

Predprim

№
01
(20)

Январь 2013



4

Зонтичные бренды

Почему все торговые марки принадлежат двум-трем компаниям?

8

Медиация в США

Почему медиация лучше всего развита именно в этой стране?

15

Процессы века

Как украли 50 миллионов акций с помощью одного загранпаспорта

Скачай PDF



В М Е С Т О П И С Ь М А



**ВЯЧЕСЛАВ
ЧМЫХОВ**
главный редактор

Дорогие читатели, вы держите в руках двадцатый выпуск журнала «Predprim». Двадцать выпусков в рамках университетской программы – это достойное свершение и все это благодаря сотрудникам кафедры предпринимательского права, ее студентам, и, конечно же, вам, читателям.

К своему дню рождения Predprim основательно подготовился. Дизайн нашего журнала претерпел колоссальные изменения, он стал новым, свежим и, конечно, по-научному стильным.

Что касается темы номера, то мы решили в этот раз не ограничивать наших авторов определенным кругом проблем в рамках одной подотрасли. На этот раз основная тема номера – «Актуальные проблемы предпринимательского права».

Ну и конечно, я не могу не поздравить читателей с успешной сдачей сессии. Пройдут каникулы, начнется новый семестр и вы вновь встанете на путь свершения подвигов на поле юридической науки. Желаю вам успехов и только успехов на этом поприще, у вас все получится!

Не нашел
нужную
статью?

Напиши
ее сам!

[vk.com/
predprim](http://vk.com/predprim)

[predprim@
predprim.ru](mailto:predprim@predprim.ru)

Мы ждем
тебя!



СОДЕРЖАНИЕ:

03	ТРАСТЫ	03
04	ЗОНТИЧНЫЕ БРЕНДЫ	04
06	ЛВО НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ	06
08	МЕДИАЦИЯ В США	08
	ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ ИЛИ	
10	ПОТРЕБИТЕЛЬ?	10
13	ВТО И РОССИЯ	13
14	ПРОЦЕСС ВЕКА	14

И Н Ф О Р М А Ц И Я О Н О М Е Р Е

Научный студенческий журнал «Predprim» издается силами сотрудников кафедры предпринимательского права юридического факультета МГУ и ее студентов и распространяется бесплатно на юридическом факультете. Тираж каждого номера менее 1000 экземпляров.

Контактное лицо: научный руководитель НСО кафедры предпринимательского права к.ю.н. Александр Евгеньевич Молотников (molotnikov@predprim.ru).

Следите за обновлениями:
predprim.ru
vk.com/predprim
twitter.com/predprim

ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР
ВЯЧЕСЛАВ ЧМЫХОВ

ОБЛОЖКА:
ЕВГЕНИЯ КАЛИНИНА

ДИЗАЙН:
СЕРГЕЙ ЗАНЬКОВ

ВЕРСТКА:
НАДЕЖДА ЦЕЧ
РОМАН ЯНКОВСКИЙ

**В СОЗДАНИИ НОМЕРА
ТАКЖЕ УЧАСТВОВАЛИ:**
СТЕПАН АБРАМОВ, АЛЕКСАНДР
БУЛАВИНОВ, ТАМАРА ГВИМРАДЗЕ,
ЕКАТЕРИНА КИРСАНОВА,
ВАЛЕНТИНА ЛИПАТНИКОВА, АННА
ЛИПАТОВА, ТИГРАН ОГАНЯН,
СВЕТЛАНА СОКОЛОВА, ПОЛИНА
СТРЕЛЬНИКОВА, ЯНА ЧАДАЕВА

Редакция журнала «Прим» выражает глубокую признательность за неоценимую помощь в подготовке номера заведующему кафедрой предпринимательского права, д.ю.н. профессору Е. П. Губину.

Что ты хочешь видеть в нашем журнале? Какие темы тебе интересны? Какие вопросы ты хочешь задать? Какие ответы ты можешь предложить? Мы ждём любые идеи, предложения и замечания о нашем журнале на predprim@predprim.ru.

Редколлегия журнала проходит регулярно и вход на них свободный. Приходи, слушай, предлагай, участвуй! Анонсы редколлегий публикуются в нашем паблике.

Трасты

Желание совместить владение тем или иным имуществом и при этом сохранить этот факт в тайне становится все более распространенным.



**СТЕПАН
АБРАМОВ**
311 группа

На заре распространения оффшорных компаний в российском налоговом планировании для этих целей использовались классические безналоговые зоны, но со временем такие схемы перестали удовлетворять все потребности. На смену классическим оффшорам приходит новый институт – трасты, позволяющий разработать схемы, которые лучшим образом решают вышеуказанные задачи.

Суть траста заключается в следующем: одно лицо – учредитель траста передает свое имущество другому лицу – управляющему траста или доверительному собственнику (Trustee) с тем, чтобы последний владел имуществом, обособленным от частной собственности учредителя траста (так называемый «трастовый фонд», представляющий собой

как бы целое по отношению к обособленному в траст имуществу), а также заключал сделки с этими активами в интересах учредителя, либо иного лица (бенефициара), которого указывает учредитель, а также для осуществления какой-либо цели, названной в трасте.

В каких же целях существует данное явление? Во-первых, использование траста выгодно с той точки зрения, что на него не может

быть обращено взыскание третьих лиц. Это действительно рациональный путь, с помощью которого можно обезопасить свои активы.

Траст – практически идеальная альтернатива завещанию, так как при учреждении траста допускается существование нескольких бенефициаров (как и трастовых управ-

ляющих), в пользу которых и распределяется это имущество (как частями – при жизни учредителя, так и после его смерти).
Институт трастов имеет множество плюсов, но есть и минусы. Например, учредитель траста существенно утрачивает контроль над имуществом (с другой стороны, трастовое соглашение, которое не предусматривает для учредителя возможность его расторжения в одностороннем порядке, вряд ли когда-нибудь сможет быть признано судом фиктивным, что, конечно, в значительной мере повышает степень защищенности активов от притязаний кредиторов).

В отечественной банковской практике трастовые операции пока еще используются в очень ограниченных объемах. Так, большинство агентских (посреднических) услуг и операций по управлению имуществом граждан и юридических лиц отечественные коммерческие банки пока не применяют.

В настоящее время доверительные операции коммерческих банков ограничиваются в основном управлением портфелями ценных бумаг, принадлежащих клиентам. Для этого заключаются трастовые договоры, где содержится обязательство банка открыть счет клиенту и за счет средств, находящихся на этом счете,

НА СМЕНУ ОФФШОРАМ ПРИХОДИТ НОВЫЙ ИНСТИТУТ – ТРАСТЫ

приобретать по поручению клиента (на основании его доверенности) ценные бумаги, хранить их, инкассировать причитающиеся клиенту дивиденды, представлять интересы клиента на собраниях акционеров и др. Клиент со своей стороны обязуется выплачивать банку соответствующее вознаграждение.

