государственный университет».

Ключевые положения диссертационного исследования были представлены автором в выступлениях на международных и всероссийских научно-практических конференциях: «Соотношение понятий «франчайзинг» и «коммерческая концессия» в российском и международном законодательстве» (г. Пермь, Пермский государственный национальный исследовательский университет, октябрь 2014 г.); «Правовое регулирование договора коммерческой концессии в свете модернизации гражданского законодательства, направление: Проблемы модернизации гражданского законодательства России» (г. Уфа: Научно-инновационный центр Института права БашГУ, 2014); «Договор коммерческой концессии: реформа правового регулирования в свете изменений Гражданского кодекса Российской Федерации» (г. Ульяновск: ФГБОУ ВПО Ульяновский государственный университет, 12 декабря 2014 г.); «К вопросу о франчайзинге и договору коммерческой концессии в России» (Ростов-на-Дону: Южный Федеральный Университет, 2014 г.); «Предмет как существенное условие в договоре коммерческой концессии» (г. Владивосток: Дальневосточный государственный университет, 24 апреля 2015 г.); «Развитие

франчайзинговых отношений в России: современное состояние и перспективы развития» (г. Москва: Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, 22 апреля 2015 г.); «Реформа правового регулирования договора коммерческой концессии в свете изменений Гражданского кодекса Российской Федерации» (г. Саратов: Саратовская государственная юридическая академия, март 2015 г.); «Проблемы определения предмета договора коммерческой концессии» (г. Казань: Российский государственный университет правосудия, 15 мая 2015 г.); «Отдельные вопросы применения договора коммерческой концессии и франчайзинга в предпринимательском обороте на современном этапе развития торговли» (г. Москва: МАЭП, 4 июня 2015 г.) и других.

Разработанные приемы и конкретные предложения по совершенствованию правового регулирования отношений в сфере франчайзинга и коммерческой концессии апробированы в деятельности различных коммерческих организаций.

Также выводы и предложения автора применяются при разработке и преподавании учебных курсов «Гражданское право» в ФГБОУ ВПО «Ульяновский государственный университет», НОУ ВПО «Московская академия экономики и права», Ульяновском филиале ФГБОУ ВПО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации». Основные положения диссертации отражены в 21 научной статье, общим объемом 6,4 п.л., шесть из которых опубликованы в ведущих рецензируемых журналах и изданиях, рекомендованных ВАК Минобрнауки России для публикации результатов диссертационных исследований на соискание ученой степени кандидата наук.

Структура работы отражает логику исследования, определена целью исследования и вытекающими из нее задачами. Диссертация состоит из введения, трех глав, включающих девять параграфов, заключения и библиографического списка.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во введении обосновывается актуальность темы исследования, проводится анализ степени ее разработанности, определяются объект, предмет, цель и задачи исследования, представлены теоретическая и эмпирическая база, доказаны его научная новизна, теоретическая и практическая значимость, сформулированы положения, выносимые на защиту.

Первая глава «Понятие, развитие законодательного регулирования и сфера применения франчайзинга в международном обороте и в Российской Федерации» состоит из трех параграфов и посвящена изучению правовой природы франчайзинга, исследованию его понятия, истории развития и экономико-правового значения франчайзинга в международном обороте и в Российской Федерации, законодательного регулирования данного договора, определяется место института франчайзинга в системе договорных обязательств, делается вывод, что данный институт входит в особенную часть гражданского права, определены теоретические и практические проблемы соотношения франчайзинга и договора коммерческой концессии.

Первый параграф первой главы «Понятие, значение и правовая природа франчайзинга и франчайзинговых отношений» посвящен исследованию существующих теоретических подходов к категории «франчайзинг» и определению признаков, сущности и правовой природы франчайзинга и франчайзинговых отношений.

Отсутствие легального определения франчайзинга и договора франчайзинга создает трудности в определении правовой природы, сущности и особенностей применения данной договорной конструкции в Российской Федерации. В теории гражданского и предпринимательского права многие ученые в своих работах, рассматривая отношения, возникающие в связи реализацией франчайзинговых отношений, дают авторские понятия данной формы организации предпринимательской деятельности и определяют особенности правового регулирования.

Выявлено, что понятие «франчайзинг» терминологически не закреплено в российском законодательстве. Также нет единообразного подхода к его регулированию и на международном уровне. При этом в международной практике выделяют основные виды франчайзинга. Главные различия между ними заключаются в объеме передаваемых правообладателем своему партнеру прав, степени стандартизации бизнес-процессов и уровнем поддержки, оказываемой правообладателем (франчайзером) своим партнерам (франчайзи).

