



4859569

**Клеймёнова Марина Олеговна**

**АДМИНИСТРАТИВНО-ПРАВОВЫЕ МЕТОДЫ  
ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ПО ОБЕСПЕЧЕНИЮ  
РЕЖИМА ФИРМЕННОГО НАИМЕНОВАНИЯ И ЕГО ПРАВООБЛАДА-  
ТЕЛЯ**

Специальности: 12.00.14 - административное право; финансовое право;  
информационное право; 12.00.03 – гражданское право; предпринимательское  
право; семейное право; международное частное право

**АВТОРЕФЕРАТ**  
диссертации на соискание ученой степени  
кандидата юридических наук

19 НОЯ 2011

Москва - 2011

Работа выполнена в Государственном научно-исследовательском институте системного анализа Счетной палаты Российской Федерации

**Научный руководитель:** доктор юридических наук, профессор  
**Мелёхин Александр Владимирович**

**Официальные оппоненты:** доктор юридических наук, профессор  
**Лапина Марина Афанасьевна**

кандидат юридических наук, доцент  
**Баранов Виктор Алексеевич**

**Ведущая организация:** Московский государственный университет  
экономики, статистики, информатики

Защита диссертации состоится «22» ноября 2011 года в 15 часов на заседании диссертационного совета Д 144.001.02 при Государственном научно-исследовательском институте системного анализа Счетной палаты Российской Федерации по адресу: 119991, г. Москва, ул. Зубовская, д. 2, зал заседаний Диссертационного совета.

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке Государственного научно-исследовательского института системного анализа Счетной палаты Российской Федерации.

Автореферат разослан «19» октября 2011 года.

Ученый секретарь  
диссертационного совета,  
кандидат юридических наук



А.А. Васильев

## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

**Актуальность темы исследования.** При переходе к рыночным отношениям российская экономика столкнулась с рядом новых, не свойственных плановой экономике проблем. Актуальной стала задача правовой регламентации деловой конкуренции хозяйствующих субъектов. В условиях свободного гражданского оборота и открытой конкуренции производителей товаров, работ и услуг особое значение приобретает их деловая репутация. Она становится важным фактором эффективной работы самого хозяйствующего субъекта, его позиционирования на рынке, продвижения товаров, работ и услуг, но и важным условием, способствующим защите прав потребителей. Индивидуализация хозяйствующих субъектов, происходящая в современном обществе, требует развития правовых институтов средств индивидуализации юридических лиц, товаров и услуг, а также эффективных механизмов правовой защиты.

Активно развивающиеся в Российской Федерации предпринимательские отношения высветили ряд серьезных проблем, которые требуют своего решения в науке административного, гражданского и информационного права. Они, в частности, касаются:

- процесса создания и функционирования фирменного наименования как средства индивидуализации коммерческой организации;
- регистрационного режима фирменного наименования и его правообладателя;
- полномочий и юридической ответственности правообладателей фирменного наименования и органов исполнительной власти за умышленную регистрацию фирменного наименования, схожего до степени смешения, с зарегистрированными ранее средствами индивидуализации;
- юридической ответственности за использование фирменного наименования, тождественного с другими средствами индивидуализации.

Актуальными являются некоторые теоретические вопросы правового режима фирменного наименования, например, о становлении правового института режима фирменного наименования и его правообладателе в России, об активизации законодательного процесса по формированию правового института ре-

жима фирменного наименования, устойчивости взаимосвязи предпринимательской деятельности и института режима фирменного наименования.

Российское законодательство и нормы международного права не определяют понятия «фирменное наименование». Единообразно понимаемого представления об этом средстве индивидуализации также не было выработано и в рамках юридической науки.

**Степень научной разработанности темы исследования.** В юридической литературе имеется ряд научных публикаций, посвященных отдельным вопросам правового регулирования в области фирменного наименования. В то же время комплексные исследования, раскрывающие содержательную характеристику административно-правовых методов, применяемых в процессе государственного регулирования по обеспечению режима фирменного наименования, не проводились.

Вопросы правового режима фирменного наименования и его субъектов в той или иной степени исследовались в работах российских и зарубежных учёных Д.Н. Бахраха, М.Н. Марченко, Ю.Н. Старилова, А.В. Зеленцова, В.В. Розенберга, Б.В. Россинского, Е.А. Суханова, А.Я. Сухарева, Г.Ф. Шершеневича и др.

Правовые аспекты режима фирменного наименования в рамках административного и информационного права отражены в исследованиях, посвященных характеристике коммерческих организаций как основных субъектов фирменного наименования, в работах следующих ученых-административистов: А.Б. Агапова, Е.В. Аксёнова, А.П. Алехина, Д.Н. Бахраха, Н.Н. Белявского, Т.А. Гусевой, М.С. Денисовой, В.Л. Кобалевского, Ю.М. Козлова, А.П. Коренева, А.С. Лазариди, Т.Н. Мартынова, А.Л. Радкевича, О.Л. Рассказова, И.А. Склярова, А.П. Солдатов, Ю.А. Тихомирова, А.Н. Толоконникова, Е.Н. Трихонюк, Ю.В. Шилова и др.

Гражданско-правовая проблематика фирменного наименования исследовалась в трудах цивилистов В.Г. Березиной, В.Ю. Бузанова, О.В. Витякиной, Э.П. Гавриловой, В.В. Голофаева, О.А. Городова, И.П. Грешникова, В.А. Дозорцева, Т.В. Записной, О.В. Закревской, И.А. Зениной, В.И. Ерёмченко, Д.А. Медведева, П.В. Мэгтса, В.В. Орловой, О.А. Рузаковой, А.П. Сергеева, В.М. Сергеева, Д.Ю.

Чежия, Д.А. Шишкина. Некоторые публично-правовые аспекты правового режима фирменного наименования были частично исследованы в трудах В.Н. Исаенко, И.Ш. Киялсханова, В.Д. Ларичева, В.Б. Наумова, А. Теренина, Ю.В. Трунцевского и др.

