

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования

«Южно-Уральский государственный университет
(национальный исследовательский университет)»

Юридический институт

Кафедра «Предпринимательское, конкурентное и экологическое право»

ДОПУСТИТЬ К
ЗАЩИТЕ

Зав.кафедрой ПКиЭП

_____ В.В.Кванина

_____ 2017 г.

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ЗАКОН «ОБ ОСНОВАХ ГОСУДАРСТВЕННОГО
РЕГУЛИРОВАНИЯ ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ» КАК ИСТОЧНИК РЕГУЛИРОВАНИЯ ТОРГОВОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

ЮУрГУ – 40.03.01. 2017. № ГРУППЫ Ю–451

Научный руководитель
выпускной
квалификационной работы
Кванина В.В.,
доктор юрид. наук, профессор

_____ 2017 г.

Автор выпускной
квалификационной работы
студент группы Ю–451
Кузьмина Евгения
Александровна

_____ 2017г.

Нормоконтролер
Кванина В.В.,
доктор юрид. наук, профессор

_____ 2017 г.

Челябинск 2017

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
1.1 Правовое регулирование торговой деятельности в Российской Федерации. Основные положения Федерального закона «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации»	6
1.2 Понятие и виды торговой деятельности	16
1.3 Субъекты торговой деятельности	22
II ПУБЛИЧНО–ПРАВОВЫЕ ТРЕБОВАНИЯ ПРИ ОРГАНИЗАЦИИ И ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	32
2.1 Публично-правовые требования при организации торговой деятельности	32
2.2 Публично-правовые требования при осуществлении торговой деятельности	38
2.3 Антимонопольные требования в сфере торговой деятельности	48
III ПРАВОВОЙ РЕЖИМ ТОРГОВЫХ ОБЪЕКТОВ	61
3.1 Понятие и виды торговых объектов	61
3.2 Особенности размещения нестационарных торговых объектов	73
3.3 Организация и виды ярмарок	80
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	89
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК	95

ВВЕДЕНИЕ

Торговая деятельность в России является одной из самых значимых в современных экономических условиях: является точкой роста ВВП страны, способствует обеспечению занятости населения, направлена на удовлетворение разнообразных потребностей юридических и физических лиц. В то же время, она осуществляется в условиях недостаточного правового регулирования, что приводит к многочисленным случаям злоупотреблений в вопросах ценообразования¹, размещения розничных рынков, торговых объектов и др.

Основным источником регулирования торговой деятельности является Федеральный закон «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» от 28 декабря 2009 г. № 381-ФЗ² (далее – Закон о торговле), в котором впервые сделана попытка урегулировать отношения между производителями и поставщиками товаров. Являясь основным источником регулирования торговых отношений в России, закон направлен прежде всего на создание прозрачной системы взаимодействия указанных субъектов торговли, на создание четкой антимонопольной системы, защиту конкуренции и недопущение злоупотреблений правом в сфере торговли.

Несмотря на то, что с момента официального опубликования, в Закон о торговле уже было внесено 9 изменений, он до сих пор имеет пробелы и оставляет возможность для его совершенствования российским законодателем.

¹ Гишаев С.П. Комментарий к Закону об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации [Электронный ресурс]. URL: <http://justicemaker.ru/view-article.php?id=9&art=143> (дата обращения 15.06.2017).

² Федеральный закон «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» от 28.12.2009 № 381-ФЗ // СЗ РФ. – 2010. – № 1. – Ст. 2.

Все вышеизложенное объясняет актуальность выбранной темы дипломной работы, в которой будут рассмотрены основные положения Закона о торговле, проблемы пробелов данного Закона и пути их решения.

Отдельные вопросы регулирования торговой деятельности в России и возникающих здесь отношений освещались в работах К. М. Беликовой, В.С. Белых, О.С. Бортниковой, С.П. Гришаева, В.В. Гущина, О.Е. Деревягиной, В.В. Кваниной и некоторых других авторов. Однако вопрос о пробелах законодательного регулирования торговли до сих пор остается актуальным. Кроме того, труды многих из названных ученых создавались достаточно давно, базировались на действовавшей в то время нормативной базе, а потому некоторые их положения требуют пересмотра с современных позиций.

Объектом исследования выпускной квалификационной работы являются общественные отношения, складывающиеся в сфере государственного регулирования торговых отношений в России.

Предметом исследования являются нормы российского законодательства, посвященные торговой деятельности, правоприменительная практика и доктринальная база по теме исследования.

Целью проведенного в выпускной квалификационной работе исследования является поиск оптимальных путей повышения эффективности правового регулирования отношений, возникающих в сфере торговой деятельности, и выработка на этой основе практических рекомендаций по совершенствованию торгового законодательства.

Достижение названной цели потребовало решения следующих задач:

- рассмотреть основные положения Закона о торговле как основного источника регулирования торговли;
- определить понятие и виды торговой деятельности;

- установить природу субъектов торговой деятельности в рамках Закона о торговле;
- определить особенности публично-правовых требований при организации торговой деятельности;
- провести анализ публично-правовых требований к осуществлению торговли;
- изучить антимонопольные требования к осуществлению торговли;
- рассмотреть понятие и определить виды торговых объектов;
- выделить особенности размещения нестационарных торговых объектов;
- исследовать вопрос об организации и видах ярмарок.

В качестве методологической основы исследования применялись научные методы: историко-сравнительный, системный, формально-логический, сравнительно-правовой и др.

Научно-теоретическую базу выпускной квалификационной работы составляют работы известных ученых – Л.В. Андреевой, К.М. Беликовой, В.В. Кваниной, М.С. Звягинцевой, В.И. Еременко, М.М. Муцольгова, Г.Г. Онищенко, К.Ю. Мартынюка, А.Ю. Латышева и других.

І ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗАКОНА «ОБ ОСНОВАХ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

1.1 Правовое регулирование торговой деятельности в Российской Федерации.

Основные положения Федерального закона «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации»

Закрепленный в ст. 8, 34 Конституции РФ¹ принцип свободы предпринимательства может быть ограничен законом в целях защиты основ конституционного строя, нравственности, безопасности, защиты жизни, здоровья, прав, интересов и свобод других лиц, обеспечения обороны страны и безопасности государства, защиты окружающей среды, охраны культурных ценностей, недопущения злоупотребления доминирующим положением на рынке и недобросовестной конкуренции. К числу таких ограничений относятся различные меры государственного регулирования предпринимательской деятельности.

Под государственным регулированием торговой деятельности следует понимать деятельность государства в лице его органов, направленную на реализацию государственной политики в сфере осуществления торговой деятельности.

Государственное регулирование торговой деятельности необходимо как в целях обеспечения реализации публичных интересов общества и государства, так и для создания наилучших условий для развития предпринимательства и торговли.

Нормативные правовые документы, регулирующие торговую деятельность в России, сводятся к следующему перечню правовых актов:

¹ Конституция Российской Федерации, принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 г. // СЗ РФ. – 2009. – № 4. – Ст. 445.

Гражданский кодекс России¹, Закон о торговле, Федеральный закон «О розничных рынках и о внесении изменений в Трудовой кодекс Российской Федерации»², Закон РФ «О защите прав потребителей»³, Приказ Минпромторга России «Об утверждении Стратегии развития торговли в Российской Федерации на 2015–2016 годы и период до 2020 года»⁴, Постановление Правительства РФ «Об утверждении Правил установления субъектами Российской Федерации нормативов минимальной обеспеченности населения площадью торговых объектов и методики расчета нормативов минимальной обеспеченности населения площадью торговых объектов, а также о признании утратившим силу постановления Правительства Российской Федерации от 24 сентября 2010 г. № 754»⁵, Постановление Правительства РФ «О порядке создания и обеспечения функционирования системы государственного информационного обеспечения в области торговой деятельности в Российской Федерации» (вместе с «Положением о создании и обеспечении функционирования системы государственного информационного обеспечения в области торговой деятельности в Российской Федерации»)⁶, Приказ Минпромторга

¹ Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ // СЗ РФ. – 1994. – № 32. – Ст. 3301.

² Федеральный закон «О розничных рынках и о внесении изменений в Трудовой кодекс Российской Федерации» от 30.12.2006 № 271-ФЗ // СЗ РФ. – 2007. – № 1. – Ст. 34.

³ Закон РФ «О защите прав потребителей» от 07.02.1992 № 2300-1 // Ведомости Съезда народных депутатов Российской Федерации и Верховного Совета Российской Федерации. – 1992. – № 15. – Ст. 766.

⁴ Приказ Минпромторга России «Об утверждении Стратегии развития торговли в Российской Федерации на 2015 - 2016 годы и период до 2020 года» от 25.12.2014 № 2733 // СЗ РФ. – 2008. – № 47. – Ст. 5489.

⁵ Постановление Правительства РФ «Об утверждении Правил установления субъектами Российской Федерации нормативов минимальной обеспеченности населения площадью торговых объектов и методики расчета нормативов минимальной обеспеченности населения площадью торговых объектов, а также о признании утратившим силу постановления Правительства Российской Федерации от 24 сентября 2010 г. № 754» от 09.04.2016 № 291 // СЗ РФ. – 2016. – № 16. – Ст. 2228.

⁶ Постановление Правительства РФ «О порядке создания и обеспечения функционирования системы государственного информационного обеспечения в области торговой деятельности в Российской Федерации» от 11.11.2010 № 887 // СЗ РФ. – 2012. – № 21. – Ст. 2648.

РФ «Об утверждении методических рекомендаций по разработке региональных программ развития торговли» и ряд других законодательных актов¹.

Таким образом, торговая деятельность регулируется на разных уровнях законодательной власти: Указы Президента России, постановления Правительства РФ, Федеральные законы, региональные законы и прочее. Тем не менее, основополагающим источником права, регулирующим торговлю в России, остается Закон о торговле.

Переходя к общей характеристике его основных положений, мы бы хотели отметить, что данный закон своей основной целью называет регулирование отношений, возникающих между органами государственной власти, органами местного самоуправления и хозяйствующими субъектами в связи с организацией и осуществлением торговой деятельности, а также отношения, возникающие между хозяйствующими субъектами при осуществлении ими торговой деятельности.

Первое, на что мы обращаем внимание: Закон о торговле закрепляет легальность регулирования торговой деятельности субъектами России и тем самым относит вопросы регулирования торговли к вопросам совместного ведения РФ и субъектов РФ. Такое новшество сразу нашло свое применение и отразилось в нормативных актах законодательной власти таких субъектов как: Московская область², Самарская область¹, Челябинская область² и ряд других областей России.

¹ Приказ Минпромторга РФ «Об утверждении методических рекомендаций по разработке региональных программ развития торговли» от 28.07.2010 № 637. Текст приказа официально опубликован не был [Электронный ресурс]. URL: <http://www.consultant.ru>. (дата обращения 01.04.2017).

² См.: Закон Московской области «О государственной политике в сфере туризма и туристской деятельности в Московской области» от 26.12.2014 № 186/2014-ОЗ // Ежедневные Новости. Подмосковье. – 2015. – № 6; Закон Московской области «О государственном регулировании торговой деятельности в Московской области» от 24.12.2010 № 174/2010-ОЗ [Электронный ресурс]. URL: <http://www.consultant.ru>. (дата обращения: 01.04.2017)

Проанализировав круг компетенции по вопросам регулирования торговой деятельности, мы видим, что он ограничен вопросами, касающимися регулирования форм установления требований к осуществлению, организации торговли на территории субъектов РФ. Такое строгое ограничение обусловлено тем, что основа торговой деятельности (договор купли-продажи), регулируется гражданским законодательством, которое, в свою очередь, находится в исключительном ведении Российской Федерации. Полномочия субъектов строго конкретизированы их подзаконными актами и не должны выходить за рамки полномочий, закрепленных в ст. 6 Закона о торговле:

1) реализация государственной политики в области торговой деятельности на территории субъекта Российской Федерации;

2) в соответствии с данным Законом разработка и принятие законов субъектов Российской Федерации, иных нормативных правовых актов субъектов Российской Федерации в области государственного регулирования торговой деятельности;

3) установление нормативов минимальной обеспеченности населения площадью торговых объектов для субъекта Российской Федерации;

4) проведение информационно-аналитического наблюдения за состоянием рынка определенного товара и осуществлением торговой деятельности на территории соответствующего субъекта Российской Федерации;

¹ Закон Самарской области «О государственном регулировании торговой деятельности на территории Самарской области» от 5.07.2010 № 76-ГД // Газета «Волжская коммуна». – 2010. – № 3. [Электронный ресурс]. URL: <http://base.garant.ru/44451030/> (дата обращения: 01.04.2017)

² Закон Челябинской области «Об установлении налоговой ставки при применении упрощенной системы налогообложения на территории Челябинской области» от 16.01.2016 // Южноуральская панорама. – № 2. (3600). – 2016. – № 1. [Электронный ресурс]. URL: <http://docs.cntd.ru/document/444867658> (дата обращения: 01.04.2017)

5) разработка и реализация мероприятий, содействующих развитию торговой деятельности на территории соответствующего субъекта Российской Федерации;

б) иные предусмотренные данным Законом полномочия.