Доказано, что отношения франчайзинга формируют модель организации бизнеса и носят комплексный характер, а, следовательно, их содержание выходит за пределы предоставления исключительных прав и охватывает действия по оказанию правообладателем пользователю консультационных, обучающих и контрольных услуг. На основе сформулированного определения франчайзинга, предложена авторская дефиниция договора франчайзинга.

Во втором параграфе первой главы «Становление, развитие законодательного регулирования и сфера применения франчайзинга в международном обороте и в Российской Федерации» рассматриваются основные периоды в историческом развитии института франчайзинга в зависимости от практики распространения данной сферы предпринимательства и становления законодательства, регулирующего вопросы франчайзинговой деятельности. Акцентируется внимание на современном правовом регулировании франчайзинговых отношений в России, обосновывается их приоритетность и социально-экономическое назначение в России. Доказывается, что именно эта форма должна рассматриваться как отвечающая в большей степени правам и интересам предпринимателей при организации бизнеса с минимальными затратами.

В третьем параграфе первой главы «Соотношение франчайзинга и договора коммерческой концессии: теоретические и практические проблемы» анализируются проблемные аспекты соотношения франчайзинга и договора коммерческой концессии, теоретические и практические вопросы, возникающие ввиду отсутствия единообразного применения терминологии,

определяются особенности понимания франчайзинга в экономическом смысле, проводится правовой анализ отличительных особенностей договора франчайзинга от договора коммерческой концессии и лицензионного договора, предусмотренные действующим российским гражданским законодательством.

Выяснено, что в теории достаточно остро стоит проблема терминологии в сфере коммерческой концессии и франчайзинга. Аргументируется вывод о том, что различия в толковании терминов при осуществлении предпринимательского (торгового) оборота, особенно это касается международных торговых отношений, может повлечь негативные последствия в форме судебных разбирательств, потери статуса организации, экономических потерь, снижения эффективности развития бизнеса и других негативных последствий и финансовых издержек.

Установлено, что в законодательстве отдельных стран понятия «франчайзинг» и «коммерческая концессия» не равнозначны. Выявлено, что франчайзинг предполагает более высокий уровень взаимодействия между обладателем прав и предпринимателем, получающим право на использование исключительных прав, в том числе императивно установленную поддержку (оказание пользователю постоянного технического и консультативного содействия) и контроль за действиями последнего.

Определены ключевые, сущностные различия между договорами франчайзинга и коммерческой концессии. Сделан вывод о том, что необходимо реформирование действующего законодательства в рамках ГК РФ, принятие отдельного федерального закона, регулирующего франчайзинговые отношения, не целесообразно.

Во второй главе «Понятие, признаки, условия (элементы) договора коммерческой концессии и франчайзинга» исследуются понятие, значение и признаки договора коммерческой концессии, предмет и объект как существенные условия договоров, а также иные условия (элементы) договора коммерческой концессии: цена, форма и срок, порядок и особенности заключения, изменения и прекращения договора.

В первом параграфе второй главы «Понятие, значение и признаки договора коммерческой концессии» изучено закрепленное в ГК РФ понятие договора коммерческой концессии, значение данного института обязательственного права, признаки и особенности российской модели организации коммерческой концессии.

Установлены признаки, присущие договору коммерческой концессии, отличающие его от других самостоятельных гражданско-правовых договоров. Определено, что в российском законодательстве предполагается регулирование наряду с отношениями франчайзинга и собственно отношений коммерческой концессии в истинном смысле этого слова.

Доказано, что договор коммерческой концессии регулирует отношения по поводу использования одним лицом в своей предпринимательской деятельности исключительных прав другого лица на объекты интеллектуальной собственности и приравненные к ним средства индивидуализации товара и его производителя, а также некоторых иных прав, в частности, на охраняемую коммерческую информацию, коммерческие обозначения, а также ноу-хау.

Говоря о российском праве и предпринимательской (коммерческой) практике, а, главное, об отсутствии правового регулирования договора франчайзинга в нашей стране, следует сделать вывод, что данные виды договоров, с определенной долей условности, можно все же признать однопорядковыми (едиными по правовой природе и назначению), исходя из законодательного регулирования российским законодательством лишь договора коммерческой концессии. Установлены существенные отличия между данными договорами.

Во втором параграфе второй главы «Предмет и объект как существенные условия договоров коммерческой концессии и франчайзинга» установлено, что договорная и судебная практика сталкиваются с определенными сложностями в формулировании предмета рассматриваемого договора. Это объясняется тем, что в науке существуют

различные подходы к определению предмета и объекта договора, в целом, и договоров коммерческой концессии и франчайзинга, в частности.