При анализе проблемы административно-правовых методов государственного регулирования по обеспечению режима фирменного наименования необходимо отметить следующие вопросы: о регистрационном режиме фирменного наименования и его правообладателе, соотношении режимов регистрации фирменного наименования и товарного знака, об административных способах защиты исключительного права на фирменное наименование, о способах осуществления контроля и надзора со стороны государства за законностью использования фирменного наименования, видах административной ответственности за незаконное использование фирменного наименования и др., которые регулируются нормами нескольких отраслей права. Этот перечень вопросов частично находит своё отражение в административном законодательстве.

Кроме законодательства России, преимущественное значение для всех субъектов предпринимательской деятельности, использующих фирменное наименование в качестве средства индивидуализации, имеют международные договоры. Для средств индивидуализации юридических лиц основным из таких договоров является Конвенция по охране промышленной собственности (далее - Парижская конвенция)<sup>1</sup>. Положения конвенции являются главенствующими по сравнению с внутренним законодательством для всех объектов интеллектуальной собственности.

Основываясь на междисциплинарном характере исследования, диссертантом учитывались положения и выводы, содержащиеся в трудах по теории государства и права, по административному, гражданскому, конституционному, предпринимательскому, таможенному, финансовому и иным отраслям права.

**Целью** диссертационной работы является определение эффективных административно-правовых методов государственного регулирования по обеспечению режима фирменного наименования; выявление административно-

---

<sup>1</sup> «Конвенция по охране промышленной собственности» (Заключена в Париже 20.03.1883) (ред. от 02.10.1979) // «Закон», № 7, 1999 (извлечение).

правового механизма создания, регистрации и использования исключительного права на фирменное наименование с целью уменьшения количества схожих до степени смешения средств индивидуализации юридических лиц, работ и услуг на основе современных достижений юридической науки, современного законодательства, анализа судебной практики. В качестве основной цели необходимо выделить разработку теоретических и практических выводов, а также предложений по совершенствованию норм административного законодательства и устранению противоречий между внутренним законодательством и международными договорами в этой сфере исследования.

Достижение поставленной цели обусловлено постановкой и решением следующих задач:

- исследовать административно-правовые методы государственного регулирования по обеспечению режима фирменного наименования, в соотношении с другими средствами индивидуализации товаров, работ, услуг;
- определить правовой статус и полномочия участников рыночных отношений, являющихся правообладателями фирменных наименований;
- осуществить анализ порядка использования фирменного наименования как самостоятельного средства индивидуализации юридического лица, так и в составе коммерческого обозначения или товарного знака;
- сформулировать авторское понятие, а также определить значение и функции фирменного наименования как средства индивидуализации юридического лица с позиции административного права;
- исследовать содержание и сущность регистрационного режима фирменного наименования, устанавливаемого в рамках законодательства;
- выявить правовое значение сходства и различия фирменного наименования по сравнению с другими средствами индивидуализации организаций, товаров, работ, услуг;
- проанализировать правоприменительный процесс в области защиты исключительного права на фирменное наименование, а также юрисдикционный и неюрисдикционный способы его защиты;

- исследовать полноту и качество административно-правовых способов защиты исключительного права на фирменное наименование по законодательству;

- выявить пути решения проблем по определению административно-правового режима фирменного наименования юридических лиц по законодательству;

- выявить актуальные проблемы правового регулирования и практики использования фирменного наименования как средства индивидуализации юридического лица;

- сформулировать предложения и рекомендации, способствующие повышению эффективности применения норм законодательства, используемых в государственном регулировании исключительного права на фирменное наименование;

- выявить административно-правовые методы государственного регулирования, направленные на усиление мер по обеспечению исключительного права юридического лица на фирменное наименование;

- изучить правовые основы установления нарушителей исключительных прав на фирменное наименование, а также классификацию нарушений по праву России и зарубежных стран;

- сформулировать предложения и рекомендации, способствующие дополнению административного законодательства видами административной ответственности за незаконное использование схожего до степени смешения или зарегистрированного ранее фирменного наименования;

- предложить новые подходы по привлечению к административной ответственности лиц виновных в незаконном использовании чужого фирменного наименования или умышленную регистрацию схожего с зарегистрированным ранее фирменным наименованием.

**Объектом исследования** является система общественных отношений, складывающихся при создании, регистрации, использовании и административно-правовой защите исключительного права на фирменное наименование.

**Предметом исследования** являются нормы законодательства, осуществляющие государственное регулирование по обеспечению административно-

правового режима фирменного наименования и других средств индивидуализации товаров, работ и услуг. В качестве предмета исследования выступают доктринальные положения административного, гражданского и информационного права, практика реализации административно-правовых методов государственного регулирования по обеспечению режима фирменного наименования.

Методологическую основу составляют совокупность методов научного познания, среди которых ведущее место занимает диалектико-материалистический метод познания.

Использованы основные способы исследовательской деятельности, применяемые в правовых науках. Среди них следующие общенаучные методы познания: формально-логический (анализ, синтез, индукция, дедукция, гипотеза, аналогия) и специальные юридические (историко-правовой, формально-юридический, сравнительный и системного анализа юридических явлений).

Историко-правовой метод позволил проследить становление и развитие института фирменного наименования в конкретных исторических условиях, а также определить предпосылки появления и популяризации средств индивидуализации юридического лица на современном этапе.

В ходе исследования проведён правовой анализ общих закономерностей в становлении института фирменного наименования и имеющихся противоречий в развитии международно-правового регулирования исключительного права на фирменное наименование.

Сравнительно-правовой метод позволил проанализировать вопросы обеспечения исключительного права на фирменное наименование в соотношении с другими средствами индивидуализации товаров, работ и услуг с точки зрения положительного опыта иных правовых систем, а также с разных правовых позиций: административного и гражданского законодательства.

Метод системного анализа позволил определить место фирменного наименования в системе исключительных прав, существующих в праве.