В настоящее время количество субъектов, принимающих участие в развитии торговой деятельности в России наряду с государством путем совместного ведения превышает 85¹.

В Законе даны четкие определения понятиям торговли как оптовой, так и розничной, стационарным и нестационарным торговым объектам, дано определение торговой сети и ряду других понятий. Как отмечают аналитики², в Законе достаточно детально регулируется вопрос о регулировании торговли продовольственными товарами.

В общих положениях Закон о торговле регулирует компетенцию регулирования торговой отрасли государством, субъектами РФ, определяет методы правового регулирования торговли. Интересно допущение к реализации торговой политики таких субъектов как некоммерческих организаций, объединяющих хозяйствующих субъектов, осуществляющих торговую деятельность, и некоммерческих организаций, объединяющих хозяйствующих субъектов, осуществляющих поставки товаров. Согласно ст. 7 Закона о торговле такие субъекты имеют право на участие в разработке проектов нормативных актов государства и регионов в сфере торговой деятельности, учувствовать в анализе показателей развития торговли в России, подготавливать для органов власти предложения по улучшению и

¹ Лаптев В.А. Нормативные правовые акты субъектов Российской Федерации о предпринимательстве // Аналитический портал «Отрасли права» [Электронный ресурс]. URL: <http://отрасли-права.пф/article/17782> (дата обращения: 03.04.2017)

² См.: Новости законодательства // Аналитический портал Maxima Legal [Электронный ресурс]. URL: <http://maximalegal.ru/ru/materials/law-reviews/bases-of-trade-activities-state-regulation#sthash.KDEuX4XM.dpbs> (дата обращения: 03.04.2017)

совершенствованию торговой деятельности, имеют право распространения опыта развития торговли (как российского, так и зарубежного).

Закон о торговле предусматривает исключительное право Правительства РФ устанавливать цены на социально значимые товары продовольствия в целях их стабилизации. Мы считаем очень важным обратить внимание на это положение, так как по мнению экономистов одна из актуальных социально-экономических проблем российской экономики, особенно в периоды кризисных ситуаций (например, 2008-2009 гг.) — резкий рост цен на продовольственном рынке, обусловленный комплексом факторов национального и мирового значения¹.

Именно в период кризисной экономической ситуации² и велась разработка Закона о торговле. В данной ситуации, по нашему мнению, было необходимо вмешательство органов власти государства в экономическую ситуацию в целях преодоления напряженности, стимулирования конкуренции, стимулированию бизнеса на предложение населению товаров необходимого качества по конкурентоспособным ценам. Одно из направлений такого вмешательства — прямое регулирование уровня розничных цен, что и сделал Закон о торговле в ст. 8.

Целая глава Закона о торговле посвящена антимонопольному регулированию государством торговой деятельности. Основным источником, регулирующим антимонопольную государственную политику, является Федеральный закон «О защите конкуренции»³, основной целью которого является предупреждение и пресечение действий, развивающих монополии и

¹ Ефимовская Л. А., Хайруллина М. В., Государственное регулирование ценообразования на товары и услуги: основные инструменты // Проблемы современной экономики. – 2013. – № 2. (46). – С. 62-64.

² Аксёнов Е. П. Россия в условиях глобального экономического кризиса: проблемы, поиск решений // Вестн. Том. гос. ун-та. – 2010. – № 332 – С. 117-121.

³ Федеральный закон «О защите конкуренции» от 26.07.2006 № 135-ФЗ // СЗ РФ. – 2006. – № 31. – Ст. 3434.

недобросовестную конкуренцию как среди субъектов предпринимательства, так и со стороны государственных органов и их должностных лиц.

Согласно положениям данного Закона, понятие монополистической деятельности означает злоупотребление хозяйствующим субъектом, группой лиц своим доминирующим положением, соглашения или согласованные действия, запрещенные антимонопольным законодательством, а также иные действия (бездействие), признанные в соответствии с федеральными законами монополистической деятельностью.

В сравнении с Законом «О защите конкуренции», Закон о торговле рассматривает вопрос об антимонопольном регулировании более узко¹, раскрывая в своих положениях компетенцию органов власти государства и местного самоуправления по регулированию антимонопольной деятельности, а также освящая вопросы надзора за исполнением предписаний и разработкой методик борьбы указанных органов с недобросовестной конкуренцией.

Практическим примером реализации такой обязанности органов власти является Стратегия развития конкуренции и антимонопольного регулирования на период 2013-2024 г., утвержденная Президиумом ФАС России 3 июля 2013 г. Данная стратегия имеет своей целью не только развитие здоровой конкуренции в рамках развития бизнеса и торговой отрасли, но также предусматривает меры по содействию введению эффективных мер и инструментов по выявлению и предотвращению нарушения антимонопольного законодательства: правила недискриминационного доступа, корпоративные институциональные механизмы, обеспечивающие соблюдение норм антимонопольного

¹ Беликова К.М. Координация экономической деятельности в свете положений антимонопольного законодательства РФ // Вестник ВолГУ. Серия 5: Юриспруденция. – 2015. – № 2. – С. 16-26.

законодательства¹. Для примера мы обозначаем значимость установления административной ответственности в отношении органов власти и их государственных лиц за нарушение рамок своих полномочий в сфере градостроительства и земельных отношений.

Актуальность развития торговой деятельности в России также подчеркивается законодателем посредством введения в Закон о торговле, в том числе главы 4, посвященной мерам по развитию торговли в России. В этой главе конкретизируются государственные мероприятия по содействию развитию торговой деятельности, программы торговой отрасли и ее развития региональными органами власти, муниципальными, закреплено правило информационного обеспечения торговой деятельности, а также поставлена цель достижение нормативов минимальной обеспеченности населения площадью торговых объектов – основных критериев оценки доступности продовольственных и непродовольственных товаров для населения и удовлетворения спроса на такие товары.

Ярким примером реализации рассматриваемого положения является, например, тот факт, что после опубликования Закона о торговле, Минфин России вел работу над проектом Федерального закона «О потребительском кредите»², который включил в себя отдельные положения о коллекторской деятельности. Данный Закон был принят 21 декабря 2013 года и расширил права потребителей как субъектов торговой деятельности.

Кроме того, в 2013 году Роспотребнадзор принимал участие в работе по подготовке проектов постановлений, определяющих полномочия федеральных органов исполнительной власти при контроле (надзоре) за

¹ Башлаков–Николаев И.В. О Стратегии развития конкуренции и антимонопольного регулирования в Российской Федерации // Право и современные государства. – 2013. – № 5. – С. 37-45.

² Федеральный закон «О потребительском кредите (займе)» от 21.12.2013 № 353-ФЗ // СЗ РФ. – 2013. – № 51. – Ст. 6673.

соблюдением требований соответствующих технических регламентов¹. В настоящее время данный вопрос урегулирован главой 6 Федерального закона «О техническом регулировании»², которая закрепляет обязанность органов власти контролировать соблюдение технических регламентов. В дополнение данной нормы в Закон внесены изменения, расширяющие область компетенции надзора государства за соблюдением технических регламентов и стандартов (ст. 20 Закона «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам стандартизации»³).

В рамках субъектов РФ, в чьем ведении совместно с государством находится развитие торговли и создание программ по ее стимулированию, данным законотворчеством занимаются органы власти субъектов. Так, например, в рамках развития торговли Челябинской области, Министерство экономического развития Челябинской области совместно с Правительством приняло следующие нормативные правовые акты: «План мероприятий по реализации Стратегии развития торговли в Российской Федерации на 2015-2016 годы и на период до 2020 года на территории Челябинской области»⁴, отчеты о реализации плана мероприятий по реализации Стратегии развития торговли в Российской Федерации ее субъектами, Распоряжение Правительства Челябинской области от 19.03.2015 г. № 103-рп «О мерах по недопущению необоснованного роста цен на отдельные виды социально

¹ Онищенко Г.Г., Прусаков О.В., Орлов М.С., Андрияшина Н. В., Мухина С.В., О некоторых мерах по совершенствованию федерального государственного надзора в области защиты прав потребителей, санитарного законодательства и нормативно-методического обеспечения деятельности органов и организаций Роспотребнадзора // Здравоохранение РФ. – 2013. – № 4. – С. 3-6.

² Федеральный закон «О техническом регулировании» от 27.12.2002 № 184-ФЗ // СЗ РФ. – № 52. – Ст. 5140.

³ Федеральный закон «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам стандартизации» от 5.04.2016 № 104-ФЗ // СЗ РФ. – 2016. – № 15. – Ст. 2066.

⁴ См.: План мероприятий по реализации Стратегии развития торговли в Российской Федерации на 2015-2016 годы и на период до 2020 года на территории Челябинской области [Электронный ресурс]. URL: <http://rryn.econom-chelreg.ru/base/ch> (дата обращения: 07.04.2017)

значимых продовольственных товаров первой необходимости в Челябинской области»¹, Закон Челябинской области от 28.01.2015 № 101-ЗО «Об установлении налоговой ставки в размере 0 процентов для индивидуальных предпринимателей при применении упрощенной системы налогообложения и патентной системы налогообложения на территории Челябинской области»² и ряд других законодательных актов.

Подводя итог данному параграфу, мы делаем следующие выводы.

Развитие торговли является одной из приоритетных задач Российского государства, так как именно развитие торговой деятельности и предпринимательства, защита здоровой конкуренции и создание антимонопольного контроля со стороны государственных органов, является необходимым условием здорового развития экономики.

Для реализации данной задачи законодательными органами власти как на федеральном, так и на региональном и муниципальном уровнях, создаются законы, регулирующие торговлю и предпринимательство, программы и предложения по развитию торговой деятельности в России. Основным Законом является Федеральный закон «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации». Анализируя основные положения и концепцию данного нормативного правового акта были сделаны следующие основополагающие выводы: целью данного Закона является стимулирование формирования предпринимательской деятельности на рынке продовольственных товаров

¹ Распоряжение Правительства Челябинской области «О мерах по недопущению необоснованного роста цен на отдельные виды социально значимых продовольственных товаров первой необходимости в Челябинской области» от 19.03.2015 № 103-рп [Электронный ресурс]. URL: <http://rryn.econom-chelreg.ru/base/ch> (дата обращения: 07.04.2017)

² Закон Челябинской области «Об установлении налоговой ставки в размере 0 процентов для индивидуальных предпринимателей при применении упрощенной системы налогообложения и патентной системы налогообложения на территории Челябинской области» от 28.01.2015 № 101-ЗО [Электронный ресурс]. URL: <http://rryn.econom-chelreg.ru/base/ch> (дата обращения: 10.04.2017)

путем передачи инициатив по принятию правил, инструкций, законодательной инициативы субъектам РФ. В то же время полномочия органов местного самоуправления и власти субъектов существенно ограничены Законом, например, строгое разграничение компетенций в рамках антимонопольной и ценоустанавливающей деятельности.

Государственное регулирование торговли в рамках рассматриваемого закона осуществляется посредством установление четких требований и контроля за ее организацией и осуществлением, антимонопольное регулирование, информационное обеспечение, государственный и муниципальных контроль за торговой деятельностью.

1.2 Понятие и виды торговой деятельности

Торговая деятельность (далее также – торговля) – вид предпринимательской деятельности, связанный с приобретением и продажей товаров (ст.2 Закона о торговле).

В рамках исследовательской научной литературы нередко соотносятся понятия торговой деятельности и предпринимательства. Например, некоторые авторы говорят о торговой деятельности как об одном из видов предпринимательства. Так, В.Ф Попондапуло отмечает, что торговля лишь один из видов предпринимательской деятельности и возможных источников извлечения прибыли¹. Не противореча его мнению, другой автор подчеркивает, что торговая деятельность является основным видом предпринимательства².

Противоположные точки зрения, подчеркивая специфичные черты торговли отделяют ее от предпринимательской деятельности и гражданского

¹ См.: Коммерческое право: актуальные проблемы и перспективы развития: Сборник статей к юбилею доктора юридических наук, профессора Б.И. Пугинского // сост. Е.А. Абросимова, С.Ю. Филиппова. – М., 2011. – С. 182.

² Пугинский Б.И. Договорное регулирование цен на товары // Коммерческое право. – 2012. – № 1. (10). – С. 9.

права¹. Их мнение подкрепляет и создание обособленного Министерства промышленности и торговли, в чью компетенцию входит регулирование торговой деятельности в России и отношений, возникающих между субъектами в этой сфере.