Траст – практически идеальная альтернатива завещанию, так как при учреждении траста допускается существование нескольких бенефициаров (как и трастовых управ-

Зонтичные бренды

Использование зонтичных брендов в бизнесе зарекомендовало себя как сравнительно дешевый и довольно эффективный способ продвижения товаров в условиях рынка.



**ТАМАРА
ГВИМРАДЗЕ**
301 группа

Заключается он в том, что под одной маркой выпускаются сразу несколько групп товаров, и затраты на раскрутку нового продукта значительно уменьшаются, потому что он выводится на рынок под уже знакомым логотипом. На всю продукцию зонтичный бренд распространяет репутацию этого логотипа. Такую стратегию использует огромное множество компаний, работающих в самых разных сегментах рынка, например, «SONY», «Yamaha», «Nivea» и многие, многие другие. Потребителю такое положение дел тоже на руку, потому что, покупая, например, кофе «Nescafe», он будет знать, чего ожидать от печенья «Nescafe», которое увидит на полке в магазине.

КЛАССИЧЕСКИЙ ПРИМЕР ЗОНТИЧНОГО БРЕНДА МАРИНОВАННЫЙ ПЕРЕЦ «NEMIROFF»

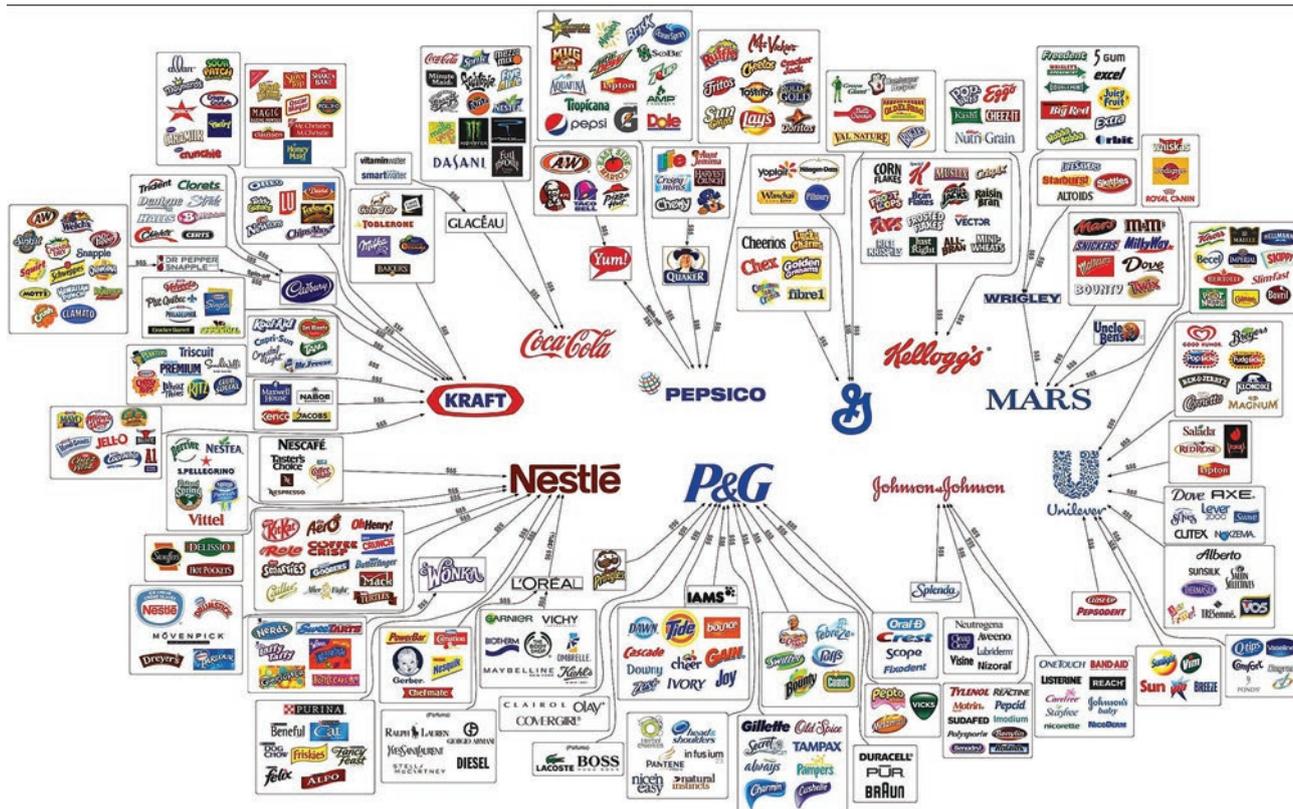
И схема зонтичного бренда будет работать прекрасно, пока она будет работать в рамках закона, но дело в том, что до недавнего времени зонтичный бренд мог использоваться для того, чтобы обойти законодательство в сфере рекламы. Речь идет о запрете на рекламу алкогольной продукции. С начала 2000-х годов, согласно российскому законодательству, крепкий алкоголь можно было рекламировать только в местах его продажи и производства, но производители водки стали активно использовать стратегию зонтичных брендов, чтобы рекламировать спиртное своей, уже известной марки, под видом совсем других товаров, на рекламу которых не было наложено никаких санкций. Классическим примером

может послужить реклама маринованного перца «Nemiroff», суть которой была в рекламе именно бренда «Nemiroff», который у немалой части населения ассоциировался именно с водкой.

По данным Федеральной Антимонопольной Службы за период с 2003 по 2005 года доля нарушений законодательства, связанных с рекламой алкогольной и табачной продукции (которые в то время считались вместе), составляла примерно 8 % от общего числа нарушений. За этот период сотрудники ФАС расследовали ряд связанных с этим дел, например, правомерность рекламы конфет «Флагман», выпускаемых производителем одноименной водки. Для расследования в качестве доказательств использовались данные социологических опросов и фокус-групп.