Сделан вывод о том, что объект гражданско - правового договора не должен совпадать с предметом, но может входить в предмет договора. Полагаем, что в категорию «объект договора коммерческой концессии» включается: конкретный объект (из числа тех, которые указаны в ГК РФ) и права на этот объект, регулируемые договором.

Следует признать обоснованным и объективно необходимым расширение на законодательном уровне перечня объектов, предоставление которых допустимо по договору коммерческой концессии.

Аргументируется вывод, что приравнять термины «информация, составляющая коммерческую тайну» и «секрет производства (ноу-хау)» в корне неправильно, это приведет к искажению сути возникающих на их основе правоотношений.

Третий параграф «Цена, форма и срок как условия (элементы) договора коммерческой концессии» посвящен вопросам законодательного регулирования условий (элементов) договора коммерческой концессии, рассматриваются такие условия, как цена, форма, срок и другие.

Установлено, что наряду с предметом, как существенное условие по договору коммерческой концессии выступает цена договора.

Положение о закреплении комплексного характера вознаграждения необходимо оценивать в качестве позитивного фактора законодательного процесса и практической деятельности, а также практики международного оборота, поскольку зарубежное законодательство не предусматривало никаких ограничений по вопросам вознаграждения правообладателя, что вызывало трудности при реализации международной предпринимательской практики в Российской Федерации.

Доказана необходимость внесения ряда изменений в действующее гражданское законодательство в отношении определения срока договора коммерческой концессии, который логично заключать на определенный срок.

Доказывается необходимость внесения существенных изменений, касающиеся императивно закрепленной обязанности регистрации договора. Предложено законодательно предусмотреть диспозитивную норму, позволяющую сторонам выбирать, регистрировать переход исключительных прав по договору коммерческой концессии или нет.

Установлено, что, в основном, императивные обязанности сторон по договору коммерческой концессии конкретизируют условия о цене договора и его предмете, следовательно, именно они должны рассматриваться в качестве существенных по действующему гражданскому законодательству РФ. Вместе с тем, доказано, что сроку договора также следует придать существенное значение.

В третьей главе «Правовой статус сторон договора коммерческой концессии и франчайзинга» обосновывается, что основными участниками (субъектами) анализируемых договоров являются правообладатель и пользователь, франчайзер и франчайзи; данная глава посвящена исследованию наиболее проблемных вопросов реализации сторонами прав и исполнения возложенных на них обязанностей.

В первом параграфе третьей главы «Понятие и требования, предъявляемые к сторонам договора коммерческой концессии и франчайзинга» рассмотрен статус сторон договора, критерии, которым должны соответствовать стороны договора коммерческой концессии и франчайзинга.

В международном законодательстве отсутствует единое наименование сторон в рассматриваемых договорах. Аргументируется, что такая законодательная неопределенность в понятиях, конечно, создает некоторые трудности в правоприменительном процессе.

Установлена возможность выступления в предпринимательской деятельности участников договора простого товарищества, в том числе, в качестве стороны в договоре коммерческой концессии.

Доказана целесообразность включения в субъектный состав договора коммерческой концессии некоммерческие организации и лиц, осуществляющих социальное предпринимательство.

Доказывается, что договор франчайзинга имеет не только частно-правовой характер, но затрагивает и публичные интересы, соответственно, в правоотношениях франчайзинга принимают участие и органы государственной власти. В публично-правовой сфере к субъектам государственного регулирования отношений франчайзинга необходимо отнести Федеральную службу по интеллектуальной собственности (ФСИС).

Во втором параграфе третьей главы «Правовой статус правообладателя (франчайзера) по договору коммерческой концессии» исследованы вопросы необходимости четкого законодательного закрепления и определения правового положения правообладателя (франчайзера), анализируются права и обязанности правообладателя, ответственность за неисполнение или ненадлежащее исполнение договора коммерческой концессии.

Аргументируется, что договор коммерческой концессии отличен тем, что стороны принимают на себя особые обязанности, координирующие их совместную деятельность, устанавливающие взаимодействие при осуществлении предпринимательской деятельности.

Третий параграф «Правовой статус пользователя (франчайзи) по договору коммерческой концессии и франчайзинга. Ответственность сторон» посвящен выявлению особенностей правового статуса пользователя, его прав и обязанностей, ответственности по договору.

Установлено, что перечень обязанностей пользователя, предусмотренный ГК РФ, гораздо объемнее, нежели у правообладателя и не носит столь императивного исчерпывающего характера. Основной обязанностью пользователя является соблюдение условий договора в части использования средств индивидуализации и принадлежащих правообладателю

исключительных прав, которая коррелирует с правом на использование комплекса исключительных прав передаваемых по договору.