Так, Приказом Минпромторга России от 31 марта 2011 г. № 422 «Об утверждении Стратегии развития торговли в Российской Федерации на 2011 - 2015 годы и период до 2020 года» утверждена Стратегия развития торговли в Российской Федерации на 2011 - 2015 годы и период до 2020 года. Главным в данной стратегии является направленность на совершенствование государственного регулирования в сфере торговли с целью развития торговой деятельности и формирования эффективной торговой политики в Российской Федерации и реализация Федерального закона «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации». Согласно поставленной цели стратегия должна обеспечить создание эффективной товаропроводящей системы, соответствующей требованиям инновационного сценария развития экономики России. При этом основная цель Стратегии – максимальное полное удовлетворение потребностей населения в услугах торговли (физическая доступность, ценовая доступность товаров, высокое качество товаров и услуг) путем создания эффективной товаропроводящей инфраструктуры.

Таким образом, понятие торговой деятельности следует разграничивать от понятия предпринимательской деятельности, так как первая имеет более узкое по своему значению понятие. Не умаляя значение отрасли торговли и торгового законодательства, подчеркнем, что цели по развитию данной сферы, поставленные Правительством России, говорят о ее высоком значении и осознанной необходимости развития механизмов ее регулирования на законодательном уровне.

¹ Высоцкая Е.А. Торговля и предпринимательство: особенности и правовое регулирование // Вестник ВУиТ. – 2013. – № 2 (78). – С. 9-16.

Определив сущность понятие торговой деятельности, мы переходим к определению видов торговли. Исходя из анализа Закона о торговле, мы можем поделить данную категорию предпринимательства на следующие виды: оптовая торговля, розничная торговля.

Отличительные особенности данной классификации строятся на различии объемов продукции и целей ее приобретения. Так, predeterminedены следующие отличительные признаки:

1. Статус потребителя. При оптовой торговле в качестве приобретателя выступает только предприниматель, юридическое лицо. Потребителем в розничной торговле может выступать только физическое лицо;

2. Характерно свойственные характеристики приобретаемого товара. В розничной торговле в оборот вступают только объекты потребительского назначения, а в оптовой – потребительского и производственного;

3. Регулирующий сферу деятельности нормативный правовой источник¹;

4. Типы договорных обязательств, возможные формы договоров. Так, при розничной торговле возможно лишь заключение договора розничной купли-продажи.

Также существует классификация вида торговли в зависимости от территориального признака:

1. Внутренняя торговля, осуществляемая на территории государства и регулируемая национальным законодательством;

2. Внешняя торговля, осуществляемая между представителями разных государств, которая, в свою очередь, делится на три подвидов: экспортная,

¹ Фролова Н. К. Правовое регулирование оптовой торговли : автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора юридических наук. Специальность 12.00.03 - гражданское право; предпринимательское право; семейное право; международное частное право. – М., 2011. – С. 23.

импортная, транзитная (производится между иностранными производителями и потребителями через отечественного посредника).

Приводя пример исследований 2016 года, мы можем подчеркнуть значимость вклада розничной и оптовой торговли в развитие экономики России в целом.

По данным, предоставляемым Федеральной службой государственной статистики об обороте розничной торговли за 2015-2016гг. по России и субъектам Российской Федерации¹, выручка от продажи товаров населению для личного потребления или использования в домашнем хозяйстве за наличный расчет или оплаченных по кредитным карточкам, расчетным чекам банков, по перечислениям со счетов вкладчиков, по поручению физического лица без открытия счета, посредством платежных карт (розничная торговля) составила 28317321,7 руб. В 2016 году в структуре оборота розничной торговли удельный вес пищевых продуктов, включая напитки, а также табачных изделий составил 48,7%, непродовольственных товаров — 51,3%².

В торговле задействовано 17,8 % работающего населения, затем следуют обрабатывающие производства (15,4 %). Несмотря на несущественную разницу в численности работников, оборот торговых организаций практически вдвое превышает оборот обрабатывающих производств³.

Итак, оптовая торговля – это торговля товарами с последующей их перепродажей или профессиональным использованием. Осуществляется по безналичному или наличному расчету и сопровождается составлением счета-фактуры.

¹См.: [Электронный ресурс]. URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ (дата обращения: 29.05.2017)

² См.: [Электронный ресурс]. URL: <https://ria.ru/economy/20170125/1486461982.html> (дата обращения: 19.04.2017)

³ Мартынюк К. Ю. Роль торговой деятельности в экономике страны // Мир современной науки. – 2014. – № 6 (28). – С. 54-57.

В зависимости от объема сделки можно выделить оптовую и мелкооптовую торговлю (минимальная партия товара при последней не может быть меньше, чем количество единиц соответствующего товара в одной упаковке производителя для розничной реализации)¹.

Розничная торговля – это торговля товарами и оказание услуг покупателям для личного, семейного, домашнего использования, не связанного с предпринимательской деятельностью (ст.2 Закона о торговле).

Деятельность розничного предприятия связана с реализацией продукции конечному потребителю, что является завершающим этапом ее продвижения из сферы производства в сферу обращения. Предметом розничной торговли является не только продажа товаров и обслуживание, а также предоставление дополнительных услуг розничным покупателям.

Помимо розничной и оптовой торговли на торговом рынке есть и другие виды торговой деятельности: розничная торговля делится на стационарную (такой вид торговой деятельности осуществляется в постоянном магазинном помещении), посылочную торговлю (покупатель выбирает товар из каталога, а продавец осуществляет поставку товара по указанному адресу), передвижная торговля (продавец самостоятельно осуществляет поиск покупателя). Передвижная торговля также подразделяется на виды: торговля вразнос, мелочная торговля (продажа ходовых товаров в киосках: табачная, цветочная торговля и пр.), уличная торговля².

Также Методическими рекомендациями по совершенствованию правового регулирования нестационарной и развозной торговли на уровне субъектов Российской Федерации Минпромторга России к видам торговой деятельности отнесена также мелкорозничная торговля – торговля

¹ См.: [Электронный ресурс]. URL: <http://www.okgru.com/info/articles/id275/> (дата обращения: 20.04.2017)

² См.: [Электронный ресурс]. URL: https://www.slideshare.net/valerybulevich/bi4-retail?next_slideshow=1 (дата обращения: 20.04.2017)

деятельность, осуществляемая с использованием нестационарных торговых объектов, мобильных торговых объектов, а также развозная и разносная торговля, и торговля на ярмарках, праздничных и иных разовых массовых мероприятиях.

Таким образом, мы определяем, что законодательство России о торговле и исследователи выделяют два сегмента торговли: оптовая и рыночная. Данные виды торговли также подразделяются на виды в зависимости от особенностей торгового объекта, от применяемого режима налогообложения, от вида заключаемого договора с контрагентами: развозная торговля, разносная торговля, дистанционный способ продажи товаров, продажа товаров с использованием автоматов и иные формы торговли; в стационарных торговых объектах или вне стационарных торговых объектов: ярмарки и выставки.

Также, мы определили, что торговая деятельность – это вид предпринимательской деятельности, связанный с приобретением и продажей товаров; ее понятие следует разграничивать от понятия предпринимательской деятельности, так как первая имеет более узкое по своему значению понятие. Не умаляя значение отрасли торговли и торгового законодательства, подчеркнем, что цели по развитию данной сферы, поставленные правительством России, говорят о ее высоком значении и осознанной необходимости развития механизмов ее регулирования на законодательном уровне.

Также мы столкнулись с большим количеством подходов, дающих определение торговой деятельности.

Так, например, Приказом Росстандарта от 28 августа 2013 г. № 582-ст был утвержден и введен в действие с 1 апреля 2014 г. для добровольного применения Национальный стандарт Российской Федерации ГОСТ Р 51303-

2013 «Торговля. Термины и определения»¹. В новом ГОСТе торговая деятельность определяется как вид предпринимательской деятельности, связанный с приобретением и продажей товаров, ссылаясь при этом на Закон о торговле.

Спорный вопрос об определении понятия торговли возникает в силу того, что в Национальном стандарте РФ ГОСТ Р 51304-2009 «Услуги торговли. Общие требования» (утвержден и введен в действие Приказом Ростехрегулирования от 15 декабря 2009 г. № 769-ст)² раскрывается содержание услуги торговли как результата непосредственного взаимодействия продавца и покупателя, а также собственная деятельность продавца по удовлетворению потребностей покупателя при купле-продаже товаров. При этом процесс оказания услуг торговли состоит из следующих основных этапов: выявление спроса и формирование ассортимента товаров, приемка товаров, обеспечение хранения товаров, предпродажная подготовка товаров, выкладка товаров, предложение товаров покупателю (показ, демонстрация, примерка, взвешивание), организация расчета с покупателем, отпуск товара покупателю.

Исходя из этого мы определяем, что в широком смысле понятие торговой деятельности представляет собой операции купли-продажи вместе с примыкающими торговыми процессами, без которых невозможно организовать нормальное проведение торговых операций.

1.3 Субъекты торговой деятельности

Говоря о субъектах торговой деятельности, мы видим их общую цель: извлечение прибыли из своей деятельности.

¹ URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_167655/ (дата обращения: 02.04.2017).

² Национальный стандарт РФ ГОСТ Р 51304-2009 «Услуги торговли. Общие требования» (утвержден и введен в действие Приказом Ростехрегулирования от 15 декабря 2009 г. № 769-ст). – М., 2010.

В научной юридической литературе принято классифицировать субъектов торговли в зависимости от их роли в процессе осуществления торговой деятельности. Данная классификация выделяет основных и иных субъектов торговли.

К иным, то есть не основным участникам торговой деятельности, относятся: поставщики, посредники, иные лица, занимающиеся обслуживанием торговли.

К основным субъектам торговли мы относим лиц, подпадающих под определение, данное ст. 8 Закона о торговле: «Торговая деятельность осуществляется хозяйствующими субъектами, предусмотренными настоящим Федеральным законом и зарегистрированными в установленном законодательством Российской Федерации порядке, если иное не предусмотрено федеральными законами».

М.А. Егорова указывает, что субъекты торговой деятельности входят в рамки понятия предпринимателей и являются одной из частей круга субъектов коммерческого права; также она подчеркивает, что понятие субъектов гражданского права в разы шире субъектов торгового, коммерческого и предпринимательского права, которые являются только подвидами указанных гражданских отношений¹.

Для более четкого разграничения данных субъектов права мы выделяем особенности, характерные только для субъектов торговых правоотношений.

1. Объектом правоотношений в сфере торговли выступает деятельность на оптовом рынке, связанная с передвижением товара от производителя к потребителю.

¹ Егорова М.А. Коммерческое право: учеб. для вузов. – М., 2013. – С. 158.

2. Правовое положение: субъекты торговых правоотношений всегда находятся в равном по отношению друг к другу положении. Таких субъектов характеризует горизонтальная связь, основанная на принципах договора.

3. Степень допустимой свободы субъектов. Так, например, субъекты торговой сферы регулируются дозволительным и разрешительным методом, а субъекты, например, предпринимательского права, ограничены также обязывающими предписаниями¹.

4. Особенности правоспособности. По общему правилу, данные субъекты имеют общую правоспособность и их ограничение в правоспособности является исключительным случаем в соответствии с особым порядком и требованиям закона.

Классификации субъектов торговой деятельности довольно разнообразны и имеют в своем делении множество оснований: по природе происхождения имущества организации: публичные и частные субъекты; по природе происхождения капитала: национальные, совместные и иностранные субъекты.

В зависимости от осуществляемой ими деятельности: промышленность, транспорт, спорт, строительство, сельское хозяйство и др.²

Классификация по объему оказываемых услуг и объему деятельности: крупные, средние, малые, выполняющие полный спектр услуг, ограниченные в правоспособности³.

В зависимости от предмета торговли¹:

¹ Белых В.С. Правовое регулирование предпринимательской деятельности в России: моногр. – М., 2009. – С. 43.

² Гуцин В.В., Дмитриев Ю.А., Российское предпринимательское право: учеб. – М., 2005. – С. 86.

³ Андреева Л.В. Коммерческое (торговое) право: учеб. 3-е изд., перераб. и доп. – М., 2012. – С. 51.

1) универсальные субъекты коммерческого права, которые без ограничений могут осуществлять любую коммерческую деятельность;

2) ориентированные субъекты коммерческого права, которые имеют дело непосредственно с определенным видом товара или осуществляют узконаправленную деятельность (например, предприятия-заготовители сельскохозяйственной продукции, бензохранилища, транспортные организации, страховщики и другие);

3) специализированные субъекты коммерческого права, для осуществления деятельности которых необходимо специальное разрешение (например, лицензирование). К таким субъектам относятся лица, осуществляющие торговлю лекарственными и наркотическими препаратами, оружием, ядохимикатами, и иные. К специализированным субъектам коммерческого права также можно отнести государственные и муниципальные образования, выступающие в коммерческом обороте с контрольными и надзорными функциями.

Закон о торговле регулирует отношения между субъектами, осуществляющими торговую деятельность (далее – Покупатель) и хозяйствующими субъектами, осуществляющими поставку производимых или закупаемых товаров, предназначенных для использования их в предпринимательской деятельности, в том числе для продажи или перепродажи (далее – Поставщик).