У ФАС также был ряд критериев, по которым они оценивали правомерность рекламы зонтичных брендов. Во-первых, это то, по каким классам Международной классификации товаров и услуг (МКТУ) был зарегистрирован логотип, демонстрируемый в рекламе, и относится ли этот логотип к классу алкогольных напитков. Во-вторых, внимание обращалось на то, какую деятельность осуществляет рекламодаделец (то есть, осуществляет ли он выпуск алкогольной продукции). В-третьих, в тех нередких случаях, когда рекламировался безалкогольный напиток, производимый компанией, занимающейся также и производством крепкого алкоголя, ФАС обращала внимание на ту тару, в которой этот безалкогольный напиток представляли потребителю. Естественно, для того, чтобы рекламу разрешили, нужно было, чтобы тары различались. И, наконец, еще одним критерием служило то, присутствовал ли данный товар в розничной сети в свободном доступе и в объеме, достаточном для потребителя.

В 2004 году глава ФАС предложил ввести штрафы за подобного рода рекламу, и сделать их соразмерными полу-



ЗОНТИЧНЫЙ БРЕНД РАСПРОСТРАНЯЕТ РЕПУТАЦИЮ ЛОГОТИПА НА ВСЮ ПРОДУКЦИЮ

чаемой компаниями прибыли за рекламируемый товар. Однако такой подход показался недостаточно эффективным, и уже в 2006 году косвенная реклама алкоголя, в том числе и с помощью зонтичных брендов, была прямо запрещена.

Согласно ч. 3 п. 2 ст. 5 ФЗ «О рекламе», такая реклама фактически признается недобросовестной. Кроме того, к зонтичным брендам применима ч. 4 ст. 2 того же закона, в соответствии с которой специальные требования и ограничения, установленные в отношении рекламы отдельных видов товаров (в нашем случае алкоголя), распространяются и на рекламу средств индивидуализации таких товаров, их изготовителей или продавцов. Той же точки зрения придерживается и Президиум Высшего Арбитражного Суда, который еще в 1997 году в своем постановлении №1489/97 утверждал, что для поддержания интереса к товару не обязательна демонстрация самого товара, а достаточно изображения различительных элементов, напоминающих о товаре, например, использование товарного знака.

Можно сделать вывод о том, что в 2006 году было законодательно за-

креплено то, что на практике уже применялось ФАС. Однако теперь, при наличии прямо запрещающих норм на зонтичную рекламу товаров, реклама которых запрещена, борьба с недобросовестной рекламой стала проще и более структурированной. Хотя, обойти нормы можно, если реклама прямо не будет относиться к товару, рекламировать который запрещено. То есть нельзя будет на этом основании запретить рекламировать химчистку «Marlboro» или банк «Русский стандарт», даже если товарный знак у каждого из этих объектов будет тождественен с соответствующим товарным знаком запрещенного к рекламе продукта. Таким образом, очевидно, что пути обхода норм закона есть и сейчас, однако они требуют гораздо больших затрат от компаний-производителей и немало изобретательности. Так что на данный момент законодательство в области рекламы зонтичных брендов (как и все законодательство в области рекламы) находится в развитии, ведь беспрестанно развивается сам рынок, на котором всегда найдется применение зонтичным брендам.



Пути обхода норм закона есть и сейчас, однако они требуют гораздо больших затрат от компаний-производителей и немало изобретательности

Место LBO на российском рынке

LBO называют новой тенденцией на рынке слияний и поглощений. Появившись сравнительно недавно (70-е годы 20 столетия) в США, LBO успели завоевать прочные позиции на рынке слияний и поглощений.



ЯНА ЧАДАЕВА
303 группа

ЛВО (leveraged buyout) является своеобразной формой проведения сделок M&A. Основной особенностью таких сделок является тот факт, что приобретение компанией-покупателем контрольного пакета акций целевой компании осуществляется с помощью заёмных средств, которые могут составлять всю сумму сделки. Причём гарантией возврата кредитору заёмных средств выступают активы приобретаемой компании, а не компании-покупателя, это и является особенностью LBO.

Обычно сделка поглощения проводится в форме LBO, когда компания-цель значительно крупнее компании покупателя, а её активы являются недооценёнными на рынке. Конечно, сделки подобного рода требуют тщательной и серьёзной подготовки. Осторожнее всех себя ведёт инвестиционный банк, который предоставляет заёмные средства. Он проводит ряд предварительных

мероприятий, которые должны придать ему уверенности в дальнейшей платёжеспособности приобретаемой компании.

В середине 1970-ых годов после нефтяного кризиса, сделки в форме LBO стали популярны в США в связи с предшествующим падением акций многих компаний, что позволило приобрести такие компании за счет заёмных средств.

Самой крупной сделкой LBO в мире можно считать покупку в 2006 году инвестиционными компаниями Kohlberg Kravis Roberts & Co, Bain Capital LLC и Merrill Lynch & Co крупнейшего в США оператора сети госпиталей HCA Inc. Сумма сделки составила около 33 млрд. дол. США.

Что касается России, то LBO пришли к нам с небольшим опозданием. Крупнейшие сделки с участием российских инвестиционных банков были проведены уже после 2000 года. Кроме того, сделки LBO по приобретению российских компаний проводились с участием иностранных банков.

Совершение одной такой сделки в 2007 году сопровождала международная юридическая компания White&Case: Британский фонд Lion Capital LLP приобрёл 100% акций российской компании «Нидан». Финансовым советником акционеров «Нидана» выступила «Тройка Диалог», советником Lion Capital – Goldman Sachs, который также предоставил финансирование для сделки. На момент сделки годовой товарооборот компании «Нидан» составлял порядка \$270 млн., также компания имела долю на российском рынке в 17%, что делало её четвёртым по величине производителем сока в России. Сумма сделки составила \$400 млн.

Крупнейшей сделкой LBO в России можно считать покупку «Роснефтью» «Юганскнефтегаза» (приобретено 76,79 % акций) в 2004 году. Однако эта сделка покрыта тайной и ввиду её абсолютной непрозрачности невозможно точно назвать сумму сделки и подробности её проведения. До покупки «Юганскнефтегаза» «Роснефтью» компанию приобрели за \$9,3 млрд., поэтому трудно не согласиться с тем, что это крупнейшая сделка LBO в России.

Как правило, приобретение компании посредством LBO положительно сказывается на эффективности её дальнейшей деятельности. К поддержанию высоких показателей производства такую компанию

Первым трём условиям российский рынок, в принципе, соответствует: у нас есть немало недооценённых компаний и российское законодательство в состоянии регулировать проведение подобных сделок. Есть мнение, что особого законодательства для проведения таких операций не требуется, а понимая структуру сделки LBO, можно пользоваться уже существующими нормами. Например, залоговые отношения регулируются Гражданским Кодексом РФ, использование вексельных и облигационных инструментов регулируется Федеральным законом «О рынке ценных бумаг» 1996 года и вексельным законодательством, кредитные отношения регулируются Федеральным законом «О банках и банковской деятельности» 1992 года и т.п.