**Научно-информационная, источниковедческая и эмпирическая основы исследования.** Впервые роль фирменного наименования как средства индивидуализации юридического лица была отображена в Парижской конвенции. С момента вступления в силу конвенции средства индивидуализации юридиче-



ских лиц, товаров, работ и услуг, в том числе фирменные наименования, стали охраняться законом и подвергаться государственному контролю и надзору.

В советский период правовой режим фирменного наименования, в том числе административно-правовые методы государственного регулирования, обеспечивавшие режим фирменного наименования, не получили развития, этот период считается затишьем в интеллектуальной собственности.

После распада Советского Союза и образования нового демократического государства - России актуальное значение приобрели вопросы, связанные с осуществлением предпринимательской деятельностью и контролем со стороны государства за её осуществлением. Актуальными стали вопросы, связанные с использованием фирменного наименования как средства, индивидуализирующие предпринимателя. Следует отметить роль части четвертой ГК РФ, вступившей в силу с 1 января 2008 г. В части четвертой получили законодательное регулирование средства индивидуализаций юридических лиц, товаров, работ и услуг. В то же время до настоящего времени нет научных исследований, полностью раскрывающих административно-правовые методы государственного регулирования режима фирменного наименования.

Нормативную базу исследования составили Конституция Российской Федерации, законы и подзаконные нормативные акты.

При подготовке диссертационного исследования были изучены нормативные и судебные акты отдельных зарубежных стран — Германии, США, Франции, Великобритании, нормативные акты стран СНГ, международные договоры и акты Европейского союза.

Теоретическую основу исследования составили научные труды в области исключительных прав на средства индивидуализации юридических лиц и правовому регулированию коммерческих организаций. Для решения этих задач потребовалось изучение литературы по конституционному, административному, информационному, гражданскому, административно-процессуальному, арбитражно-процессуальному и гражданско-процессуальному праву, истории и теории государства и права, римскому праву, а также публикаций учёных теоретиков и практикующих специалистов в научных журналах, периодической печати и интернете, материалы обобщённой судебной практики, публикуемой ВАС РФ.

При подготовке диссертации автор опирался на общеметодологические труды отечественных специалистов в области теории права и государства, конституционного права, гражданского и административного права, прежде всего С.А. Авакьяна, Г.В. Атаманчука, Ю.С. Адушкина, М.В. Баглая, З.А. Багишаева, С.Н. Братуся, А.В. Бенедиктова, А.В. Васильева, Б.В. Григорьева, Ю.Х. Калмыкова, Ю.М. Козлова, Н.М. Коркунова, Ю.А. Крохиной, Ю.П. Кузякина, И.И. Кучерова, А.Я. Курбатова, В.В. Лаптева, И.В. Левакина, В.М. Манохина, А.В. Мелёхина, А.В. Подберезкина, А.В. Турбанова, В.Ф. Попандопуло, Л.Л. Попова, А.С. Сиротина, С.В. Степашина, С.М. Шахрая, А.Ю. Якимова.

Эмпирическую базу исследования составили материалы опубликованных и неопубликованных решений арбитражных судов по гражданским и административным делам, постановления Правительства РФ, указы Президента РФ, приказы ФАС России, приказы и письма ФНС России, а также практическая деятельность юридических лиц с использованием своих средств индивидуализации.

Многосторонняя оценка полученных сведений позволяет полагать, что предложения, выводы и результаты исследования являются обоснованными и достоверными.

**Научная новизна диссертационного исследования** состоит в комплексном общеправовом анализе особенностей административно-правовых методов государственного регулирования по обеспечению режима фирменного наименования и его правообладателя. Характеристикой исследования является его междисциплинарный характер. Исследуемые проблемы правовой защиты фирменного наименования и административно-правовые методы государственного регулирования по обеспечению режима фирменного наименования и прав его правообладателя проанализированы и раскрыты в контексте административного, информационного, гражданского и других отраслей права. Несмотря на использование норм гражданского законодательства, проведён анализ административно-правовых методов государственного регулирования по обеспечению административно-правового режима фирменного наименования и его правообладателя. Рассмотрено законодательное регулирование административно-правовых методов и методов информационного права по обеспечению режима

фирменного наименования; проанализирован субъектный состав; рассмотрен регистрационный режим фирменного наименования; определены административные способы защиты исключительного права на фирменное наименование, а также выявлены виды административной ответственности за правонарушения исключительного права на фирменное наименование.

Сформулировано предложение по законодательному закреплению административных способов защиты исключительного права на фирменное наименование. Проанализировано соотношение регистрационного режима и исключительного права на фирменное наименование с товарным знаком и коммерческим обозначением. Охарактеризован механизм административно-правового регулирования предпринимательской деятельности коммерческих организаций. Обоснована необходимость дополнить административное законодательство видами административной ответственности за незаконное использование чужого фирменного наименования или умышленную регистрацию сходного с зарегистрированным ранее фирменным наименованием или другим средством индивидуализации (товарным знаком, знаком обслуживания и т.д.). Охарактеризованы особенности государственного контроля и надзора за предпринимательской деятельностью коммерческих организаций как правообладателей фирменных наименований.

**На защиту выносятся следующие основные положения и выводы.**

1. Процесс становления правового института фирменного наименования и его правообладателя в России исторически связан со сложными периодами истории развития экономики (дореволюционный, советский, постсоветский) и нормативного ее обеспечения. Активизация законодательного процесса по формированию правового института режима фирменного наименования совпадает с периодами развития рыночной экономики. Это свидетельствует об устойчивости взаимосвязи предпринимательской деятельности и института режима фирменного наименования и вызывает необходимость изучения данного института с позиции государственного регулирования.

Особенность административно-правового режима фирменного наименования проявляется в том, что в его состав входят как императивные, так и диспозитивные методы, применяемые в целях обеспечения защиты прав и интересов

обладателя фирменного наименования. Особое значение императивных методов правового регулирования режима фирменного наименования проявляется в ходе правового регулирования регистрационного режима фирменного наименования и его правообладателя, возникающего между коммерческой организацией и органами исполнительной власти, осуществляющими регистрационные действия.