Таковыми хозяйствующими субъектами выступают коммерческие юридические лица, индивидуальные предприниматели и потребительские кооперативы, производящие или перерабатывающие сельскохозяйственную

¹Молчанова Н.А. Проблемы выбора организационно-правовой формы ведения предпринимательской деятельности: вопросы теории и правоприменительной практики // Российский судья. – 2013. – № 8. – С. 21-25.

продукцию. Отношения между указанными лицами облакаются в договор поставки или договор контрактации¹.

Таким образом, из круга субъектов, на который распространяется Закон о торговой деятельности, исключены непосредственные потребители продовольственных товаров. Исходя из этого делаем вывод, что Закон о торговле предполагает наличие в торговой деятельности двух основных субъектов: Покупателя и Поставщика.

Ограничение круга субъектов торговли происходит в связи с тем, что под сферу действия статей 13 и 14 Закона о торговой деятельности не подпадают отношения между Покупателем и Продавцом, выручка которых (их группы лиц, определяемой в соответствии с антимонопольным законодательством) от реализации товаров за последний календарный год не превышает 400 млн. руб.

Торговая сеть как субъект торговой деятельности – это совокупность двух и более торговых объектов, которые принадлежат на законном основании хозяйствующему субъекту или нескольким хозяйствующим субъектам, входящим в одну группу лиц в соответствии с Федеральным законом «О защите конкуренции», или совокупность двух и более торговых объектов, которые используются под единым обозначением или иным средством индивидуализации.

В качестве Покупателя и Продавца также выступают дилеры и дистрибьюторы².

Определение дилерской деятельности содержится в Федеральном законе «О рынке ценных бумаг»¹. Ст. 4 гл. 2 раздела 2 данного закона

¹ Гришаев С.П. Комментарий к Закону об основах государственного регулирования торговой деятельности в России // Законы России: опыт, анализ, практика. – 2010. – № 10. – С. 38-43.

² Серегин Е.С. Закон о торговле: отношения дистрибьюторов и производителей // Пищевая промышленность: бухгалтерский учет и налогообложение. – 2011. – № 8. – С. 35.

определяет дилерскую деятельность как действия по совершению сделок купли-продажи ценных бумаг от своего имени и за свой счет путем публичного объявления цен покупки и/или продажи определенных ценных бумаг с обязательством покупки и/или продажи этих ценных бумаг по объявленным лицом, осуществляющим такую деятельность, ценам.

Однако на практике дилерская деятельность заключается не только в действиях таких субъектов на финансовом рынке, а также обозначает и работы с другими видами товаров. Признаки дилерской деятельности: дилеры всегда действуют в собственных интересах, а не в интересах клиентов; целью их деятельности является перепродажа товаров; их действия всегда спекулятивны – прибыль складывается из разности между продажной и покупной ценой товара, а не из вознаграждений клиентов, как у брокеров; дилер всегда выступает в торговом обороте в качестве торговца, а не как посредник².

Дистрибьютер как субъект торговли осуществляет оптовую закупку товаров с целью последующего их сбыта покупателям на региональных рынках. Он выстраивает систему продаж и заинтересован в максимальном объеме реализации без предпочтения к конкретному виду продукции; интерес производителя состоит в том, чтобы в максимальном объеме и в кратчайшие сроки реализовывалась именно его продукция, так как от этого зависит прибыль, развитие и рост производства. Содержать большую структуру отдела продаж для производителя невыгодно, поэтому зачастую он отдает предпочтение профессиональным компаниям, которые осуществляют продажи, закупая при этом у производителя продукцию большими партиями³.

¹ Федеральный закон «О рынке ценных бумаг» от 22.04.1996 № 39-ФЗ // СЗ РФ. – 1996. – № 17. – Ст. 1918.

² Егорова М.А. Коммерческое право: учебник для вузов. – М., 2013. – С. 152.

³ Нефедова Т., Лахман Р. Обеспечение дистрибуции – налоговый учет у производителя продукции // Российский налоговый курьер. – 2014. – № 19. – С. 83.

Правовое регулирование дистрибьютерской деятельности законодательно не решено: положений о нем не содержится ни в Гражданском Кодексе Российской Федерации (далее — ГК РФ), ни в иных нормативно-правовых актах¹.

В целях единого толкования понятия дистрибьютерской деятельности на международном уровне, принято два основных правовых акта: «Типовой дистрибьюторский контракт МТП. Монопольный импортер – дистрибьютор» (Публикация МТП № 518); Руководство по составлению международных дистрибьюторских соглашений (Публикация МТП № 441 (E))².

Относительно позиции Российских судов можно отметить, что понятие дистрибьюторской деятельности достаточно лаконично сформулировано в Постановлении ФАС Московского округа от 08.10.2002 № КА-А40/6725-02³: «дистрибьютор не является потребителем товара, поскольку покупает товар не для удовлетворения личных нужд, а для его перепродажи в пределах оговоренной территории (рынка)».

С точки зрения понятия дистрибьютера как субъекта торговли, наиболее применимым представляется определение, согласно которому дистрибьюторский договор может быть квалифицирован как договор на организацию отношений по поставкам продукции с оказанием услуг по поиску покупателей (наиболее предпочтительная).

¹ Рубец К.Ю., Возисов К.А. Правовое регулирование дистрибьюторских отношений в РФ [Электронный ресурс]. URL:

http://www.inmarlegal.ru/press/publications/korporativnoe_pravo_m_a_bankovskoe_i_nalogovo_e_pravo/pravovoe_regulirovanie_distrib_yutorskih_otnoshenij_v_rf/pravovoe_regulirovanie_distrib_yutorskih_otnoshenij_v_rf/ (дата обращения: 21.04.2017)

² См.: Типовой дистрибьюторский контракт // Типовой дистрибьюторский контракт МТП. Монопольный импортер-дистрибьютор. Публикация № 518: на рус. и англ. яз. = The ICC Model Distributorship Contract. Sole Importer-Distributor / Н.Г. Вилкова; под ред. Н.Г. Вилковой, пер. В.Д. Медвинской – М., 1996; Типовой дистрибьюторский контракт МТП. Монопольный импортер-дистрибьютор. Публикация № 646E: на рус. и англ. яз. = The ICC Model Distributorship Contract. Sole Importer-Distributor / Н.Г. Вилкова; под ред. Н.Г. Вилковой. 2-е изд. – М., 2005. [Электронный ресурс]. URL: <http://lexandbusiness.ru/view-article.php?id=2198> (дата обращения: 21.04.2017)

³ Постановление ФАС Московского округа от 08.10.2002 № КА-А40/6725-02 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.consultant.ru>.

Примером судебной практики по применению данного понятия является Постановление Президиума ВАС РФ от 18.05.1999 № 7073/98 по делу № А40-9311/98-55-54¹.

«...Согласно договору о дистрибьюторстве от 29.05.97 ОАО «Медстекло» предоставляет ЗАО «Алексер» на время действия договора права официального дистрибьютора ОАО «Медстекло» на продажу трубки стеклянной (дрот) и флаконов для лекарственных средств.

По мнению суда, ссылки в заявках ответчика и платежных документах на договор от 29.05.97 являются надлежащими доказательствами поставки продукции по договору о дистрибьюторстве, и истец вправе предъявить к ответчику иск в соответствии с этим договором.

Между тем договор от 29.05.97 по существу является договором на организацию отношений по поставкам продукции с оказанием услуг по поиску покупателей. Сроков оплаты продукции, а также ответственности за нарушение обязательств этим договором не предусмотрено...».

Исследовав особенности субъектного состава торговой деятельности, можно сделать следующие выводы.

Классификации субъектов торговой деятельности довольно разнообразны и имеют в своем делении множество оснований: по природе происхождения имущества организации: публичные и частные субъекты; по природе происхождения капитала: национальные, совместные и иностранные субъекты.

Закон о торговле из круга субъектов, на который распространяется его правовое регулирование, исключает непосредственных потребителей

¹ Габов А.В., Егорова М.А., Могилевский С.Д. Координация экономической деятельности в российском правовом пространстве (отв. ред. доктор юридических наук М.А. Егорова). – М., 2015. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.book.ru/book/920349/view> (дата обращения: 22.05.2017)

продовольственных товаров и предполагает наличие в торговой деятельности двух основных субъектов: Покупателя и Поставщика.

В ст. 1 Закона о торговле дается определение понятий этих хозяйствующих субъектов: так, к Покупателям данный закон относит юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, которые осуществляют торговую деятельность, а к Поставщикам – юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, которые осуществляют поставку производимых или закупаемых товаров, предназначенных для использования их в предпринимательской деятельности, в том числе для продажи или перепродажи.

Помимо указанных субъектов, Закон о торговле также относит к субъектам торговли дилеров и дистрибьютеров.

Нами было определено, что в рамках регулирования дилерской деятельности Законом о торговле дилеры выступают не как посредники, а как торговцы.

Также в рамках данного исследования нами была выявлена проблема правового регулирования дистрибьютерской деятельности, которая связана с тем, что положения о дистрибьютерах и их деятельности не закреплены ни в ГК РФ, ни в других законодательных актах. Данная проблема также связана с различным толкованием понятия дистрибьютерской деятельности судами при вынесении решений и определений. На наш взгляд, наиболее логичное понятие дистрибьютерской деятельности закреплено в Постановлении ФАС Московского округа от 08.10.2002 № КА-А40/6725-02, согласно которому дистрибьютер не является потребителем товара. Данное утверждение связано с тем, что он приобретает его не для удовлетворения личных нужд, а с целью перепродажи в пределах рынка.

Исходя из вышеизложенного, мы предлагаем дополнить пп.3 п. 2 ст. 1 Закона о торговле следующим положением: «...в том числе для продажи или

перепродажи товаров дилерами, осуществляющими деятельность по совершению сделок купли-продажи товаров от своего лица, и дистрибьютерами, заключающими с хозяйствующими субъектами договор по организации отношений по поставкам продукции с оказанием услуг по поиску покупателей, баланса экономических интересов указанных хозяйствующих субъектов...».

Также нами было подчеркнута особое место торговых сетей как Покупателей, для которых Закон о торговой деятельности устанавливает более высокие требования (см. п. 3 ч. 1 ст. 5, ст. 9, ч. 1 ст. 13, ч. 1 ст. 14 Закона о торговле).

Торговая сеть как субъект торговой деятельности – это совокупность двух и более торговых объектов, которые принадлежат на законном основании хозяйствующему субъекту или нескольким хозяйствующим субъектам, входящим в одну группу лиц в соответствии с Федеральным законом «О защите конкуренции», или совокупность двух и более торговых объектов, которые используются под единым обозначением или иным средством индивидуализации. Понятие торгового объекта закреплено в ст. 2 Закона о торговле: «торговый объект - здание или часть здания, строение или часть строения, сооружение или часть сооружения, специально оснащенные оборудованием, предназначенным и используемым для выкладки, демонстрации товаров, обслуживания покупателей и проведения денежных расчетов с покупателями при продаже товаров».

II ПУБЛИЧНО–ПРАВОВЫЕ ТРЕБОВАНИЯ ПРИ ОРГАНИЗАЦИИ И ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

2.1 Публично-правовые требования при организации торговой деятельности

Ст. 8 Закона о торговле посвящена требованиям к организации и осуществлению торговли, однако анализ положений, регулируемых указанной статьей, позволяет заключить, что речь идет о правах Покупателей (торговой сетей) на стадиях организации и осуществления торговли, а также об обязанностях Покупателя и Поставщика на стадиях заключения и исполнения договора поставки продовольственных товаров, в том числе и об ограничениях прав указанных лиц.

Часть вторая ст. 8 Закона о торговле дает легитимную классификацию к требованиям организационных начал при организации торговой деятельности. При организации торговой деятельности хозяйствующие субъекты самостоятельно определяют вид, форму, способ торговли, специализацию торговли и тип торгового объекта, основания использования имущества при осуществлении торговой деятельности, порядок и условия осуществления торговой деятельности, определяют цены на продаваемые товары.

Рассматриваемая статья дает несколько оснований классификации торговой деятельности, одновременно являющихся предметом самостоятельного определения и выбора хозяйствующими субъектами при ее организации и осуществлении¹.

Вид и форма торговли определяются в соответствии со ст. 2 Национального стандарта Российской Федерации. «ГОСТ Р 51303-2013. Торговля. Термины и определения» (утв. Приказом Росстандарта от

¹ Егорова М. Комментарий к Федеральному закону от 28 декабря 2009 г. № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» (постатейный). – М., 2017. – С. 273.

28.08.2013 № 582-ст)¹. В обозначенном Стандарте форма торговли определяется как совокупность видов торговли, видов и типов торгового объекта и торгового предприятия. В примечании к указанному Стандарту поясняется, что форма торговли зависит от использования субъектами торговых объектов.