Однако, выполнение последних двух требований в России затруднительно. Во-первых, в нашей стране не так много кредитных организаций, которые имеют возможность предоставлять долгосрочные кредиты под сравнительно невысокие проценты (не у каждого банка есть такие финансовые ресурсы и не каждый банк пойдёт на такой риск). На сегодняшний день в РФ LBO под силу разве что таким крупным банкам как Внешторгбанк (ВТБ) и Сбербанк. Во-вторых, инвестиционный банк в процессе проведения процедуры due diligence может столкнуться с проблемой недостатка информации о приобретаемой компании, об её финансовых потоках и других важных для банка данных. Проблема – непрозрачность отчётности компаний, которые были бы привлекательны для LBO.

Тем не менее, доля сделок LBO на российском рынке M&A неуклонно растёт. По данным Газпромбанка доля заимствования в общем объёме финансирования сделок (доля LBO в российских сделках M&A) составила 56 % (\$8,2 млрд.) в первом полугодии 2012 года. Это самый высокий показатель за время существования LBO в России.

Таким образом, сделкам LBO в России загорается зелёный свет: появляются кредитные организации, способные выдавать долгосрочные кредиты (самые крупные на сегодня – ВТБ, Газпромбанк, Сбербанк) и правовое регулирование в данной области совершенствуется. Конечно, остаётся ряд проблем, которые ещё нужно решить, но уже сегодня мы можем видеть, что LBO проникает на российские просторы.



КРУПНЕЙШЕЙ СДЕЛКОЙ LBO В РОССИИ МОЖНО СЧИТАТЬ ПОКУПКУ «РОСНЕФТЬЮ» «ЮГАНСКНЕФТЕГАЗА»

стимулирует обязанность возратить кредитору заёмные средства, т.к. они выданы под залог её собственных активов. Данный факт дисциплинирует менеджмент компании и стимулирует её развитие.

Для развития LBO в той или иной стране необходимы:

- 1) выход компаний на публичный рынок посредством проведения IPO,
- 2) появление недооценённых компаний (акции компании дешевле стоимости её реальных активов), обычно это происходит в период падения рынка,
- 3) формирование законодательной базы в сфере слияний и поглощений,
- 4) наличие финансовых организаций, которые готовы предложить услуги LBO,
- 5) прозрачная отчётность и стабильные денежные потоки целевой компании.

Медиация в США



Медиация – это процесс, в ходе которого участники конфликта с помощью нейтрального посредника выявляют проблемы, определяют пути их решения, анализируют варианты завершения конфликта.

Необходимо отметить, что медиация лишь одна из форм альтернативного разрешения конфликтов (далее – АРК). АРК помимо медиации включает в себя переговоры, арбитраж или частное судейство, оценку дела. В России институт медиации не развит настолько, насколько в США, где он зародился, хотя его основы всем нам известны. Два года назад был принят ФЗ «Об альтернативной процедуре урегулирования споров с участием посредника (процедуре медиации)». Поскольку данный правовой институт является достаточно новым для нашей страны, давайте посмотрим, насколько он важен и нужен. Очень интересен пример США, поскольку там вся система права направлена на то, чтобы большинство споров разрешалось



**МЕДИАЦИЯ
В США ЗАРОДИЛАСЬ
В ТРУДОВЫХ СПОРАХ**

добровольно до суда, и судья может прервать суд и посоветовать сторонам поработать с медиатором. Медиация

в США – бесплатная, финансируемая судом программа, которой можно воспользоваться в ряде федеральных судов первой инстанции.

Медиация в США (Alternative Dispute Resolution (далее – ADR)) зародилась в трудовых спорах. В 1972 году возникла первая профессиональная организация медиаторов. С 70-х годов в США при судах, в арбитраже и в семейных спорах медиация начала широко применяться среди населения. В 80-х годах в Америке открылись первые курсы по медиации. В 90-х годах широкую популярность приобрела «медиация-онлайн», особенно, в спорах за домены. С тех пор также стали распространяться частные процедуры альтернативных разрешений споров. Сейчас законодательным базисом является Alternative Dispute Resolution Act 1998 года, обеспечивающий возможность федеральным окружным судам использовать процедуру медиации для гражданского процесса и его участников. Существует Национальный институт разрешения диспутов, который занимается разработкой новых методов медиации, действуют частные и государ-

ственные службы медиации. Большое влияние имеет Американская арбитражная ассоциация (American Arbitration Association), которая утвердила свои Правила третейского разбирательства (арбитража) и медиации, используемые, в том числе, при рассмотрении внутренних споров. В США существует настоящая культура медиации, и только около 10 % всех конфликтов доходят до решения в зале суда, остальные решаются с помощью медиации.

Так почему она столь популярна? Во-первых, это удовлетворение в урегулировании спора, стороны достигают общего мнения для решения по делу, которое устраивает всех участников процесса. Во-вторых, это экономия затрат: финансовых и эмоциональных. В-третьих, конфиденциальность, поскольку в некоторых случаях клиент не хочет обнародовать факты своего дела. В-четвертых, взаимодействие напрямую друг с другом для рассмотрения спора как общей проблемы, нуждающейся в разрешении и в поиске различных вариантов решения. Наконец, известно, что формалистические процедуры разделяют людей, а не сближают. Цель ADR убедиться, что досудебное общение между сторонами процесса состоялось, но в суд участники обращаются только если не найден компромисс.

Существует так называемый «суд с множеством дверей»: «дверь» медиации, «дверь» в третейский суд, «дверь» судебного разбирательства. Американские судьи из всех этих «дверей» выбирают медиацию, поскольку считают, что альтернативное разрешение споров более эффективно, чем суд.

У каждого федерального окружного суда существует собственная ADR программа. Также существует Federal Judicial Center, который является образовательным и исследовательским агентством для федеральных судов. Federal Rules of Appellate Procedure обеспечивают ADR в апелляционной инстанции. ADR используется и в гражданском судопроизводстве в исполнительной ветви власти федерального правительства, во всех видах дел, включая случаи дискриминации, в том числе на рабочем месте, гражданские правонарушения, коллективные иски, свободу информации, проблемы с агентскими программами, договоры, банкротство, экологические и налоговые дела, защиту авиации и адмиралтейства, медицинскую халатность, обман потребителей.

ADR используется административно в исполнительной ветви власти федерального правительства в четырех сферах: государственных договорах и закупках, исков против правительства, применении гражданского законодательства, а также споров на рабочем месте.