2. Правовой режим института фирменного наименования и его правообладателя необходимо рассматривать в качестве имеющих системный характер совокупности императивных и диспозитивных методов правового регулирования, определяемых государством.

Административно-правовой режим фирменного наименования представляет собой основывающийся на нормах права специальный комплекс оперативных управленческих решений и применяемых административных правовых методов, направленные на установление правил создания, функционирования и прекращения деятельности коммерческой организации.

Система применяемых императивных методов определяет административно-правовой режим фирменного наименования. Это выражается в регистрационном и ликвидационном режиме фирменного наименования, ответственности за незаконное использование фирменного наименования, особенности разрешения споров о нарушениях права на фирменное наименование.

3. Институт фирменного наименования используется в разных отраслях права. Фирменное наименование в гражданском праве рассматривается как средство индивидуализации юридического лица, а в административном праве - как необходимый элемент такого коллективного субъекта экономических отношений, как коммерческая организация. С позиции административного права фирменное наименование выступает в качестве имени юридического лица, без которого невозможно осуществление регистрационных действий в органах исполнительной власти и государственного контроля над деятельностью предпринимателей.

4. Исследование правоприменительной практики показало, что для устранения проблем, существующих в области недобросовестной конкуренции и незаконного использования чужих средств индивидуализации, необходимо воз-

ложить дополнительные обязанности как на потенциальных правообладателей средств индивидуализации, так и на органы исполнительной власти, осуществляющие регистрацию средств индивидуализации, а именно:

- вменить в обязанности потенциальных правообладателей при создании средств индивидуализации проверку их новизны и сходства до степени смешения с ранее зарегистрированными средствами индивидуализации;

- обязать регистрирующие органы (ФНС России и Роспатент) при регистрации фирменного наименования и товарного знака осуществлять проверку их новизны и сходства до степени смешения с ранее зарегистрированными средствами индивидуализации.

В целях реализации этих обязанностей необходимо:

- создать общую базу данных, в которой должны содержаться сведения о всех средствах индивидуализации субъектов предпринимательской деятельности (юридических лиц и индивидуальных предпринимателей), таких как фирменное наименование, товарный знак и коммерческое обозначение;

- предусмотреть административные санкции за умышленную регистрацию чужого (схожего с чужим) средства индивидуализации или умышленное незаконное его использование.

5. Субъектами обеспечения режима фирменного наименования являются следующие государственные и негосударственные структуры:

- органы исполнительной власти – ФНС России, ФАС России, Роспатент, обеспечивающие режим фирменного наименования и его правообладателя, осуществляющие регистрацию, лицензирование, реорганизацию, ликвидацию, а также функции контроля и надзора за деятельностью коммерческих организаций как правообладателей права на фирменное наименование;

- коммерческие организации – единственные правообладатели исключительного права на фирменное наименование. Независимо от организационно-правовой формы и принадлежности они не только должны, но и обязаны иметь фирменное наименование и осуществлять под ним все юридически значимые действия. Правообладатели фирменного наименования обладают специальной правосубъектностью в отношениях, складывающихся по поводу создания, использования и защиты фирменного наименования. Коммерческие организации

являются системообразующими элементами средств индивидуализации юридических лиц, имеющими полный контроль над созданием, регистрацией и использованием фирменного наименования. В этом качестве они от имени государства выступают субъектами применения мер публично-правового характера, их правовой статус и полномочия по регулированию и контролю использования фирменного наименования должны регламентироваться нормами административного законодательства, в том числе Федеральным законом «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей».

6. К административно-правовым методам государственного регулирования, применяемым в процессе обеспечения режима фирменного наименования, относятся как императивные, так и диспозитивные методы, среди которых целесообразно выделить три основных метода административно-правового регулирования: предписание, запрет и дозволение.

В соответствии с административно-правовым методом предписания на коммерческие организации как правообладателей фирменного наименования возлагается обязанность пройти процедуру государственной регистрации в органах исполнительной власти, а также только под фирменным наименованием осуществлять все юридически значимые действия.

Административно-правовой метод запрета устанавливает запрет на незаконное использование чужих средств индивидуализации, таких как фирменное наименование, коммерческое обозначение и товарный знак. В случае, если коммерческая организация умышленно зарегистрирует схожее до степени смешения средство индивидуализации, наступит угроза применения административного принуждения, а именно административная ответственность.

Административно-правовой метод дозволения предоставляет субъекту рыночных отношений право самостоятельно принимать решение о том, создавать ли ему коммерческую организацию или зарегистрироваться в виде индивидуального предпринимателя. Потенциальный субъект экономических отношений вправе выбрать организационно-правую форму, которая будет включена в его фирменное наименование в случае регистрации коммерческой организации.

7. Предлагается возложить на регистрирующие органы обязанности по проверке соответствия заявляемого для регистрации фирменного наименования тре-

бованиям законодательства. Это предложение необходимо в качестве обеспечительной меры по реализации принципа регистрации фирменного наименования, а также внесения записи о фирменном наименовании в Единый государственный реестр юридических лиц (далее — ЕГРЮЛ) и охраны интересов правообладателя исключительного права на фирменное наименование.

В случае несоответствия фирменного наименования требованиям законодательства регистрирующий орган не должен вносить его в ЕГРЮЛ и отказать юридическому лицу в государственной регистрации. В этой связи представляется необходимым дополнить п. 1 ст. 23 Федерального закона «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей» подпунктом «г» следующего содержания: «несоответствия заявленного для регистрации фирменного наименования требованиям законодательства».

8. В российском законодательстве отсутствует определение понятия административной ответственности, в том числе административной ответственности за нарушение исключительного права на фирменное наименование, но это не должно отражаться на правильном понимании данной правовой категории. В целях восполнения существующего правового пробела предложена следующая трактовка административной ответственности за нарушение исключительного права на фирменное наименование: средство правовой защиты общественных отношений в сфере использования средств индивидуализации, способствующее стабильности этих отношений, защищенности фирменного наименования, а также предупреждению административных правонарушений, преступлений и гражданско-правовых деликтов в данной области на основе норм, установленных законодательством об административных правонарушениях.