Итак, при организации торговой деятельности, хозяйствующие субъекты самостоятельно определяют:

1) вид осуществляемой торговой деятельности (оптовая или розничная торговля);

2) форму осуществляемой торговой деятельности (развозная торговля, разносная торговля, дистанционный способ продажи товаров, продажа товаров с использованием автоматов и иные формы торговли; в стационарных торговых объектах или вне стационарных торговых объектов: ярмарки и выставки);

3) в зависимости от использования субъектами объектов торговли выбирается способ осуществления торговой деятельности: с использованием торговых объектов и (или) без использования торговых объектов;

4) специализацию осуществления торговой деятельности: общая (универсальная) или специализированная торговля;

5) тип торгового объекта определяется субъектами в зависимости от связи с землей такого объекта: стационарные или нестационарные торговые объекты;

6) основание используемого имущества: субъект может владеть объектом торговли на праве собственности или по другим законным основаниям;

¹ ГОСТ Р 51303-2013. Национальный стандарт Российской Федерации. Торговля. Термины и определения (утв. Приказом Росстандарта от 28.08.2013 № 582-ст). – М., 2014.

7) при организации торговой деятельности субъекты самостоятельно определяют будущие условия ее осуществления: режим работы, ассортиментный перечень продаваемых товаров, технику продаж, типы и формы оборудования и др.;

8) цены на ассортимент.

Раскрывая п/п 7 ч. 2 Закона о торговле, важно заметить, что данное правило организации торговли применяется к государственным или муниципальным предприятиям, учреждениям торговли и устанавливается по решению соответствующих государственных или муниципальных органов.

Помимо рассмотренных прав при организации торговли, Закон о торговле предписывает обязанность Покупателей и Поставщиков взаимно обеспечивать друг друга доступом к информации о следующих условиях:

– об отборе контрагента для заключения договора поставки продовольственных товаров;

– о существенных условиях договора поставки посредством размещения соответствующей информации на официальном сайте хозяйствующего субъекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

– в обязанности поставщика, помимо указанных действий, входит обязанность по обеспечению Покупателя доступом к информации о качестве и безопасности поставляемых продовольственных товаров (ч. 1-2 ст. 9 Закона о торговле).

Правила о доступности информации и об обязанности ее размещения и свободном доступе к ней объясняются тем, что Покупатели в рамках злоупотребления права зачастую сообщают Поставщикам неконкретную, общую информацию об условиях отбора поставщиков, что мешает определиться им в вопросе о возможности заключения договора поставки

продовольственных продуктов. В случае возникновения спора органы антимонопольной службы встают на защиту интересов Поставщиков и указывают, что информация, носящий общий характер, не может расцениваться в качестве информации об условиях отбора контрагента для заключения договора поставки продовольственных товаров и о существенных условиях такого договора, так как она не позволяет определить потребности торговой сети в товарах и формировать предложения по условиям поставки, что в свою очередь, влечет невозможность поставщика, не имеющего такую информацию, конкурировать с другими поставщиками. При этом их действия квалифицируются по п/п «а» п. 1 ч. 1 ст. 13 Закона о торговой деятельности как создание препятствий для доступа на товарный рынок¹.

Тот факт, что законодатель предоставляет субъектам торговой деятельности свободу выбора условий торговли показывает возможность реализации субъектами гражданско-правовых начал в отношении регулирования их правоотношений. Условия, которые определяются субъектами при организации торговли, включены в открытый перечень, ограничения которого могут возникнуть лишь в виде исключения в форме установления специальные норм Законом о торговле или иным нормативным правовым актом в виде закона. Данные исключения могут содержаться исключительно в федеральных законах, так как иные источники права не имеют юридической силы в сфере установления ограничений определения условий торговой деятельности.

Примером к вышеуказанному тезису является правило, по которому государственное регулирование цен возможно лишь на основании

¹ См.: Субботина С.А. Об условиях отбора поставщиков торговой сетью // Пищевая промышленность: бухгалтерский учет и налогообложение. – 2015. – № 1. [Электронный ресурс]. URL: <http://xn----7sbbaj7auwnffhk.xn--p1ai/article/2094> (дата обращения: 27.04.2017)

федерального закона. В том числе данное правило касается и надбавок к ценам.

Раскрывая вопрос о требованиях к организации торговой деятельности, мы бы хотели подчеркнуть важность создания законодательно оговоренного перечня. Необходимость создания определенных требований к организации торговли была обусловлена ситуацией, когда в каждом муниципальном образовании, которых в Российской Федерации насчитывается около 24 000, действовали различные требования к организации и осуществлению торговой деятельности. Анализ регионального и местного законодательства показывает, что начало торговой деятельности предпринимателями зачастую обусловлено наличием различного рода свидетельств, согласований и разрешений, выдаваемых органами местного самоуправления¹.

Так, например, Арбитражный суд Смоленской области при рассмотрении дела² о признании постановления от 20.01.2014 № 127-адм «Об утверждении схемы размещения нестационарных торговых объектов на территории города Смоленска» недействующим и не соответствующим пункту 4 статьи 10 Федерального закона от 28.12.2009 № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» и частям 1 и 3 статьи 35 Конституции Российской Федерации, признал незаконными действия Администрации города Смоленска, выраженные в невключении в схему размещения нестационарных торговых объектов на территории города Смоленска торгового объекта, принадлежащего индивидуальному предпринимателю Шикареву Валерию Витальевичу, расположенного на земельном участке с кадастровым номером 67:27:0030853:13.

¹ Пояснительная записка к проекту федерального закона «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации». Документ опубликован не был. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.consultant.ru>.

² Решение от 27.01.2016 по делу № А62-4001/2014 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.consultant.ru>.

Основная цель Закона о торговле – это упорядочение на федеральном уровне отношений, связанных с организацией торговой деятельности на территории Российской Федерации, в целях создания прозрачного и предсказуемого порядка осуществления торговой деятельности, необусловленного какими-либо произвольными требованиями местных властей, а также устранения излишних административных барьеров в торговле.

Таким образом, резюмируя вышеизложенные тезисы, можно сделать вывод о том, что создание государственными органами законодательной власти открытого перечня требований к организации торговой деятельности был связан с ситуацией, когда в рамках муниципального, регионального регулирования торговли в разных субъектах России существовали различные по своему существу требования. Соответственно, исходя из различных правил и распоряжений субъекты хозяйственной деятельности могли выстраивать торговый бизнес в рамках одного региона, а в другом регионе субъекты, находящиеся в аналогичных условиях, – не могли. Данный факт свидетельствовал о наличии сложности доступа хозяйствующих субъектов к торговле в связи с наличием административных барьеров, создаваемых органами местного самоуправления.

Итак, целью создания общих правил и требований к организации торговой деятельности в России мы обозначаем как создание наиболее прозрачного и предсказуемого порядка осуществления торговой деятельности, который не зависит от произвольных требований и правил органов местного самоуправления, в том числе установление Законом о торговле правил к ее организации предполагает искоренение излишних административных барьеров в торговле.

2.2 Публично-правовые требования при осуществлении торговой деятельности

Учитывая положения Конституции Российской Федерации, изложенные в статье 34, которые разделяют понятия экономической и предпринимательской деятельности, устанавливая, что «каждый имеет право на свободное использование своих способностей и имущества для предпринимательской и иной не запрещенной законом экономической деятельности»¹, Е.И. Высоцкая отмечает, что каждый субъект прав вправе действовать в своих интересах, в том числе при осуществлении торговой, предпринимательской и экономической деятельности при условии, что не выходит за пределы закона². По мнению проф. Л.А. Чеговадзе, свобода усмотрения участников гражданских правоотношений при осуществлении принадлежащих им прав ограничена, в первую очередь, недопустимостью удовлетворения своего интереса вредоносным для другого лица действием³.

Непосредственное закрепление требований к осуществлению торговой деятельности отражено в п. 7-10 части 2 ст. 8 Закона о торговле, в которых устанавливается открытый перечень условий осуществления торговли хозяйствующими субъектами, которые последние имеют право самостоятельно определять. Так, в рамках Закона о торговле предполагается три направления осуществления торговой деятельности хозяйствующими субъектами торгового рынка:

1) порядок осуществления торговой деятельности может быть сформирован путем установления режима работы субъектов (подп. «б» п. 7 ч.

¹ Чеговадзе Л.А. К вопросу о соотношении понятий предпринимательской и экономической деятельности // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: Право. – 2001. – № 2. – С. 41.

² Высоцкая Е.И. Торговля и предпринимательство: особенности и правовое регулирование // Вестник ВУиТ. – 2013. – № 2 (78) – С. 9.

³ См.: Чеговадзе Л.А. Система и состояние гражданского правоотношения / Автореф. дисс. на соиск. уч. степ. д-ра юр. н. – М., 2005. – С. 3.

2 ст. 8 Закона о торговле), приемов и способов продажи товаров (подп. «в» п. 7 ч. 2 ст. 8 Закона о торговле), выбора количества, типов, моделей технологического оборудования, инвентаря, используемых при осуществлении торговой деятельности (подп. «г» п. 7 ч. 2 ст. 8 Закона о торговле), выбора способов доведения до покупателей информации о продавце, о предлагаемых для продажи товарах и об оказываемых услугах (подп. «д» п. 7 ч. 2 ст. 8 Закона о торговле), определения формы распространения рекламы в торговом объекте и в его витринах (п. 9 ч. 2 ст. 8 Закона о торговле);

2) хозяйствующие субъекты торговой деятельности в соответствии с принципом свободы договора свободны в определении договорных условий торговой деятельности, в частности, условий заключения договоров купли-продажи товаров, договоров возмездного оказания услуг (п. 10 ч. 2 ст. 8 Закона о торговле), а также в определении ассортимента продаваемых товаров (подп. «а» п. 7 ч. 2 ст. 8 Закона о торговле);

В соответствии с п. 4 ст. 421 ГК РФ условия договора определяются соглашением сторон, помимо случаев, когда содержание соответствующего условия предписано законом или иными правовыми актами; п. 1 ст. 422 ГК РФ, в тоже время, закрепляет, что договор должен соответствовать обязательным для сторон правилам, установленным законом и иными правовыми актами (императивным нормам), действующим в момент его заключения.

Ограничение свободы договора, по общему правилу, возможно лишь в двух случаях: в целях сохранения публичных интересов, в целях соблюдения баланса прав и интересов сторон договора.

Ряд таких ограничений предусмотрен Законом о торговой деятельности. Целью введения таких ограничений обозначается достижение баланса прав и интересов сторон (Покупателя и Поставщика). Ограничения

налагаются при формулировании сторонами соглашения о договоре поставки продовольственных товаров и его условий.

1. Первым ограничением является определение четких сроков расчетов между сторонами за поставленный товар, время истечения которых зависит от срока годности поставляемых товаров. Так, условия оплаты товаров, после получения их в натуре формируются исходя из следующих условий:

а) продовольственные товары, срок годности которых меньше 10 дней, подлежат оплате в срок не позднее чем 8 рабочих дней со дня приемки таких товаров Покупателем;

б) продовольственные товары, срок годности которых установлен от 10 до 30 дней включительно, подлежат оплате в срок не позднее чем 25 календарных дней со дня приемки таких товаров Покупателем;

в) продовольственные товары, срок годности которых установлен свыше 30 дней, а также алкогольная продукция, произведенная на территории РФ, подлежат оплате в срок не позднее чем 40 календарных дней со дня приемки таких товаров Покупателем (ч. 7 ст. 9 Закона о торговле).

Оплата продовольственных товаров в указанный срок осуществляется при условии исполнения Поставщиком обязанности по передаче документов, относящихся к поставкам таких товаров в соответствии с федеральными законами, иными нормативными правовыми актами РФ и договором поставки продовольственных товаров (ч. 8 ст. 9 Закона о торговле).

Проблема применения рассмотренных норм Закона о торговой деятельности связана с осуществлением поставки продовольственных товаров в отдельные районы страны. Так, существует ряд территорий, сообщение с которыми осуществляется только в период навигации (с июня по октябрь) и авиатранспортом. Оборачиваемость продукции в этих районах составляет 180 дней. Централизованные поставки продовольственных товаров в указанные районы отсутствуют, субъекты торговли осуществляют

завоз продукции самостоятельно, за счет собственных средств. Как правило, предприятия торговли не имеют финансовых возможностей для закупки продукции в необходимом объеме до следующего навигационного периода. В этих условиях Поставщики на договорной основе предоставляли Покупателям этих районов отсрочку платежа до 2-3 месяцев, а по отдельным товарным позициям – до 6 месяцев.

С ограничением законом сроков оплаты товаров предприятия торговли вынуждены были осуществлять поставку продукции малыми партиями, сократить ассортимент и объемы завоза в навигации. Это привело к существенному удорожанию стоимости продукции, так как недопоставленный объем продовольствия завозится в межнавигационный период авиатранспортом¹.

Таким образом, проблема исполнения установленного ст. 9 Закона о торговле правила срока оплаты продовольственных товаров является важнейшей для разрешения в рамках территориального действия данной нормы. Поставка продовольственных товаров в труднодоступные населенные пункты страны достигает 253 дня².