Условно ADR немного используется и в федеральном уголовном правосудии. Например, переговоры по поводу заложника, переговоры о заключении сделки о признании вины, переговоры по назначению наказания, уполномоченными на это лицами, а также переговоры по освобождению в связи с окончанием испытательного срока и освобождения заключенного условно-досрочно.



АННА ЛИПАТОВА
313 группа



С 70-х ГОДОВ В США МЕДИАЦИЯ НАЧАЛА ШИРОКО ПРИМЕНЯТЬСЯ В СЕМЕЙНЫХ СПОРАХ



Медиации в США обучают в виде ролевых игр, изучения реальных дел, видео- и реальных демонстраций, демонстрации видеозаписей и их обсуждение, чтения лекций и последующих дискуссий.

Права предпринимателя

ТЕКСТ

Екатерина Кирсанова
и Светлана Соколова,
204 группа



Права потребителя

Первостепенной задачей любой экономики является удовлетворение тех или иных потребностей. В рамках рыночной экономики, декларированной в Конституции Российской Федерации, существует множество формально равноправных субъектов, которые по сути можно разделить на две категории: потребители товаров и услуг и их производители. Государство в этой системе занимает особое место: с одной стороны, оно выступает в качестве равно-го со всеми остальными субъекта, а с другой, оно является тем, кто устанавливает «правила игры».

Все вышеперечисленные субъекты пересекаются на рынке, т. е., по определению Ф. Хайека, все субъекты экономики участвуют в обмене, организованном по законам товарного производства и об-

ращения. В процессе этого обмена складываются ситуации, в которых одна сторона становится способной воздействовать на другую, именно на этом этапе государство вступает в качестве законодателя, способного санкционировать те или иные правила поведения, защищающие сторону, которая поставлена в заведомо невыгодное положение.

В рамках данной статьи рассмотрены вопросы, связанные с проблемами как потребителей, так и предпринимателей, высказаны точки зрения, почему в защите нуждается та или иная сторона, а также показаны предпринятые законодателем меры их защиты. Два автора продемонстрируют противоположные взгляды на эту проблему, что, в свою очередь, позволяет читателю сформулировать наиболее объективную точку зрения.

Любой гражданин на протяжении своей жизни множество раз выступает в качестве потребителя, т. е. лица, имеющего намерение заказать или приобрести тот или иной товар и использовать его исключительно для удовлетворения личных, семейных, домашних и иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности. К большому сожалению, часто покупатель оказывается в ситуациях, когда его права и интересы были нарушены.

Почему законодатель защищает права потребителя?

- 1) вопросы потребления затрагивают всех граждан без исключения;
- 2) чаще всего потребитель не обладает необходимыми профессиональными навыками;
- 3) потребитель разобщен;
- 4) потребитель чаще всего юридически безграмотен.

Потребитель находится в неравных условиях с продавцами, т. к. они хорошо подготовленные профессионалы, пользующиеся услугами юристов и способные отстаивать свои интересы. Именно поэтому защита прав потребителей является одной из важных социально-экономических проблем. Политика, проводимая в данной сфере, преследует две основные цели: первая – информировать потребителей об имеющихся на рынке товарах и услугах с тем, чтобы правильный выбор способствовал успешному формированию потребительского рынка, вторая – защищать потребителя в том случае, если его положение как слабой стороны ущемляется. Выполнение этих задач позволяет обеспечить, с одной стороны, благосостояние потребителя, а с другой стороны эффективную экономику в целом.

Одним из основных законов в данной сфере стал закон РФ «О защите прав потребителей» от 07.02.1992г., установивший баланс между непосредственно правами потребителя и интересами продавца, изготовителя, исполнителя.

Для того чтобы понять тенденции развития прав, связанных с защитой потребителей в РФ, необходимо рассмотреть наиболее существенные поправки, внесенные в закон «О защите прав потребителей». Всего таких комплексных поправок было три: впервые данный закон был существенно изменен в 1996 году, тогда поправки были вызваны обобщением практики применения закона в условиях перехода к рыночной экономике, следующие изменения произошли в 1999 году: закон был приведен в соответствие с нормами нового Гражданского Кодекса. Последние изменения были внесены в закон в 2003 году, они затронули

весьма широкий спектр интересов потребителей и предпринимателей, а также систему защиты прав потребителей на государственном, муниципальном и общественном уровне ее организации.

В соответствии с последней редакцией закона защиту прав потребителей осуществляют органы государственной власти и местного самоуправления, суды и общественные объединения. Федеральным органом, осуществляющим государственный контроль за соблюдением законов и иных правовых актов РФ, регулирующих отношения в области защиты прав потребителей, а также дающим официальные разъяснения по вопросам применения указанных актов, является Министерство по антимонопольной политике и поддержке предпринимательства. Необходимо заметить, что данное министерство занимается вопросами о защите потребителей небезосновательно, ведь реализация задачи защиты конкуренции и препятствия монополизму, являющейся первоочередной целью этого государственного органа, предусматривает ориентацию на создание конкурентного рынка, защиту прав и интересов потребителей. В соответствии со сказанным выше можно сказать о том, что для защиты интересов потребителей также важен ФЗ «О защите конкуренции» от 14.08.2006г.

Еще одной новеллой в области защиты прав потребителей можно считать появление ранее не встречавшихся в судебной практике категорий гражданских дел, предметом которых стали требования о защите прав неопределенного круга лиц. Традиционно российские суды общей юрисдикции в порядке гражданского судопроизводства осуществляли защиту субъективных прав и интересов конкретных их носителей. При рассмотрении же названных категорий дел защищаются однородные права и интересы неопределенного круга лиц.

В заключение можно сделать вывод о том, что одним из существенных факторов развития экономики, как это ни парадоксально, является законодательная, т. е. административная, уголовная, гражданская защита прав потребителей.

Согласно статье 2 ГК РФ предпринимательство определяется как «самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном законом порядке».

Иными словами, предпринимательская деятельность (при буквальном толковании этой статьи) является способом получения прибыли, при котором предприниматель берет опасность всех рисков на себя.

Стоит сказать, что законодателем в последнее время делается все больше шагов по улучшению климата бизнес среды.

Одним из ключевых шагов можно выделить введение должности уполномоченного по правам предпринимателей в РФ. Основной целью деятельности уполномоченного можно, по словам бизнес-



ПОТРЕБИТЕЛИ НАНОСЯТ ЗНАЧИТЕЛЬНЫЙ УЩЕРБ ПРЕДПРИИМАТЕЛЯМ



ПОТРЕБИТЕЛЬ НАХОДИТСЯ В НЕРАВНЫХ УСЛОВИЯХ С ПРОДАВЦАМИ, Т. К. ОНИ ХОРОШО ПОДГОТОВЛЕННЫЕ ПРОФЕССИОНАЛЫ

омбудсмана Бориса Титова, является изменение бизнес среды: «Если в Россию инвестировать станет безопасно и выгодно, то моя цель будет достигнута».