9. К административным правонарушениям необходимо отнести правонарушения, совершаемые в области незаконного использования исключительного права на фирменное наименование. В качестве основания административной ответственности может служить фактическое правонарушение, так как только при фактическом правонарушении юридическое или физическое лицо (нарушителя) можно привлечь к административной ответственности.

Предлагается изложить статью 14.10 КоАП РФ в следующей редакции: «Незаконное использование чужого фирменного наименования, товарного зна-

ка, знака обслуживания, наименования места происхождения товара или сходных с ними обозначений для однородных юридических лиц, товаров, услуг — влечет наложение административного штрафа...», а также увеличить размер штрафа: «...на граждан — в размере от десяти тысяч до двадцати тысяч рублей с конфискацией предметов, содержащих незаконное воспроизведение фирменного наименования, товарного знака, знака обслуживания, наименования места происхождения товара; на должностных лиц — от пятидесяти тысяч до ста тысяч рублей с конфискацией предметов, содержащих незаконное воспроизведение фирменного наименования, товарного знака, знака обслуживания, наименования места происхождения товара; на юридических лиц — от ста тысяч до двухсот тысяч рублей с конфискацией предметов, содержащих незаконное воспроизведение фирменного наименования, товарного знака, знака обслуживания, наименования места происхождения товара».

10. К административно-правовой защите, или специальному порядку защиты, относится возможность обращения в ФАС России с заявлением о нарушении исключительного права на фирменное наименование. Заявление подаётся в письменной форме и должно содержать просьбу о принятии мер по защите нарушенного права заявителя. К заявлению должны быть приложены соответствующие документы, на которые ссылается заявитель. В случае подачи заявления и установление антимонопольным органом факта нарушения исключительного права нарушителю выдаётся обязательное предписание прекратить нарушение, устранить его последствия и восстановить первоначальное положение, как правило, на нарушителя налагается административный штраф.

Предложенные диссертантом изменения в материальные и процессуальные нормы административного законодательства в виде необходимости увеличения размеров административных штрафов направлены на борьбу с многочисленными правонарушениями в области незаконного использования исключительного права на фирменное наименование и других средств индивидуализации организаций, товаров, работ и услуг.

Теоретическая и практическая значимость исследования заключается в том, что работа является одним из первых комплексных, монографических исследований, системно раскрывающих вопросы правовой регламентации спосо-



бов, форм и методов защиты фирменного наименования как средства индивидуализации юридического лица. Содержащиеся в исследовании положения, выводы и предложения определяют совершенствование механизма административно-правового режима фирменного наименования.

В диссертации представлен сравнительно-правовой анализ международно-правовых норм и практики защиты исключительного права на фирменное наименование, выработаны рекомендации по совершенствованию административно-правового регулирования для обеспечения правового режима использования фирменного наименования коммерческими организациями, система мер защиты, форм и видов ответственности.

Исследование вносит определённый вклад в развитие правовой науки, может способствовать совершенствованию законодательства, учитываться в правоприменительной деятельности, а также использоваться в научной работе и преподавании курсов административного, коммерческого, информационного, предпринимательского права и специального курса «Право интеллектуальной собственности».

**Апробация результатов исследования.** Диссертация подготовлена и выполнена в Государственном научном учреждении «Государственный научно-исследовательский институт системного анализа Счётной палаты Российской Федерации», где прошла рецензирование и обсуждение. Апробация результатов исследования осуществлялась путём изложения основных положений и выводов диссертации в статьях опубликованных в научно-исследовательских журналах, в докладах на научных конференциях, а также в рамках преподавательской деятельности в вузах Москвы, в частности был открыт и успешно функционировал научный кружок у студентов 4 курса юридического факультета.

**Структура диссертации** обусловлена целью исследования и вытекающими из неё задачами. Работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка нормативных правовых источников и научной литературы.

## ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во введении обоснована актуальность темы, раскрывается степень научной разработанности, указываются объект, предмет, цели и задачи исследования, его методологическая основа, теоретическая и эмпирическая базы, формулируются основные положения, выносимые на защиту, подтверждается научная новизна и практическая значимость полученных диссертантом выводов.

В первой главе «Теоретико-правовые основы обеспечения защиты режима фирменного наименования в России» раскрываются основы обеспечения защиты фирменного наименования и его правообладателя, проанализированы основы административно-правового режима фирменного наименования, рассмотрено государственное регулирование средств индивидуализации (§1), раскрыта система субъектов обеспечения административно-правового режима фирменного наименования (§2), а также проанализированы административно-правовые методы государственного регулирования, применяемые в процессе обеспечения режима фирменного наименования как в мировой, так и в отечественной практике (§3).

В первом параграфе «Генезис формирования правового института режима фирменного наименования» исследуется эволюционирование правового института режима фирменного наименования и его правообладателя в его историко-правовой связи. Исследованы исторические аспекты становления правового режима фирменного наименования, начиная с Древней Греции и римского права и заканчивая современностью. Основываясь на историко-правовой связи, делается вывод о необходимости использования в правовом режиме фирменного наименования не только диспозитивных методов правового регулирования, но и, прежде всего императивных.

Институт правового режима фирменного наименования исследуется с учетом научной и практической значимости. С научных позиций исследованы исторические предпосылки, определены важнейшие исторические аспекты средств индивидуализации, т.е. историко-правовой метод позволяет глубже понять социальную природу государственного регулирования средств индивидуализации.

Административно-правовой институт режим фирменного наименования, имеет многовековую историю. Первые упоминания о нем восходят к античности. При этом концепция юридического лица как субъекта, отличного от его участников, восходит к римскому праву. Уже во II—I в. до н.э. в республиканском Риме существовали так называемые коллегии (ремесленников и др.), во многом подобные корпорациям Нового и Новейшего времени.