Данная проблема, на наш взгляд, решается в случае внесения дополнений в часть 7.2 ст. 9 Закона о торговле: «Предусмотренные частью 7 настоящей статьи правила не распространяются при поставках продовольственных товаров в районы Крайнего Севера и приравненные к

¹ См.: п. 3.4.1 Заключения Министерства экономического развития РФ «Об оценке положений Федерального закона от 28 декабря 2009 г. № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» от 30.06.2012 [Электронный ресурс]. URL: [http:// www.consultant.ru](http://www.consultant.ru) (дата обращения: 30.04.2017)

² См.: Текст выступления заместителя Председателя Правительства Республики Саха (Якутия) Борисова А.И. о ходе реализации Федерального закона «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» №381-ФЗ от 29.12.2009 на селекторном совещании первого заместителя Председателя Правительства Российской Федерации Зубкова В.А 29.03. 2011. [Электронный ресурс]. URL: <http://old.sakha.gov.ru/node/32581> (дата обращения: 30.04.2017)

ним местности с ограниченными сроками завоза грузов (продукции)». Сроки предусматриваются в соответствии с условиями заключаемых договоров поставки.

Второй проблемой указанной статьи является поставка таких партий товара, в которых есть несколько разных сроков годности – «смешанные поставки». На практике зачастую применяется правило о применении максимально допустимого срока отсрочки платежа во временном промежутке 45 дней. В таком случае поставщикам представляется необходимым разбивать все группы товара по отдельным видам, а далее к каждому из них применять свое правило по отсрочке платежа. В ином случае, например, при применении усредненного срока по всем видам товара, в отношении группы товаров с минимальным сроком отсрочки будет нарушение указанных лимитов и как следствие – привлечение к ответственности по ч. 3 ст. 14.42 КоАП РФ¹.

Весьма доступно данную проблему описывает Максим Арефьев, руководитель юридического департамента и лицензирования «real, – Гипермаркет»: «Формулировка требований законопроекта к отсрочке платежа весьма спорна. Вот только один пример. Допустим, один поставщик поставляет нам 15 артикулов с разными сроками годности. Накладная и счет-фактура на такую поставку содержат все 15 артикулов. Теперь же поставщик должен будет сортировать свои артикулы и сопровождать их таким количеством документов, сколько артикулов с разными сроками оплаты в поставке, так как оплата производится по указанным документам. Это только

¹ См.: Нарушение требований к условиям заключения договора поставки продовольственных товаров [Электронный ресурс]. URL: <https://www.lawyercom.ru/question/45764-narushenie-trebovaniy-k-usloviyam-zaklyucheniya-dogovora-postavki-prodovolstvennyh-tovarov?ustp=W> (дата обращения: 15.06.2017)

увеличит объем документооборота и осложнит жизнь как поставщикам, так и магазинам. Не думаю, что поставщики от этого сильно выиграют»¹.

Для разрешения данного пробела нами предлагается дополнить ст. 9 Закона о торговле п. 7.1: «В случае, если между... заключается и исполняется (реализуется) договор поставки продовольственных товаров с разными сроками годности... срок оплаты таких товаров для установления данным договором определяется не позднее чем двадцать пять дней со дня фактического получения таких товаров хозяйствующим субъектом, осуществляющим торговую деятельность». Мы предполагаем, что закрепление данного положения позволит сохранить хозяйствующим субъектам возможность поддержания различного ассортиментного листа, тем самым сохраняя лояльность и удовлетворять интерес своих потребителей.

2. Вторым ограничением осуществления торговли является положение ч. 10 ст. 9 Закона о торговле, согласно которому не допускается установление запрета на перемену лиц в обязательстве по такому договору путем уступки требования, а также ответственности за несоблюдение указанного запрета сторонами такого договора. Исполнение (реализация) указанного договора в соответствующей части не допускается.

В.И. Еременко полагает, что данный запрет противоречит ст. 388 ГК РФ, поскольку согласно этой статье договором может быть установлен запрет уступки требования².

Однако, с 1 июля 2014 года глава 24 Гражданского кодекса (о перемене лиц в обязательствах) действует в новой редакции. Новое общее правило об уступке права требования заключается в том, что кредитор и должник могут запретить уступку права требования по какому-либо обязательству (в том

¹ См.: Радаев В. Поставщики и сети: кто кем манипулирует? // Мое дело магазин. – 2016. – № 116. – С. 23–26.

² Еременко В.И. Правовое регулирование торговой деятельности в Российской Федерации // Законодательство и экономика. – 2011. – № 2. – С. 34.

числе, заключая любой договор, стороны сразу могут договориться о запрете уступки прав требования по нему).

В тоже время, п. 1 ст. 388 ГК РФ закрепляет, что уступка требования кредитором (цедентом) другому лицу (цессионарию) допускается, если она не противоречит закону.

Таким образом, при возникновении противоречий в определении возможности уступки права требования по ст. 388 ГК РФ и ст. 9 Закона о торговле, применяются нормы Закона о торговле, так как они носят специальный характер по отношению к нормам ГК РФ.

3. Третье ограничение касается запрета на включение Поставщиком и Покупателем в договор поставки продовольственных товаров условий о совершении Покупателем в отношении поставленных продовольственных товаров действий, связанных с оказанием услуг по продвижению товаров, услуг по подготовке, обработке, упаковке этих товаров, иных подобных услуг, либо исполнение (реализация) такого договора в соответствующей части. Они могут оказываться Покупателями на основании договоров возмездного оказания соответствующих услуг. При этом при заключении и (или) исполнении (реализации) договора поставки продовольственных товаров установлен также запрет на понуждение контрагента к заключению договора возмездного оказания услуг (в том числе и третьими лицами), направленного на оказание услуг по продвижению товаров, услуг по подготовке, обработке, упаковке этих товаров, иных подобных услуг, а также иных договоров (п. 12 ст. 9).

3) свободная реализация автономной финансово-экономической политики хозяйствующими субъектами торговой деятельности, прежде всего путем проведения самостоятельной ценовой политики (п. 8 ч. 2 ст. 8 Закона о торговле).

Условия о цене товаров определяются хозяйствующими субъектами исходя из актуальной рыночной ситуации. Правильная ценовая политика является залогом успеха коммерческой деятельности торговцев, однако в некоторых случаях необходимо государственное вмешательство в процессы ценообразования. Это обусловлено тем, что свободно функционирующий рынок не гарантирует высокую эффективность экономической деятельности. В ряде случаев несовершенство рынка, нестабильность равновесия требуют определенного вмешательства государства. Роль государства заключается главным образом в обеспечении развития экономики в направлении не только роста производства и повышения качества продукции, но и достижения полной занятости, справедливого распределения доходов и стабилизации уровня цен.

В соответствии с этим Закона о торговле и ряд других федеральных законов вводят систему ограничений в виде установления тарифов, торговых надбавок (наценок), ограничения максимального и минимального уровня цен (ч. 4, 5 ст. 8 Закона о торговле), а также регламентируют правила ценообразования для отдельных видов договоров (ч. 4—6 ст. 9 Закона о торговле).

Говоря о цене договоров в рамках требований к осуществлению торговой деятельности, мы подчеркиваем, что в большинстве случаев, руководствуясь общими правилами, субъекты торговли самостоятельно определяют цену договора. Государственное регулирование цен может осуществляться путем установления твердой (фиксированной) цены, предельного уровня цен; коэффициента к цене (п. 1 ст. 424 ГК РФ), но применяется такое регулирование крайне редко.

На сегодняшний день государственное регулирование цен в основном возможно в сферах естественной¹ монополии и на лекарственные препараты

¹ Указ Президента РФ «О мерах по упорядочению государственного регулирования цен (тарифов)» от 28.02.1995 № 221 // СЗ РФ. – 1995. – № 10. – Ст. 859.

для медицинского применения¹. Таким образом, рычагов административного воздействия на ситуацию нестабильного роста цен на продовольственные товары у государства крайне мало, так как с момента перехода экономики страны на рыночные основы Указом Президента РФ «О мерах по либерализации цен» от 3 декабря 1991 г. № 297² был закреплён переход на свободные (рыночные) цены и тарифы, которые складываются на рынке под воздействием спроса и предложения независимо от какого бы то ни было прямого влияния государственных органов³. Государство может воздействовать на эти цены (их уровень) лишь косвенно – путем влияния на конъюнктуру рынка доступными ему способами, например установить правила игры на рынке с помощью мер, ограничивающих недобросовестную конкуренцию и монополизацию рынка⁴.

В рамках деятельности Правительства РФ по стабилизации цен на социально значимые товары, мы обращаем внимание на формулировку п. 5 статьи 8 Закона о торговле, согласно которой Правительство Российской Федерации имеет право устанавливать предельно допустимые розничные цены на отдельные виды социально значимых продовольственных товаров первой необходимости. Данная формулировка кажется нам неоднозначной и представляет возможность неверного толкования нормы заинтересованными в злоупотреблении правом субъектами.

¹ См.: ст. 60 Федерального закона «Об обращении лекарственных средств» от 12.04.2010 № 61-ФЗ // СЗ РФ. – 2010. – № 16. – Ст. 1815; Постановление Правительства РФ «О совершенствовании государственного регулирования цен на лекарственные препараты, включенные в перечень жизненно необходимых и важнейших лекарственных препаратов» от 8.08.2009 № 654// СЗ РФ. – 2009. – № 33. – Ст. 4086.

² Указ Президента РФ «О мерах по либерализации цен» от 3.12.1991 № 297 // Ведомости Съезда народных депутатов РСФСР и Верховного Совета РСФСР. – 1991. – № 52. – Ст. 1878.

³ Кванина В. В. Государственное регулирование цен продовольственных товаров // Юрист. – 2015. – № 20. – С. 41.

⁴ Копина А.А. К вопросу о взаимосвязи рыночной цены и взаимозависимости лиц // Финансовое право. – 2013. – № 9. – С. 36.

Так, например, Антимонопольная служба Забайкальского края в ответ на обращение гражданки А.Н. Говорковой по вопросу цен на сахар, резюмировали свой ответ следующими тезисами, уходя от признания необоснованного повышения цен: «Причиной повышения цен на продовольственные товары являются высокие оптовые цены поставщиков, расположенных за пределами края. Правительство Российской Федерации имеет право устанавливать предельно допустимые розничные цены на отдельные виды социально значимых продовольственных товаров первой необходимости. Пока предельно допустимые розничные цены на вышеуказанные товары на территории Забайкальского края Правительством Российской Федерации не установлены¹».

На наш взгляд, данный пример наиболее ярко отражает возможность злоупотребления правом субъектами на установление предельных цен на продовольственные товары.

Мы предлагаем заменить рамки компетенции Правительства в пользу расширения полномочий и передать Правительству обязанность по контролю за регулированием цен на товары первой необходимости, сформулировав иной подход к закреплению данной статьи: «Правительство Российской Федерации обязано контролировать соблюдение установленных нормативов по определению предельно допустимых розничных цен на отдельные виды социально значимых продовольственных товаров первой необходимости».

В заключение данного параграфа нами делаются следующие выводы.

Закон о торговле, в требованиях к осуществлению торговой деятельности в России, устанавливает свободу договоров хозяйствующих субъектов. При этом, данным Законом вводится ряд ограничений, относительно определения сторонами существенных условий договора: ограничение по установлению сроков расчета между сторонами, исчисление

¹ См.: Ответ Забайкальского УФАС на обращение гр. Говорковой А.Н. [Электронный ресурс]. URL: <http://zab.fas.gov.ru/page/9755> (дата обращения: 13.05.2017)

которых зависит от сроков годности поставляемых продовольственных товаров; запрет на включение в договор поставки условий, которые оказываются сторонами друг другу на основании договоров возмездного оказания сопутствующих услуг.

По отношению к данным ограничениям нами были выделены две проблемы: проблема исчисления сроков поставок, в партиях которых доставляется товар с несколькими сроками годности и проблема исчисления сроков оплаты поставок в отдаленные территории страны.

В целях реализации восполнения законодательного пробела нами были

Также в рамках данного исследования мы выявили примеры злоупотреблением права субъектами РФ при толковании п. 5 статьи 8 Закона о торговле, согласно которой Правительство Российской Федерации имеет право устанавливать предельно допустимые розничные цены на отдельные виды социально значимых продовольственных товаров первой необходимости. Для разрешения данной проблемы мы предложили смену формулировки «имеет право» на «обязано».

2.3 Антимонопольные требования в сфере торговой деятельности

Особенности и специфика антимонопольных требований в сфере торговли предусматриваются главой 3 «Антимонопольное регулирование, государственный контроль (надзор), муниципальный контроль в области торговой деятельности» Закона о торговле. Помимо указанного Закона, антимонопольное регулирование торговли осуществляется в соответствии с Конституцией России (ст.8, 34), Гражданским Кодексом РФ (ст.1,10) и Законом о защите конкуренции.

Рассматриваемый в рамках исследования Закон о торговле регулирует вопросы антимонопольного регулирования по направлениям, адресованным следующим категориям субъектов торговли: хозяйствующим субъектам,

которые осуществляют свою деятельность продовольственными товарами посредством создания торговых сетей; поставщиков как хозяйствующих субъектов в рамках деятельности внутри рынка продовольственных товаров.