Как говорится в тексте законопроекта, институт бизнес-омбудсмана, «независимый и неподотчетный» каким-либо госорганам, создается «в целях обеспечения гарантий государственной защиты прав и законных интересов» предпринимателей и «соблюдения их органами госвласти и должностными лицами». Закон также предусматривает посты бизнес-омбудсменов в субъектах РФ, на которые будут назначаться по представлению федерального уполномоченного.

Далее стоило бы подробнее рассмотреть каждую из названных позиций, а также проследить шаги, предпринимаемые в решении каждого из этих вопросов.

Начнем с элементов, защите от которых необходимо уделить внимание.

И если с воздействием криминальных структур и недобросовестными конкурентами все более-менее понятно: не правовое воздействие, нарушение прав граждан etc. То, как быть с защитой от потребителя и, тем более, от государства?

Казалось бы, потребитель изначально бесправен, является субъектом, требующим защиты в большей степени, чем кто бы то ни было, однако стоит отметить, что это далеко не всегда соответствует действительности. Приведу пример: деятельность лжеобщественных организаций, а именно мешающие работе проверки от имени квази-организаций. Следующий фактор, иллюстрирующий подобного рода проблемы: деятельность так называемых «потребиллеров». Явление это, как правило, относится к сфере торговли и приносит определенные убытки. Кроме того, один из видов активности потребиллеров – бесконечные тяжбы с организациями – наносит не менее значительный ущерб. Помимо прочего, существуют и банальные претензии покупателей к качеству товара/услуги, которые зачастую оказываются необоснованными.

С необходимостью защиты предпринимателя также связана возможность потребителя подавать жалобу в гос органы (такие как прокуратура, полиция, ОБЭП, территориальное отделение ФАС и РосПотребНадзор) с последующими проверками, которые будут проведены этими органами.

Помимо вышеописанного института омбудсмана для решения

возникающих в сфере отношений предприниматель-госорганы был предпринят ряд шагов, как, например, организация в составе Генеральной прокуратуры Управления по надзору за соблюдением прав предпринимателей. Структура будет призвана не только следить за соблюдением законности при проведении проверок, но и снижать административное давление со стороны государственных органов, а также рассматривать выдвигаемые жалобы.

Проблемы при взаимодействии с госорганами не ограничиваются мерами давления/завышением налогового бремени, но и ситуациями, связанными с применением норм уголовного права к предпринимателям. Так, согласно статистике наиболее часто используемой статьей является ст. 159 УК РФ («мошенничество»). Причем в ряде случаев после последующей проверки дела были прекращены ввиду безосновательности или же недостаточности оснований.

Однако далеко не все предприниматели согласны с тем, что ситуация на российском рынке настолько печальна, насколько многим кажется. По словам Надежды Копытиной, основателя и президента ГК «Ледово», сильному предприятию со стороны государства ничто не угрожает. Успешный бизнес не испытывает чрезмерного давления, если предприниматель играет по правилам, бояться ему нечего. В то же время, отмечает она, минусом взаимодействия с правовой сферой является снижение скорости принятия решений, поскольку для оформления каждого шага приходится соблюдать огромное количество формальностей.

Итак, что можно сказать, подводя итог? Защита требуется как потребителю, так и предпринимателю. Были рассмотрены основные тенденции и определен вектор движения законодателя в данной среде. Ввиду того, что шаги, направленные на улучшение существующей ситуации, предпринимаются все активнее, можно сделать вывод, что законодатель заинтересован в регулировании бизнес среды, а также в превращении ее во все более и более комфортную, как для предпринимателя, так и для потребителя.

ВТО и российское страхование

22 августа 2012-го года РФ официально стала членом Всемирной торговой организации. Начиная с 90-ых годов, Россия вела долгую и мучительную работу по вступлению в ВТО, но на каждом этапе переговоров имели место свои международные разногласия.



**ТИГРАН
ОГАНЯН**
313 группа

Договоренностей со всеми членами торгового клуба России удалось достичь только в 2011 году, а Госдума ратифицировала протокол о вступлении в ВТО в середине июля 2012 года.

Какие изменения на рынке страховых услуг следует ожидать в связи с этим вступлением? Прежде всего, ожидается непосредственное расширение данного рынка. В своем интервью «Российской Газете» министр финансов РФ Антон Силуанов сказал: «Для потребителей страховых услуг вступление России в ВТО – благо. Отечественным страховым компаниям придется конкурировать с зарубежными, которые придут на наш рынок. А это всегда приносит позитивные плоды, так как в результате снижается стоимость страховых услуг». Примечателен тот факт, что для проектов 1999-ого и 2001 годов по вступлению России в ВТО характерно то, что обязательства носили гораздо более ограниченный характер по отношению к доступу иностранцев на рынок страховых услуг. Это и понятно, для отечественных страховщиков просто не выгодно впускать на рынок иностранных лиц, так как тот уровень страховых услуг, которые предоставляют сейчас российские компании далек от тех, которые

предоставляются иностранными страховщиками. То есть со смелостью можно заявить о компромиссе государства по данному вопросу с иностранными государствами, вопреки интересам отечественных страховщиков. Рынок услуг смутил тот факт, что перечень обязательств России в сфере услуг стал доступен для анализа только после того, как Россия уже объявила о подписании Протокола о вступлении в ВТО. Этот факт и по сути скрытые для страховщиков условия вступления вызвали бурю негативных эмоций внутри рынка страховых услуг.



Обязательство номер один выглядит следующим образом: «Через пять лет после подписания соглашения, на многие страховые рынки (страхование жизни, ОСАГО и др.) будут допущены дочерние общества с иностранным участием, превышающим 50%. Обязательство номер два: «Через 9 лет после вступления в ВТО иностранные субъекты могут оказывать в России страховые услуги, не учреждая здесь юридическое лицо». По сути, разрешается открывать филиалы крупных иностранных страховых компаний. Ус-

ловия открытия филиалов будут достаточно жесткими (значительный опыт работы, совокупные активы не менее \$5 млрд). Такие требования потенциально смогут выполнить не более 150 страховых компаний в мире, в основном страховщики жизни. Правда очень смущает тот факт, что одновременно свои филиалы за рубежом смогут открыть лишь 3-5 российских страховщиков. Российские страховые компании просто не соответствуют мировым стандартам.