Основным фактором, повлиявшим на необходимость правовой регламентации отношений, связанных с созданием и использованием фирменного наименования в России и других государствах, являлась потребность в юридическом оформлении «экономического аспекта» исключительного права, поскольку средства индивидуализации уже в конце X — XII в. стали использоваться в торговле и тем самым приобрели статус объектов экономического оборота.

Развитие средств индивидуализации осуществлялось поэтапно, с постепенным усилением руководящей роли государства в этом процессе и влияния норм международного права. До принятия Парижской конвенции в законодательных актах, как внутригосударственных, так и международных, не проводилось разграничения между фирменным наименованием и другими средствами индивидуализации.

Становление и развитие законодательства в сфере государственного регулирования административно-правового режима фирменного наименования и его правообладателя можно разделить на следующие пять периодов:

1) 1653—1917 гг. — наличие разрозненных нормативных правовых актов, регулировавших порядок образования и деятельности торговых товариществ, но они не устанавливали единой системы создания «фирмы»;

2) 1917—1931 гг. — появление множества разрозненных нормативных правовых актов, регулировавших порядок образования и деятельности коммерческих организаций, которые не устанавливали единой, централизованной, упорядоченной системы их создания<sup>2</sup>;

---

<sup>2</sup> Лазариди А.С. Государственная регистрация юридических лиц: Административно-правовые вопросы : автореф. ... канд. юрид. наук : 12.00.14. Саратов, 2004. С. 86.

3) 1931—1956 гг. — отмена института торговой регистрации и введение государственной регистрации юридических лиц<sup>3</sup>;

4) 1956—1990 гг. — отмена государственной регистрации; предприятия создавались по их ведомственной принадлежности<sup>4</sup>;

5) 1991 г. — по настоящее время — переход России на новый уровень экономических отношений и появление частных организаций разных организационно-правовых форм собственности. Государственная регистрация всех субъектов предпринимательской деятельности становится обязательной.

Правовые основы государственного регулирования института административно-правового режима фирменного наименования, отражая его комплексный и системный характер, складываются из правовых норм нескольких отраслей права, в том числе административного и гражданского. Категория механизма административно-правового регулирования фирменного наименования показывает исключительные права в развитие, выявляет закономерности функционирования и повышает эффективность его правового регулирования.

**Во втором параграфе «Система субъектов обеспечения режима фирменного наименования»** исследуется субъектный состав права на фирменное наименование.

Административно-правовой режим фирменного наименования является специальным комплексом оперативных управленческих решений и административно-правовых методов, которые выражаются в установлении правил создания, существования и прекращения коммерческой организации. Административно-правовые методы, такие как дозволение, предписание и запрет, способны стабилизировать и упорядочить общественные отношения, вышедшие за пределы обычных административно-правовых мер воздействия.

---

<sup>3</sup> См. Положение о государственной регистрации предприятий, организаций и лиц, участвующих в хозяйственном обороте, утвержденное постановлением СНК СССР от 9 февраля 1931 г., постановление Совета Министров СССР от 20 октября 1956 г. № 1436 «Об отмене государственной регистрации государственных, кооперативных и общественных хозяйственных организаций и предприятий». // Хрестоматия по всеобщей истории государства и права / Под ред. К.И. Батяра, Е.В. Поликарповой. Т. 1. М.: Юрист, 1996. С. 145.

<sup>4</sup> См. Положение о социалистическом государственном производственном предприятии, утвержденное постановлением Совета Министров СССР от 4 октября 1965 г. № 731, постановление Совета Министров СССР от 2 сентября 1982 г. № 816 «О порядке создания, реорганизации и ликвидации предприятий, объединений, организаций и учреждений». // Там же. С. 158.

Основными элементами режима фирменного наименования выступают, с одной стороны, органы исполнительной власти, а с другой — юридические лица как правообладатели исключительного права на фирменное наименование.

С 1 июля 2002 г. в соответствии с постановлением Правительства РФ от 17 мая 2002 г. № 319 «Об уполномоченном федеральном органе исполнительной власти, осуществляющем государственную регистрацию юридических лиц, крестьянских (фермерских) хозяйств, физических лиц в качестве индивидуальных предпринимателей»<sup>5</sup> принятого во исполнение Федерального закона «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей», на ФНС России возложены функции уполномоченного федерального органа исполнительной власти, осуществляющего государственную регистрацию юридических лиц. Постановление было принято в интересах юридических лиц с целью сокращения административных барьеров и реализации принципов «одно окна». Основным элементом системы субъектов обеспечения режима фирменного наименования является ФНС России, которая осуществляет государственную регистрацию юридических лиц вместе с их фирменными наименованиями.

Следующим составным элементов системы субъектов, обеспечения режима фирменного наименования является ФАС России. Эта служба создана в соответствии с Указом Президента РФ от 9 марта 2004 г. № 314 «О системе и структуре федеральных органов исполнительной власти»<sup>6</sup>. ФАС России — федеральный орган исполнительной власти, руководство деятельностью которого осуществляет Правительство РФ. ФАС России осуществляет функции контроля и надзора за деятельностью всех юридических лиц. Осуществление таких функций невозможно без правдивого и зарегистрировано установленным законом способом фирменного наименования коммерческой организации.

Еще одним составляющим элементом системы субъектов обеспечения режима фирменного наименования является само юридическое лицо, обладающее

---

<sup>5</sup> Постановление Правительства РФ от 17.05.2002 № 319 (ред. от 16.09.2003) «Об уполномоченном федеральном органе исполнительной власти, осуществляющем государственную регистрацию юридических лиц, крестьянских (фермерских) хозяйств, физических лиц в качестве индивидуальных предпринимателей» // «Собрание законодательства РФ», 20.05.2002, № 20, ст. 1872.

<sup>6</sup> Указ Президента РФ от 09.03.2004 № 314 (ред. от 22.06.2010) «О системе и структуре федеральных органов исполнительной власти» // «Российская газета», № 50, 12.03.2004.

исключительным правом на фирменное наименование. Законодательство в качестве субъектов, обладающих правом на фирменное наименование, выделяет исключительно коммерческие организации, как государственные, так и частные.