В целях регулирования антимонопольным законодательством деятельности органов государственной власти субъектов РФ, органов местного самоуправления и иных осуществляющих функции указанных органов организаций, Закон о торговле определяет ограничительные требования к осуществлению их деятельности в сфере торговли на товарных рынках.

Закон о торговле терминологически не оперирует категорией «монополистическая деятельность». Не смотря на то, что антимонопольные правила поведения (запреты и ограничения) для хозяйствующих субъектов, осуществляющих торговую деятельность по продаже продовольственных товаров посредством организации торговой сети, и хозяйствующих субъектов, осуществляющих поставки продовольственных товаров в торговые сети, установленные ст. 13 Закона о торговле, по своей сути ближе всего именно к такому правонарушению, как монополистическая деятельность, формального основания для рассмотрения фактов нарушения обозначенных Законом антимонопольных правил в качестве монополистической деятельности не существует, поскольку Закон о торговле не содержит указание на признание деяний монополизацией товарного рынка¹.

Соотнося Закон о защите конкуренции и Закон о торговле в рамках положений об антимонопольной деятельности нами отмечается, что Закон о торговле фактически регулирует правоотношения, возникающие между двумя видами хозяйствующих субъектов – поставщиком и торговой сетью. В то же время, соблюдение антимонопольных правил данными субъектами не

¹ Латышев А. Ю. Противоречия развития современных монополий: теория и российская практика // Вестник ЧелГУ. – 2014. – № 9 (338) – С. 78.

предполагает наличия у последних доминирующего положения на товарном рынке. В противовес данному правилу, ст. 10 Закона о защите конкуренции предполагает доминирующее положение хозяйствующих субъектов, устанавливая запрет на индивидуальную монополизацию товарного рынка, то есть на злоупотребление хозяйствующим субъектом доминирующим положением на товарном рынке¹.

При этом важным замечанием является факт, что само создание антимонопольных правил для субъектов правоотношений предполагает признание «сильной стороной рынка» таких субъектов, их главенствующую роль в торговой сфере². Ограничение данных субъектов происходит в целях защиты более слабых участников рынка, создание атмосферы здоровой конкуренции. Представляется, что законодатель исходит именно из такой презумпции применительно к указанным в Законе о торговле хозяйствующим субъектам – торговым сетям и их крупным поставщикам, регламентируя их поведение на рынке, и ввиду этого не требует определения их правового статуса в качестве хозяйствующих субъектов, занимающих доминирующее положение на определенном товарном рынке.

Сочетая совокупность анализа ст. 13 Закона о торговле в его взаимосвязи с нормами ст. 10 Закона о защите конкуренции, положений КоАП РФ об ответственности за злоупотребление доминирующим положением и об ответственности за нарушение антимонопольных правил, установленных Законом о торговле, определяется ряд следующих выводов:

1) в ходе предварительной квалификации антимонопольными органами противоправных проявлений по ст. 13 Закона о торговле (за исключением п. 3 ч. 1 ст. 13) представляется обязательным проведение анализа состояния

¹ Шишкин М.В., Смирнов А.В., Проблемы совершенствования антимонопольной политики в современной России (институциональный аспект) // Проблемы современной экономики. – 2014. – № 1 (49) – С. 61.

² Ахмедзянова Р.М. Международный опыт развития розничных торговых сетей // Вестник Тюменского государственного университета. Социально-экономические и правовые исследования. – 2014. – № 8 – С. 85.

конкуренции, по итогам которого устанавливается наличие (отсутствие) доминирующего положения у торговой сети либо поставщика торговой сети. Правовой статус торговой сети либо ее поставщика оказывает непосредственное влияние на квалификацию деяния и применение норм Закона о защите конкуренции или Закона о торговле¹;

2) если хозяйствующие субъекты, осуществляющие продажу продовольственных товаров посредством организации торговой сети, хозяйствующие субъекты, осуществляющие поставки продовольственных товаров в торговые сети, занимают доминирующее положение на соответствующем товарном рынке, что устанавливается с учетом итогов анализа состояния конкуренции на рынке², то в отношении них действуют нормы-запреты ст. 10 Закона о защите конкуренции и соответственно применяются санкции и ответственность за злоупотребление доминирующим положением. Представляется, что размер штрафных санкций в случае злоупотребления указанными субъектами доминирующим положением должен быть выше, что не всегда прослеживается исходя из положений КоАП РФ;

3) поскольку круг хозяйствующих субъектов, в отношении которых установлены антимонопольные правила Законом о торговле, изначально ограничен самим Законом, то иные хозяйствующие субъекты, осуществляющие торговую деятельность (например, хозяйствующие субъекты, осуществляющие продажу продовольственных товаров, но без создания торговой сети, их поставщики, хозяйствующие субъекты – торговые сети по продаже промышленных товаров, их поставщики), должны выполнять антимонопольные требования ст. 10 Закона о защите

¹ Маштаков К.М. Антимонопольное регулирование — сфера взаимодействия публичного и частного права // Юридическая наука и практика: Вестник Нижегородской академии МВД России. – 2013. – № 23. – С. 88.

² Спиридонова А.В. Ограничения свободы гражданско-правовых договоров федеральным законом «О защите конкуренции» // Вестник ОмГУ. Серия. Право. – 2013. – № 1 (34). – С. 112.

конкуренции, но только при установлении антимонопольным органом факта их доминирующего положения на соответствующем товарном рынке.

На базе сделанных выводов рассмотрим положения ст. 13 Закона о торговле, которая регламентирует ограничение действий хозяйствующих субъектов в целях соблюдения методик антимонопольного регулирования.

1) Запрет на создание дискриминационных условий для других хозяйствующих субъектов.

Точное определение «дискриминационных условий» раскрывается в ст. 4 Закона о защите конкуренции, который характеризует их как условия, при которых хозяйствующий субъект поставлен в неравное положение по сравнению с другим хозяйствующим субъектом. Открытый перечень дискриминационных условий определен для целей применения Закона о торговле в п. 1 ч. 1 ст. 13 указанного Закона, в том числе, например, приводится запрет на возможность создания барьеров входа (выхода) на рынок, нарушение установленного нормативными правовыми актами порядка ценообразования¹.

В тоже время, Законом о защите конкуренции создание дискриминационных условий рассматривается в качестве самостоятельного поведенческого акта наряду с созданием барьеров входа (выхода) на рынок, нарушения порядка ценообразования².

Делается вывод, что в рамках деятельности законодателя видится не состыковка рассматриваемых понятий. Предполагается, что нормативные положения Закона о защите конкуренции, которые адресованы доминирующим торговым сетям и их поставщикам, и нормы Закона о

¹ Башлаков-Николаев И.В. О Стратегии развития конкуренции и антимонопольного регулирования в Российской Федерации // Право и современные государства. – 2013. – № 5. – С. 39.

² Деревягина О.Е. Крупный ущерб как криминообразующий признак недопущения, ограничения или устранения конкуренции // Российский следователь. – 2008. – № 16. – С. 23.

торговле должны носить взаимосогласованный характер, да и навязывание условий контрагенту, что согласно буквальному толкованию норм Закона о торговле является самостоятельным антиконкурентным деянием, может быть квалифицировано в качестве создания дискриминационных условий.

Отмечается, что торговая сеть и поставщик, в соответствии с ч. 2 ст. 13 Закона о торговле, имеют право представления доказательств допустимости действий (бездействия) по созданию дискриминационных условий в соответствии с требованиями, установленными ч. 1 ст. 13 Закона о защите конкуренции. Таким образом, в случае, когда торговые сети и поставщики выступают как доминирующие субъекты, то представление доказательств допустимости по обозначенному проявлению монополизации товарного рынка следует с учетом ст. 10 Закона о защите конкуренции¹.

Характеризуя в общем виде норму о возможной допустимости антиконкурентных проявлений в связи с представлением доказательств хозяйствующими субъектами, специалисты указывают, что в основном при применении ч. 1 ст. 13 Закона о защите конкуренции устанавливается правомерность деяния, т. е. отсутствие состава правонарушения, а не его допустимость²;

2) запрет на навязывание контрагентам условий, перечень которых определен в п. 2 ч. 1 ст. 13 Закона о торговле.

Говоря о понятии «навязывании условий» нами отмечается, что определение данного термина легально не определено Законом о торговле. Данная ситуация определяется не совсем допустимой, тем не менее в рамках рассмотрения данного понятия с точки зрения практики, в целях единообразного подхода к тезисам и определениям, вполне логичным

¹ Бортникова О.С. Межфирменные взаимоотношения торговой сети в цепочке создания ценности // Общество: политика, экономика, право. – 2013. – № 1. – С. 104.

² Латышев А.Ю. Особенности современной монополии как формы организации бизнеса // Вестник ЧелГУ. – 2014. – № 21 (350). – С. 192.

является закрепление такого понятия в одном из источников правового регулирования рассматриваемого института.

Такое определение представила Федеральная антимонопольная служба в рамках Методического пособия для предпринимателей «Антимонопольное регулирование в области торговой деятельности»¹ в рекомендациях относительно определения, что навязывание контрагенту условий договора, невыгодных для него, заключается в таком поведении хозяйствующего субъекта, при котором ущемляются права контрагента либо он вынужден вступать в правоотношения на невыгодных для себя условиях. Как представляется, факт навязывания контрагенту невыгодных условий (например, отказ, уклонение от согласования условий) должен быть доказан, поскольку в ином случае предполагается, что невыгодные условия были включены в договор поставки по добровольному согласию сторон и основания для применения санкций антимонопольным органом отсутствуют².

Запрещенные условия, навязываемые контрагентам, определены п. 2 ч. 1 ст. 13 Закона о торговле, что обусловлено созданием равных условий для осуществления торговой деятельности всеми участниками рынка, а обобщая можно заключить, что данные запреты направлены на недопущение опять-таки дискриминационных условий.

Итак, нами предлагается привести классификацию запрещенных к навязыванию условий по нескольким основаниям:

– в зависимости от адресата запрета могут быть определены виды запретов: адресованные поставщикам, торговым сетям или общие запреты (и

¹ См.: Методическое пособие для предпринимателей «Антимонопольное регулирование в области торговой деятельности» [Электронный ресурс]. URL [http:// www.consultant.ru](http://www.consultant.ru). (дата обращения: 21.05.2017)

² Кудусов Саид-магомед, Институционализация и государственное регулирование рыночных отношений обмена в современных цепях поставок розничных торговых сетей: логистический аспект // ИВД. – 2013. – № 2 (25). – С. 1.

для поставщиков, и для торговых сетей). Например, запрет на навязывание контрагенту условий на заключение хозяйствующим субъектом договоров поставки продовольственных товаров с другими хозяйствующими субъектами, осуществляющими аналогичную деятельность, адресован хозяйствующим субъектам – поставщикам торговых сетей;

– в зависимости от содержания условий, навязываемых контрагенту:

1) запрет на навязывание контрагенту условий о возврате хозяйствующему субъекту, осуществившему поставки продовольственных товаров, не проданных по истечении определенного срока, за исключением случаев, если возврат таких товаров допускается или предусмотрен законодательством РФ¹, адресован хозяйствующим субъектам – торговым сетям;

2) запрет на навязывание условий о внесении хозяйствующим субъектом платы за изменение ассортимента продовольственных товаров адресован хозяйствующим субъектам – торговым сетям и их поставщикам (общий запрет).

Подчеркивается, что данная классификация весьма условна, а также в силу положений Закона о торговле в качестве невыгодных условий суд может признать и иные виды условий, которые по своему существу будут квалифицироваться как невыгодные для контрагента, то есть данный перечень является открытым и вопрос о добросовестности субъектов напрямую будет зависеть от решения судебной инстанции²;

3) запрет на осуществление оптовой торговли с использованием договора комиссии или договора, содержащего элементы договора комиссии.

¹ Татаринова С.С. Сравнительная характеристика правового регулирования конкуренции в Российской Федерации и зарубежных странах // Основы ЭУП. – 2012. – № 2. – С. 126.

² Муцольгов М.М. Общая характеристика антимонопольного законодательства Российской Федерации // Общество и право. – 2011. – № 4 (36). – С. 140.

Данный запрет определяет положения, которые адресованы договаривающимся сторонам, то есть носит коллективный характер, который и определяет существенное отличие от предыдущих двух групп, носящих индивидуальную адресность.

Исходя из буквального прочтения п. 3 ч. 1 ст. 13 Закона о торговле, речь идет о договоре между приобретателем товара и поставщиком (продавцом), что с точки зрения Закона о защите конкуренции трактуется в качестве соглашения, т. е. договоренности в письменной или устной форме. Допуская существование в реальной действительности разнообразных видов соглашений между приобретателями и продавцами, Закон о защите конкуренции определяет данные соглашения в качестве «вертикальных» соглашений, для квалификации которых более не требуется устанавливать факт отсутствия конкурентных отношений между хозяйствующими субъектами, являющимися участниками таких соглашений¹.