Подводя итоги, следует обратить внимание, что на Российском рынке из топ-10 страховщиков по величине подписанной страховой премии-нетто в России работают 5 компаний, из топ-25 – 9 компаний. Этот факт позволяет все-таки сделать вывод о том, что огромного всплеска новых компаний на Российском рынке не будет. Изменения, безусловно, наступят, даже те немногочисленные компании, которые вступят в российский рынок страховых услуг, смогут создать огромную конкуренцию в результате снижения цен на страхование, повышения уровня страховых услуг. Существуют, конечно же, очень много разных мнений на счет вопроса о положительности вступления или все-таки отрицательности. Никто точно не сможет сейчас дать правильный ответ на этот нелегкий вопрос, остается наблюдать за изменениями и верить в то, что наш рынок страхования преобразуется и достигнет мирового уровня и окажет здоровую конкуренцию иностранным страховщикам.

Процессы века

Представляем читателям удивительный случай о переводе акций уставного капитала «Газпрома» с помощью загранпаспорта и ловкости рук.



**ПОЛИНА
СТРЕЛЬНИКОВА**
307 группа

Хотелось бы рассказать о многомиллиардном споре, который возник между компанией ОАО «РОСГАЗИФИКАЦИЯ», крупнейшим газовым предприятием мира ОАО «Газпром» и держателем реестра акционеров газовой промышленности» (далее – общество «СР-ДРАГа»), объединением юридических лиц «Депозитарно-расчётный союз» (далее – ОЮЛ «ДРС»). Этот процесс продолжался больше 10 лет, побывал не только в арбитражных судах разных инстанций, но и в судах общей юрисдикции и даже Конституционном Суде Российской Федерации, и, наконец-таки, получил своё логичное завершение.

В 2000 году Вячеслав Плотников, предъявив загранпаспорт в ЗАО СР-ДРАГа, перевел 50 млн акций (0,2 % уставного капитала монополии) «Газпрома» со счета «Росгазификации» на счета подставных компаний, продал их через Депозитарно-расчётный союз на ММВБ за 478 млн руб. Оказалось, что эти бумаги были незаконно списаны со счета «Росгазификации». У самого Плотникова была доверенность на представление интересов «Росгазификации» перед реестродержателем.

В 2001 году «Росгазификация» обратилась в суд с требованием к ЗАО «СР-ДРАГа» и ещё 3 лицам: Минимущество РФ, ОАО «Газпром», ОЮЛ «ДРС» о возмещении убытков в размере 717,2 млн руб. Арбитраж удовлетворил требования частично только к одному из ответчиков, а именно обществу «СР-ДРАГа», при

этом снизив сумму иска до 539 млн.руб. Суд мотивировал своё решение тем, что, производя списание столь значительного количества акций с лицевого счета истца по заявлению Плотникова, действовавшего по доверенности, не проявил должной осмотрительности, не обеспечил сохранности спорных акций, в результате чего они истцом утрачены. Согласно Указу Президента РФ п. 1 от 13.03.1997 N 232 «Об основном документе, удостоверяющем личность гражданина Российской Федерации на территории Российской Федерации» единственным документом, удостоверяющим личность является паспорт РФ или паспорт СССР, а Плотников предоставил загранпаспорт. Когда к 2002 году дело дошло до ВАС, он отменил все ранее принятые решения по делу и отправил его в столичный арбитраж на новое рассмотрение.

После этого процесс побывал не меньше чем по два раза в каждой из инстанций арбитража, в том числе в Президиуме ВАСа. Там это дело было приостановлено до разрешения вопроса об уголовной ответственности лиц, участвовавших в переводе акций.

Проведённая институтом криминалистики ФСБ почерковедческая и техническая экспертизы установили, что подпись на доверенности Плотникова поддельная, но визуально совпадает с подлинной, и в 2006 году он и ОЮЛ «ДРС» (в качестве третьих лиц) были признаны виновными в мошенничестве. А также Черёмушкинским

ПРОЦЕСС ПРОДОЛЖАЛСЯ БОЛЬШЕ 10 ЛЕТ И ДАЖЕ ПОБЫВАЛ В КОНСТИТУЦИОННОМ СУДЕ

районным судом было принято решение о взыскании с них солидарно 4,169 млрд. руб. (столько стоили на тот момент пропавшие бумаги газовой монополии). Решение было мотивировано тем, что акции были утрачены по вине Плотникова, ОЮЛ «ДРС» и самой «Росгазификации», не осуществившей блокирование акций на своем счете и не предпринявшей никаких мер по их возврату после списания со счета. При этом «Росгазификация» просила взыскать более 14 миллиардов рублей. Московский городской суд подтвердил это решение в 2007 году, и дело вернулось в арбитраж.

В 2007 году «Росгазификация» обратилась с исполнительным листом к судебным приставам, пытаясь получить положенные 4,1 млрд. руб. с ОЮЛ «ДРС», однако, как потом выяснилось, у виновной компании нет имущества, по месту регистрации она не расположена. Исполнительное производство было на этом прекращено.

В это время ФНС, которая не смогла взыскать 1 млрд. руб. неуплаченных налогов за те акции с ОЮЛ «ДРС», потребовала их с «РОСГАЗИФИКАЦИИ». А также прочие пени и штрафы. С этого момента в этот процесс вмешалась ФНС, которая отправила приставам запрос и выяснила, что ОЮЛ «ДРС» находится по месту своей регистрации и успешно ведёт свою деятельность. В один и тот же день (16 марта 2006 года) Арбитражный суд г. Москвы рассматривал иск ФНС к «РОСГАЗИФИКАЦИИ» и иск последнего к «Газпрому» о взыскании убытков стоимостью в 14,2 млрд. руб.

Толчком для того, чтобы «РОСГАЗИФИКАЦИИ» открыть дело по вновь открывшимся обстоятельствам стало постановление Конституционного Суда РФ от 28 января 2010 г. N 2-П «По делу о проверке конституционности абзаца 2 п. 3 и п. 4 ст. 44 ФЗ «ОБ АКЦИОНЕРНЫХ ОБЩЕСТВАХ», где суд признал эти положения, а именно то, что

«... В обществе с числом акционеров более 50 держателем реестра акционеров общества должен быть регистратор. 1. Общество, поручившее ведение и хранение реестра акционеров общества регистратору, не освобождается от от-

ветственности за его ведение и хранение...» не противоречащими Конституции РФ. То есть акционерное общество со своим регистратором должны нести ответственность солидарно. «Газпром» всё-таки должен понести какую-то ответственность. Но так как вопрос был фактически решён ещё в 2006 году, то «РОСГАЗИФИКАЦИИ» необходимо было найти веские основания для возобновления дела 2003 года по вновь открывшимся обстоятельствам, либо доказать, что это два разных дела.