Анализ действующего законодательства РФ позволяет сделать вывод, что ответственность правообладателя наступает только при несоответствии качества, но не количества, ассортимента, комплектности, сроков и иных условий договора пользователя с его контрагентом.

Доказано, что права и обязанности сторон договоров франчайзинга и коммерческой концессии имеют реализацию как в частно-правовых, так и в публично-правовых отношениях. Аргументируется вывод о комплексности и межотраслевом характере правового регулирования данных отношений. Таким образом, установлено, что договоры франчайзинга и коммерческой концессии обладают сложной правовой природой; усматриваются межотраслевые связи при возникновении правоотношений из договора коммерческой концессии. Вместе с тем, правовой институт коммерческой концессии, являясь институтом гражданского права, относится к обязательственному праву.

В **Заключении** содержатся обобщающие выводы, формулируются основные предложения по совершенствованию законодательства.

Основные научные положения диссертации опубликованы в следующих работах:

Статьи в рецензируемых научных журналах и изданиях, рекомендованных ВАК при Министерстве образования и науки Российской Федерации для публикации результатов диссертационных исследований:

1. *Еремин, А.А.* Применение и развитие договора коммерческой концессии в российском и зарубежном законодательстве [Текст] / А.А. Еремин // Вестник Тверского государственного университета. Серия: право. - 2014. - № 4. - С. 73-83. (0,8 п.л.). ISSN 1995-0144;

2. *Еремин, А.А.* Понятие и классификация организационных договоров [Текст] / А.А. Еремин // Вестник Волжского университета имени В.Н. Татищева. - 2014. - № 4(81). - С. 175-178. (0,2 п.л.). ISSN 2076-7919;

3. *Морозов, С.Ю., Левушкин, А.Н., Еремин, А.А.* Существенные и иные условия договора коммерческой концессии: теория и практика применения [Текст] / С.Ю. Морозов, А.Н. Левушкин, А.А. Еремин // Экономика. Предпринимательство. Окружающая среда. (ЭПОС). - 2014. - № 4 (60). - С. 96-103. (0,5 п.л.). ISSN 1026-986X;

4. *Левушкин, А.Н., Еремин, А.А.* Становление правового регулирования договора коммерческой концессии в торговом обороте в России [Текст] / А. Н. Левушкин, А. А. Еремин // Коммерческое право. - 2015. - № 1. - С. 111 – 119. (0,4). ISSN 2221-8351;

5. *Еремин, А.А.* История становления и развития правового регулирования договора коммерческой концессии в России [Текст] / А.А. Еремин // История государства и права. - 2015. - № 2. - С. 13-17. (0,3 п.л.). ISSN 1812-3805;

6. *Еремин, А.А.* Развитие франчайзинговых отношений в России: современное состояние и перспективы развития [Текст] / А.А. Еремин // Юрист. - 2015. - № 9. - С. 37-41. (0,3 п.л.). ISSN 1812-3929;

Статьи в иных научных журналах и изданиях:

7. *Еремин, А.А.* Соотношение понятий «франчайзинг» и «коммерческая концессия» в российском и международном законодательстве [Текст] / А.А. Еремин // Пятый Пермский международный конгресс ученых-юристов: материалы междунар.науч.-практ.конф. (г. Пермь, Перм.гос.нац.иссл.ун-т, октябрь 2014 г.) / отв. ред. О.А. Кузнецова; Перм. гос. нац. иссл. ун-т. – Пермь, 2014. – С. 83-85. (0,3 п.л.);

8. *Еремин, А.А.* Правовое регулирование договора коммерческой концессии в свете модернизации гражданского законодательства, направление: Проблемы модернизации гражданского законодательства России [Текст] / А.А. Еремин // Модернизация юридического образования: проблемы и перспективы: мат. Всерос. научно-практической конференции, посвященной 65-летию юридического образования в Республике Башкортостан, 5-6 ноября 2014. Уфа: Научно-инновационный центр Института права БашГУ, 2014. – С. 65-69. (0,3 п.л.);

9. *Еремин, А.А.* Семейное право как отрасль частно-публичного права [Текст] / А.А. Еремин // Право, правосудие, исполнение наказаний: отечественный и зарубежный опыт: мат. межд. научн.-практич. конф., Владимир, 29-30 мая 2014 г. / Федер. служба исполн. наказаний, Владим. юрид. ин-т Федер. службы исполн. наказаний: [ред.кол.: С.Н. Емельянов (пред.) и др.]. – Владимир: ВЮИ ФСИН России, 2014. (0,3 п.л.);