В третьем параграфе «Административно-правовые методы государственного регулирования, применяемые в процессе обеспечения режима фирменного наименования и его правообладателя» изложено определение основных свойств, функции, принципы, элементы, составляющие структуру административно-правового режима фирменного наименования. Проводится сравнительно-правовой анализ административно-правовых и гражданско-правовых признаков фирменного наименования, а также выявляются административно-правовые проблемы государственного регулирования фирменного наименования.

Фирменное наименование его структуру и содержание можно рассматривать с позиции разных правовых режимов (гражданского и административного права).

Гражданское право рассматривает фирменное наименование как средство индивидуализации юридического лица.

С позиции административного права фирменное наименование является необходимым элементом такого коллективного субъекта экономических отношений, как коммерческая организация. Административно-правовой режим фирменного наименования создаёт условия для регистрационных действий его правообладателя, позволяет существовать коммерческой организации на рынке, служит дополнительным средством при осуществлении контроля государственными органами над деятельностью юридических лиц. Административно-правовое регулирование режима фирменного наименования и его правообладателя представляет собой целенаправленное воздействие на экономические отношения в сфере государственного управления системы административно-правовых средств регулирования, таких как регистрационный режим, контроль, надзор.

Административно-правовые признаки фирменного наименования:

- неотъемлемый элемент юридического лица, без которого невозможно пройти государственную регистрацию и функционировать на рынке;

- выступает в качестве дополнительного средства осуществления контроля со стороны государственных органов над деятельностью юридических лиц;

- должно оставаться неизменным на протяжении всего периода существования юридического лица. Неизменным остаётся фирменное наименование коммерческой организации в том случае, если организация за весь период своего существования не меняет организационно-правовую форму и функционирует под первоначальным фирменным наименованием;

- должно содержать правдивые сведения о своём правообладателе. Не должно вводить в обман потребителей, контрагентов и конкурентов и содержать сведения, противоречащие видам деятельности его правообладателя, либо должно быть нейтральным, не указывающим на определённые виды деятельности.

Важные для поддержки малого и среднего предпринимательства императивные и диспозитивные методы государственного регулирования, применяемые в процессе обеспечения режима фирменного наименования:

- заявительный порядок — должен распространяться на случаи, когда субъекту малого и среднего предпринимательства необходимо обратиться за помощью и поддержкой в государственные органы по вопросам отказа в государственной регистрации фирменного наименования или обращение с заявлением в органы государственной власти об устранении правонарушений, связанных с незаконным использованием фирменного наименования. Этот порядок должен носить открытый характер;

- доступность для всех субъектов малого и среднего предпринимательства инфраструктуры поддержки и оказания поддержки с соблюдением требований, установленных законодательством.

С административно-правовой позиции фирменное наименование (фирма) - это имя юридического лица, содержащее правдивые сведения о своём правообладателе и выступающее в качестве необходимого элемента для государственной регистрации юридического лица и его функционирования на рынке.

Во второй главе «Административно-правовой механизм защиты фирменного наименования и прав его правообладателя в России» проводится сравнительно правовой анализ административно-правовых мер защиты фирменного наименования как в отечественном, так и в международном законодательстве.

В первом параграфе «Особенности разрешения административно-правовых споров по поводу исключительного права на фирменное наименование» анализируются административно-правовые способы разрешения споров по вопросам исключительного права на фирменное наименование.

Самым распространённым способом нарушения правового режима фирменного наименования считается неправомерное использование третьими лицами чужого фирменного наименования, тождественного или схожего до степени смешения с фирменным наименованием, коммерческим обозначением или товарным знаком, зарегистрированными ранее.

Правонарушения в области незаконного использования исключительно права на фирменное наименование относятся к административным правонарушениям. Им признается противоправное виновное действие (бездействие) физического или юридического лица, за которое КоАП РФ или законами субъектов Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность. К ним относятся и правонарушения в области незаконного использования исключительного права на фирменное наименование.

В законодательстве отсутствует определение понятия «административная ответственность». Предложена следующая трактовка административной ответственности за нарушение исключительного права на фирменное наименование: средство правовой защиты общественных отношений в сфере использования средств индивидуализации, способствующее стабильности этих отношений, защищенности фирменного наименования, а также предупреждению административных правонарушений, преступлений и гражданско-правовых деликтов в данной области на основе норм об административных правонарушениях.

В качестве основания административной ответственности за незаконное использование исключительного права на фирменное наименование можно от-



нести фактическое правонарушение в области исключительного права на фирменное наименование.

Второй параграф «Способы защиты исключительных прав на фирменное наименование» включает в себя характеристику основных способов защиты исключительного права на фирменное наименование с позиции административного права.

Основным видом юридической ответственности за правонарушения исключительного права на фирменное наименование должна являться административная ответственность — основное средство правовой защиты, способствующее стабильности и защищённости общественных отношений по использованию исключительного права на фирменное наименование.

К административным мерам защиты исключительного права на фирменное наименование необходимо отнести меры пресечения действий, нарушающих право на фирменное наименование или создающих угрозу его нарушения, в виде применения следующих видов административных санкций, предусматривающих ответственность:

- за умышленную государственную регистрацию фирменного наименования, идентичного с ранее зарегистрированным другим правообладателем или схожим до степени смешения с ранее зарегистрированными фирменными наименованиями и товарными знаками;
- за умышленное и незаконное использование чужого фирменного наименования, и др.

Для повышения эффективности административного способа защиты предложено закрепить его в законодательстве и определить процедуру административного способа защиты нарушенного исключительного права.

Правонарушения в области незаконного использования исключительно права на фирменное наименование относятся к административным правонарушениям. КоАП РФ не содержит правовых норм, включающих санкции за нарушения в области незаконного использования исключительного права на фирменное наименование, несмотря на то что в отношении других средств индивидуализации (например, товарного знака) такие санкции предусмотрены.

Правонарушения в области незаконного использования исключительного право на фирменное наименование следует отнести к административным правонарушениям в области предпринимательской деятельности, совершаемых как физическими, так и юридическими лицами.