«Росгазификация» продолжила попытки взыскать убытки с «Газпрома» и его регистратора, предъявляя требования в размере сначала 14 млрд. руб., позже 10,101 млрд. «Газпром» просил отказать в удовлетворении заявления истца. Он представил суду разьяснения Высшего арбитражного суда от 22 июня 2010 г. Там говорится, что право на обжалование решения по вновь открывшимся обстоятельствам имеют только участники конституционного судопроизводства (лица, которые обращаются с заявлением в Конституционный суд РФ), а компания «Росгазификация» по этому делу не обращалась в КС.

Арбитражный суд г. Москвы 27 июля 2011 года отказал «Росгазификации» в удовлетворении иска, указав, что вина регистратора в причинении убытков не доказана, более того, ранее суд установил, что в этом виновны другие лица, а потому «СР-ДРАГА» и «Газпром» не должны нести ответственность за это.

Апелляционная и кассационная инстанции подтвердили решение первой инстанции. После того, как «Росгазификация» прошла ещё один круг по всем инстанциям, она обратила к Высшему Арбитражному Суду с просьбой пересмотреть решение Арбитражного суда города Москвы от 27.07.2011, постановление Девятого арбитражного апелляционного суда от 17.10.2011 и постановление Федерального арбитражного суда Московского округа от 09.02.2012 в порядке надзора, ссылаясь на нарушение единообразия в толковании и применении арбитражными судами норм права. ВАС снова изучил материалы дела и доводы заявителя, и, ссылаясь на 304 статью АПК, предусматривающую основания для пересмотра в порядке надзора судебных актов, вступивших в законную силу, и присуждения компенсации за нарушение права на судопроизводство в разумный срок, отказал в передаче дела в Президиум Высшего Арбитражного Суда.

Этим решением ВАС РФ поставил точку в запутанном многолетнем споре.



50 МЛН = 0,2 %

Вячеслав Плотников перевел 50 млн акций (0,2 % уставного капитала монополии) «Газпрома» со счета «Росгазификации» на счета подставных компаний

Обзор литературы



ИСПОЛЬЗОВАНИЕ АНГЛИЙСКОГО ПРАВА В РОССИЙСКИХ СДЕЛКАХ

АЙВОРИ И., РОГОЗА А.

Книга написана Иеном Айвори, партнером Goltsblat BLP, руководителем практики английского права и корпоративных финансов, и Антоном Рогоза, партнером российской международной юридической фирмы Goltsblat BLP.

Работа представляет собой компаративное исследование правовой стороны трансграничных сделок, заключаемых российскими компаниями в иностранных юрисдикциях. В книге можно найти ответы на вопросы:

- Почему при заключении сделок в России участники сделок по слиянию и поглощению предпочитают использовать английское право?
- Есть ли альтернатива английскому праву, может ли американское право составить ему конкуренцию? Правовая система какой страны может потеснить английскую в будущем?
- Как определить, стоит ли в конкретной ситуации использовать возможности английского права или целесообразнее остановиться на российском?
- С какими проблемами наиболее часто сталкиваются компании, использующие английское право?
- Какие меры по усовершенствованию российского законодательства могли бы изменить ситуацию в лучшую сторону и привести к тому, чтобы участники сделок отдавали предпочтение российскому, а не английскому праву?



ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ СОБСТВЕННОСТЬ В БИЗНЕСЕ. ИЗОБРЕТЕНИЕ, ТОВАРНЫЙ ЗНАК, НОУ-ХАУ, ФИРМЕННЫЙ БРЕНД

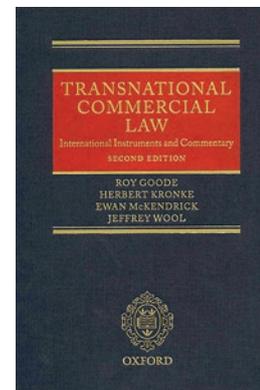
М.С. ДАШИН

Целые партизанские войны разворачиваются в сфере интеллектуального права. Владельцы патентов на изобретения, разработчики ноу-хау, авторы произведений, руководители компаний с успешными брендами и товарными знаками стремятся получить монополию на свои права и извлечь из них максимальную прибыль. Конкуренты не дремлют, стараясь «отхватить часть пирога». Методы при этом используются самые разные: от сравнительно честных до противоправных. Автор не скрывает ни тех, ни других, ведь победит - сильнейший.

Книга разделена на три тематические части: стратегия, тактика и специфика.

В первой части рассматриваются наиболее общие, стратегические вопросы, связанные с охраной интеллектуальной собственности. Вторая часть посвящена некоторым тактическим особенностям, поэтому наибольшее внимание в ней уделяется арбитражной практике. Третья часть посвящена иллюстрации примеров охраны интеллектуальной собственности в таких сферах, как нефтяной бизнес, спорт, нанотехнологии, железнодорожный транспорт и т.д.

Таким образом, основная цель этой книги – познакомить читателя с принципами охраны интеллектуальной собственности в аспекте конкурентной борьбы, побудить читателя оценить преимущества правовых мер охраны и, следовательно, побудить читателя применить эти принципы на практике.



TRANSNATIONAL COMMERCIAL LAW: INTERNATIONAL INSTRUMENTS AND COMMENTARY

SIR ROY GOOD, EEWAN MCKENDRICK, HERBERT KRONKE, JEFFREY WOOL

Книга «Международное коммерческое право» представляет собой результат работы нацеленной на согласование внутригосударственных законов, затрагивающих международные сделки, освещает широкий спектр нормативно-правовых актов для их осуществления.

Эта авторитетная работа объединяет основные документы, в соответствии с которыми осуществляются сделки в данной области. Весь материал разделен на тринадцать глав: международное договорное право, договоры, электронная торговля (торговые операции, проводящиеся с помощью информационно-компьютерных технологий, чаще через Интернет), международные продажи, посредничество и распределение, международные кредитные переводы и платежные обязательства банка, международные гарантированные сделки, международное банкротство, хранение ценных бумаг, прояснение, урегулирование и залог ценных бумаг, коллизия правовых норм, гражданский процесс, коммерческий арбитраж и новые положения о грузоперевозках.

Каждой группе нормативно-правовых актов предшествует вводный текст, который идентифицирует ключевые документы в каждой группе, определяет их цели и отношения и объясняет главные положения каждого из них, таким образом устанавливает их сущность в контексте коммерческого права.

Обзор литературы подготовлен
Валентиной Липатниковой, 305 группа.