10. *Еремин, А.А.* Договор коммерческой концессии: реформа правового регулирования в свете изменений Гражданского кодекса Российской Федерации // 20 лет Гражданскому кодексу Российской Федерации: итоги, тенденции и перспективы развития: мат. III межд. научн.-практич. конф, 12 декабря 2014. Ульяновск: УлГУ, 2014. (0,3 п.л.);

11. *Еремин, А.А.* К вопросу о франчайзинге и договору коммерческой концессии в России [Текст] / А.А. Еремин // Юридическая наука и практика: традиции и новации: мат. межд. научн.-практич. конф, 20 октября 2014. Ростов-на-Дону: Южный Федеральний Университет, 2014. (0,25 п.л.);

12. *Еремин, А.А.* Договор франчайзинга в свете реформирования гражданского законодательства Российской Федерации [Текст] / А.А. Еремин // Правосудие на современном этапе: актуальные вопросы теории и практики: мат. всеросс. научн.-практич. конф, 23 октября 2014 г. Казань, 2014. (0,3 п.л.);

13. *Еремин, А.А.* Предмет как существенное условие в договоре коммерческой концессии [Текст] / А.А. Еремин // Основные направления развития гражданского права на современном этапе: опыт России и стран АТР: мат. IX межд. научн.-практич. конф. Овчинниковские научные чтения, 24 апреля 2015 г. Владивосток: ДВГУ, 2015. (0,3 п.л.);

14. *Еремин, А.А.* Тенденции развития франчайзинговых отношений в России [Текст] / А.А. Еремин // Ученые записки Ульяновского государственного университета. Серия «Право». - 2015. - № 1.(32). С. 38-42. (0,3 п.л.);

15. *Еремин, А.А.* Франчайзинг и коммерческая концессия в российском и международном законодательстве: становление и развитие [Текст] / А.А. Еремин // Россия в современном мире: политико-правовой аспект: мат. межд.

научн.-практич. конф, посвященной 85-летию ДГТУ, 4 -8 мая 2015 г. Ростов-на-Дону: 2015. (0,25 п.л.);

16. *Еремин, А.А.* Реформа правового регулирования договора коммерческой концессии в свете изменений Гражданского кодекса Российской Федерации [Текст] / А.А. Еремин // Гражданский кодекс: состояние и перспективы развития (к 20-летию принятия части 1 ГК РФ). Саратов, 2015. (0,3 п.л.);

17. *Левушкин, А.Н., Еремин, А.А.* Некоторые проблемы правосубъектности правообладателя в договоре коммерческой концессии [Текст] / А.Н. Левушкин, А.А. Еремин // Проблема правосубъектности: современные интерпретации: мат. межд. научн.-практич. конф, 27 февраля 2015. Самара: СГА, 2015. (0,3 п.л.);

18. *Еремин, А.А.* Предмет и объект договора коммерческой концессии [Текст] / А.А. Еремин // Актуальные проблемы развития гражданского права и процесса на современном этапе: мат. всеросс. научно-практической конференции. Краснодар, 2015. (0,2 п.л.);

19. *Еремин, А.А.* Развитие франчайзинговых отношений в России: современное состояние и перспективы развития [Текст] / А.А. Еремин // Сборник научно-практических статей II Международной научно-практической конференции «Актуальные проблемы предпринимательского и корпоративного права в России за рубежом» (22 апреля 2015 года, г. Москва) / под общ. ред. С.Д. Могилевского, М.А. Егоровой // Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ. Юридический факультет им. М.М. Сперанского. М.: Юстицинформ, 2015. - 214 с. (0,3 п.л.);

20. *Еремин, А.А.* Отдельные вопросы применения договора коммерческой концессии и франчайзинга в предпринимательском обороте на современном этапе развития торговли [Текст] / А.А. Еремин // Право и Бизнес: конвергенция частного и публичного права в регулировании предпринимательской деятельности», посвященная памяти профессора Н.М. Коршунова: мат. IV Ежегодной межд. научн.-практич. конф., 4 июня 2015 г. Москва: МАЭП, 2015. - С. 766-773. (0,3 п.л.);

21. *Еремин, А.А.* Проблемы определения предмета договора коммерческой концессии [Текст] / А.А. Еремин // Современные тенденции развития гражданского процессуального законодательства и практики его применения: II Всероссийская научн.-практич. конф. с международным участием, 15 мая 2015 г. Казань: Российский государственный университет правосудия, 2015. (0,3 п.л.).