В юридической литературе судебный порядок считается общим. Споры, связанные с нарушением исключительного права на фирменное наименование, относятся к компетенции арбитражных судов.

**Третий параграф «Пути совершенствования административно-правовых методов, применяемых для установления регистрационного режима фирменного наименования и прав его правообладателя»** посвящён исследованию вопросов административно-правового регулирования отношений, складывающихся в процессе государственной регистрации фирменного наименования и его правообладателя. Решение этой проблемы предполагает не только определение назначения и сущности, но и административно-правового статуса сторон регистрационного производства.

Обязательной стороной в регистрационных отношениях всегда является субъект — должностное лицо, совершающее в одностороннем порядке действия юридически властного характера, выступающее от имени ФНС России.

В целях соблюдения принципа регистрации фирменного наименования, внесения записи о фирменном наименовании в ЕГРЮЛ и охраны интересов правообладателя исключительного права на фирменное наименование регистрирующие органы должны проверять соответствие заявляемого для регистрации фирменного наименования требованиям законодательства. Необходимо дополнить п. 1 ст. 23 Федерального закона «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей» подп. «г» следующего содержания: «несоответствия заявленного для регистрации фирменного наименования требованиям законодательства».

Особенности государственной регистрации фирменного наименования и его правообладателя:

- имеет государственно-властный характер;
- носит индивидуальный характер;

- выполняет функции государственного регулирования, так как фиксирует субъективные права и обязанности регистрируемого фирменного наименования и его правообладателя.

Четвёртый параграф «Пути совершенствования административно-правовых методов, применяемых для установления регистрационного режима фирменного наименования и его правообладателя» включает в себя правовой анализ проблем определения административно-правового механизма реализации исключительного права на фирменное наименование и других средств индивидуализации организаций, товаров и услуг.

Правовой механизм обеспечения режима фирменного наименования представляет собой совокупность правовых средств, определенных в теории административного права и законодательстве об административных правонарушениях как способы правовой защиты исключительного права на фирменное наименование. Общественные отношения по обеспечению режима фирменного наименования и его правообладателя возникают, изменяются и прекращаются в результате властно организующей деятельности государства. Так, только вследствие регистрационных действий ФНС России (внесении записи в ЕГРЮЛ) у коммерческой организации возникает исключительное право на фирменное наименование. Реорганизация и ликвидация организации должны закрепляться регистрационными действиями органа исполнительной власти.

Рассматривая подобные споры, суды анализируют признак идентичности средств индивидуализации спорящих сторон. В тех случаях, когда средства индивидуализации являются идентичными, суды исходят из принципа старшинства, т.е. из даты регистрации. Чаще арбитражные суды, рассматривая споры между правообладателями разных средств индивидуализации (например, фирменное наименование и товарный знак), несмотря на то что эти средства индивидуализации являются идентичными, в удовлетворении исков отказывают.

В соответствии со ст. 22 Федерального закона «О защите конкуренции» антимонопольный орган осуществляет контроль над соблюдением антимонопольного законодательства, выявляет нарушения антимонопольного законодательства, предотвращает недобросовестную конкуренцию и т.д. К видам недобросо-

вестной конкуренции относится использование чужого фирменного наименования, товарного знака и коммерческого обозначения.

Необходимо ужесточить контроль и надзор со стороны государства за законностью использования фирменного наименования и других средств индивидуализации. Функции по контролю и надзору за законностью использования средств индивидуализации должны относиться к органам исполнительной власти, прежде всего к правоохранительным органам и ФАС России.

В заключении подведены итоги диссертационной работы, изложены основные выводы и предложения, сформулированные в результате проведённого исследования.

**Основные положения диссертации отражены в следующих научных публикациях автора:**

I. Статьи, опубликованные в ведущих рецензируемых научных журналах и изданиях, рекомендованных Высшей аттестационной комиссией Министерства образования и науки Российской Федерации для публикации результатов диссертационных исследований:

1. Клейменова М.О. Административно-правовые способы защиты исключительных прав на фирменное наименование // Бизнес в законе. Экономика - юридический журнал. 2010. № 3. – 0,4 п.л.
2. Клейменова М.О. Нормативное регулирование защиты права на фирменное наименование // ИС. Промышленная собственность. 2009. № 2. -0,6 п.л.
3. Клейменова М.О. Правовое регулирование института исключительного права на фирменное наименование в части четвертой Гражданского кодекса РФ // ИС. Промышленная собственность. 2008. № 4. – 0,6 п.л.
4. Клейменова М.О. Проблема правового регулирования института исключительного права на фирменное наименование в части четвертой Гражданского кодекса РФ // Актуальные проблемы российского права. 2008. № 2. – 0,4 п.л.

II. Статьи, опубликованные в других научных изданиях:

1. Клейменова М.О. Новеллы гражданского законодательства Российской Федерации в области регулирования права на фирменное наименование // Правотворчество и правоприменительный процесс в современной России : учён. зап. Моск. фин.-пром. академии. М., 2007. – 0,6 п.л.
2. Клейменова М.О. Проблемы совершенствования механизма реализации исключительного права на фирменное наименование // Совершенствование механизма реализации права как основа экономического развития общества: сб. мат-в конф. М., 2008. – 0,4 п.л.
3. Клейменова М.О. Роль и значение международного законодательства в области регулирования права на фирменное наименование // Российская госу-

дарственность и право: современное состояние и перспективы развития : сб. мат-в конф. М., 2008. – 0,5 п.л.

4. Клеймёнова М.О. Проблемы административно-правового регулирования юридических лиц, обладающих правом на средства индивидуализации // Пятый Междунар. науч. конгресс «Роль бизнеса в трансформации российского общества — 2010». М., 2010. – 0,3 п.л.

Отпечатано в ООО «Компания Спутник+»

ПД № 1-00007 от 25.09.2000 г.

Подписано в печать 19.10.2011

Тираж 120 экз. Усл. п.л.1,5

**Печать авторефератов (495)730-47-74, 778-45-60**