Касаемо данного запрета мы отмечаем мнение авторов, указывающих, что, не ограничиваясь только формальным анализом норм антимонопольного законодательства, отмечается, что проследить в принципе антимонопольную природу запрета на осуществление оптовой торговли с использованием договора комиссии или смешанного договора, содержащего элементы договора комиссии, не удастся². В связи с этим мы присоединяемся к мнению о том, что данный запрет некорректен с точки зрения влияния на конкуренцию и не может рассматриваться в качестве антимонопольного правила.

Исходя из рассмотренных положений ст. 13 Закона о торговле логично вытекает вопрос о возможности системности выявления порядка

¹ Пузырева А.Н. Спор о предмете агентского договора и его возможное решение // Пробелы в российском законодательстве. – 2013. – № 6. – С. 120.

² Григорьева А.Г. История развития законодательства об агентском договоре в системе посреднических сделок // Теория и практика общественного развития. – 2015. – № 7. – С. 90.

квалификации деяний, не указанных в рамках перечня ч. 1 ст. 13 Закона о торговле. Предполагается, что в таком случае антимонопольный орган для применения в отношении хозяйствующих субъектов санкций и привлечения их к ответственности должен доказать не только наличие факта деяния и его противоправный характер, но и противоправность результата такого деяния, который выражается в недопущении, ограничении, устранении конкуренции и (или) ущемлении интересов других лиц¹. Предполагаем, что проведение анализа состояния конкуренции на соответствующем товарном рынке в этом случае является безусловно обязательным.

Ограничение приобретения, аренды хозяйствующими субъектами, осуществляющими розничную торговлю продовольственными товарами посредством организации торговой сети, дополнительной площади торговых объектов закреплены в ст. 14 Закона о торговле.

В соответствии с ч. 2 ст. 14 Закона о торговле такая сделка признается ничтожной и в соответствии с п. 1 ст. 166 ГК РФ является недействительной вне зависимости от того, признал ли ее таковой суд. Заявление о признании сделки ничтожно может быть подано в суд любым заинтересованным лицом, в том числе антимонопольными органами.

Ограничения, установленные рассматриваемой статьей, касаются двух оснований владения: аренды и приобретения в собственность. При этом, Законодатель оговаривает, что торговые сети, имеющие большое влияние на рынках (местных) продовольственных товаров (ч.1 ст. 14), могут иметь и пользоваться дополнительными торговыми площадями на иных основаниях: на основании безвозмездного пользования, на основании договора о доверительном управлении имуществом.

Ст.15 Закона о торговле устанавливает антимонопольные требования к органам государственной власти субъектов Российской Федерации, органам

¹ Малкина М.Ю., Абросимова О.Ю., Институциональный анализ естественных монополий в современной России // JIS. – 2012. – № 4. – С.117.

местного самоуправления в области регулирования торговой деятельности. Данная статья запрещает действия государственных органов и органов местного самоуправления, а также принятие ими законов, которые могут содержать:

– возложение на субъектов торговли обязанности по повторной проверке качества и безопасности товаров, за исключением случаев, когда такая обязанность передана органам государственной власти субъектов Российской Федерации, органам местного самоуправления в установленном порядке.

В Разъяснениях «О некоторых вопросах, связанных с применением Закона Российской Федерации «О защите прав потребителей», утвержденных приказом ГАК России от 20 мая 1998 г. № 160¹, определено, что проверка качества товара – понятие более широкое и может включать в себя проведение экспертизы. Экспертиза товара проводится, как правило, специальными экспертными организациями и является дополнительной проверкой качества товара с привлечением специалистов;

– понуждение субъектов торговли к участию в прохождении контрольных, разрешительных процедур, установленных нормативными правовыми актами субъектов, муниципальных образований Российской Федерации в дополнение к предусмотренным федеральными законами процедурам и являющихся условиями организации и осуществления торговой деятельности на территории субъекта или муниципального образования России.

К таким процедурам относятся: аттестация торговых объектов, аккредитация хозяйствующих субъектов, сертификация товаров,

¹ См.: Разъяснения «О некоторых вопросах, связанных с применением Закона Российской Федерации «О защите прав потребителей», утвержденных приказом ГАК России от 20.05.1998 № 160 // БНА ФОИВ. – 1999. – № 2.

соответствие торговых объектов требованиям законодательства Российской Федерации;

– влиять на свободу ценообразования субъектами торговли, помимо случаев, когда органы управления наделены такими полномочиями в сфере государственного регулирования цен;

– принятие иных нормативных актов и решений, которые бы ограничивали свободное перемещение товаров, ограничивали продажу отдельных видов товаров; понуждали к заключению невыгодных для контрагентов договоров (п. в ч. 4 ст. 15), ограничивали свободу выборов контрагентов соглашений (п. г ч. 4 ст. 15), создавали дискриминацию хозяйствующих субъектов, осуществляющих торговую деятельность, хозяйствующих субъектов, осуществляющих поставки товаров, в предоставлении доступа к объектам транспорта, инфраструктуры.

Итак, выводом к данному параграфу мы обозначаем следующие заключения об антимонопольных правилах, которые устанавливает Закон о торговле.

Во-первых, мы отметили, что основным источником антимонопольного регулирования в России является Закон «О защите конкуренции», а Закон о торговле создает такие правила только в сфере правоотношений между Покупателем и Поставщиком, а также по отношению к государственным органам в сфере их взаимодействия с хозяйствующими субъектами.

Далее мы определили круг запретов, установленных в ст. 13 Закона о торговле: запрет на создание дискриминационных условий для других хозяйствующих субъектов, запрет на навязывание условий контрагентам, запрет на осуществление оптовой торговли с использованием договора комиссии.

В рамках антимонопольного регулирования торговли ст. 14 Закона о торговле устанавливает ограничение приобретения, аренды хозяйствующими субъектами, осуществляющими розничную торговлю продовольственными товарами посредством организации торговой сети, дополнительной площади торговых объектов.

При этом нами было установлено, что Законодатель сознательно определяет льготные условия для торговых сетей, имеющих большое влияние на рынках продовольственных товаров (ч. 1 ст. 14), которые могут иметь и пользоваться дополнительными торговыми площадями на иных основаниях: на основании безвозмездного пользования, на основании договора о доверительном управлении имуществом.

В рамках ограничений, установленных ст. 15 Закона о торговле, нами предлагается дополнить часть 1 статьи следующим положением: «...проверке качества и безопасности товаров и экспертиз, в региональной или муниципальной...». Данное предложение объясняется достаточно узким понятием проверки качества и безопасности, используемое в толковании указанной нормы, что представляет возможность проведение повторной экспертизы как необоснованного действия со стороны субъектов органов власти.

III ПРАВОВОЙ РЕЖИМ ТОРГОВЫХ ОБЪЕКТОВ

3.1 Понятие и виды торговых объектов

Закон о торговле определяет под торговым объектом здание, строение, сооружение или их частей, специально оснащенных оборудованием, предназначенным и используемым для выкладки, демонстрации товаров, обслуживания покупателей и проведения денежных расчетов с покупателями при продаже товаров.

Так, Л.В. Андреева указывает, что «содержащееся в Законе определение торгового объекта и его видов (стационарного и нестационарного) позволяет обеспечить учет торговых объектов и разработать меры по развитию торговой инфраструктуры, предоставить определенные меры по поддержке субъектам малого и среднего предпринимательства. Кроме того, осуществление торговой деятельности путем использования различных видов торговых объектов учитывается судебными органами при решении вопроса о разграничении оптовой торговли и розничной торговли»¹.

Однако, данные в законе определения торгового объекта и торговой сети носят ряд недостатков вследствие достаточно абстрактного толкования. Ввиду этого данная терминология не конкретизируется и редко используется в других нормативных правовых актах. Например, Национальный стандарт РФ «Услуги торговли. Классификация предприятий торговли» ГОСТ Р 51773-2009², ссылаясь в своих положениях на Закон о торговле, определяет и конкретизирует иные торговые термины и предусматривает разнообразные критерии классификации торговых понятий, наиболее приближенных к торговой практике.

¹ См.: Андреева Л.В. Правовое регулирование торговой деятельности в России (теория и практика). Монография. – М., 2013. – С. 5.

² ГОСТ Р 51773-2009. Национальный стандарт Российской Федерации. Услуги торговли. Классификация предприятий торговли (утв. и введен в действие Приказом Ростехрегулирования от 15.12.2009 № 771-ст). – М., 2010.

Таким образом, существенным недостатком торгового законодательства в России является отсутствие единой согласованной терминологии при определении базовых торговых понятий. Данный фактор определяется как препятствие однозначному пониманию таких терминов правоприменителю.

Определив, что под торговым объектом понимается здание или часть здания, строение или часть строения, сооружение или часть сооружения, специально оснащенные оборудованием, предназначенным и используемым для выкладки, демонстрации товаров, обслуживания покупателей и проведения денежных расчетов с покупателями при продаже товаров, отмечается, что данная терминология в основном рассчитывается на розничную торговлю, так как не всем видам предприятий оптовой торговли необходимо специальное оборудование: оборудование для выкладки товаров не является обязательным условием осуществления оптовой торговли.

Понятия «здания» и «сооружения» дано в Техническом регламенте «О безопасности зданий и сооружений», утвержденном Федеральном законом от 30 декабря 2009 г. № 384-ФЗ¹. Зданием данный Закон определяет результат строительства, представляющий собой объемную строительную систему, имеющую надземную и (или) подземную части, включающую в себя помещения, сети инженерно-технического обеспечения и системы инженерно-технического обеспечения и предназначенную для проживания и (или) деятельности людей, размещения производства, хранения продукции или содержания животных; сооружением является результат строительства, представляющий собой объемную, плоскостную или линейную строительную систему, имеющую наземную, надземную и (или) подземную части, состоящую из несущих, а в отдельных случаях и ограждающих строительных конструкций и предназначенную для выполнения

¹ Федеральный закон «Технический регламент о безопасности зданий и сооружений» от 30.12.2009 № 384-ФЗ // СЗ РФ. – 2010. – № 1. – Ст. 5.

производственных процессов различного вида, хранения продукции, временного пребывания людей, перемещения людей и грузов.

Понятие «строения» не определено законодательством на сегодняшний день. Ряд авторов предполагают, что, исходя из логики законодателя, термин «строение» включает в себя капитальные объекты, которые не могут быть отнесены ни к зданиям, ни к сооружениям¹. Обращается внимание на то, что Федеральный закон от 27.12.2002 № 184-ФЗ «О техническом регулировании»², Градостроительный кодекс РФ, Земельный кодекс РФ³ оперируют данным понятием, предусматривая соответствующее регулирование отношений, непосредственно или косвенно связанных со строительством и использованием строений.

Закон о торговле предусматривает два вида торговых объектов: стационарные торговые объекты и нестационарные объекты торговли. Данная классификация видов торговых объектов объективно исходит из конструктивной характеристики объекта, из прочности их связи с землей⁴.

Стационарный торговый объект определяется Законом как торговый объект, представляющий собой здание или часть здания, строение или часть строения, прочно связанные фундаментом такого здания, строения с землей и присоединенные к сетям инженерно-технического обеспечения (ст. 2 Закона о торговле).

¹ См., напр.: Витрянский В.В. Договор купли-продажи и его отдельные виды. – М., 1999. – С. 238-242; Гонгало Б.М. Понятие недвижимого имущества. – Екатеринбург, 2002. – С. 5-6.

² Федеральный закон «О техническом регулировании» от 27.12.2002 № 184-ФЗ// СЗ РФ. 2002. – № 52 (ч. 1). – Ст. 5140.

³ Земельный кодекс Российской Федерации от 25.10.2001 N 136-ФЗ (ред. от 03.07.2016) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2017) // СЗ РФ. – 2001. – № 44. – Ст. 4147.

⁴ Щур Д.Л. Понятие «торговый объект» и его производные в Федеральном законе «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» // Торговое право. – 2011. – № 1 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.center-bereg.ru/k957.html> (дата обращения: 30.05.2017)

Положения п. 10 ст. 1 Градостроительного кодекса РФ¹ определяют положение, заключающие что стационарный торговый объект может рассматриваться в качестве объекта капитального строительства. Исходя из общих признаков стационарного объекта в Закон о торговле и Градостроительного кодекса, можно предполагать разностороннее регулирование данного объекта обеими этими нормативными правовыми актами, а также актами, принятыми для их развития.

Определение стационарного торгового объекта через общие с объектами капитального строительства характеристики имеет под собой объективную основу: согласно пункту 2 статьи 51 Градостроительного кодекса РФ строительство, реконструкция объектов капитального строительства, а также их капитальный ремонт, если при его проведении затрагиваются конструктивные и другие характеристики надежности и безопасности таких объектов, осуществляются на основании разрешения на строительство; в соответствии с частью 17 той же статьи выдача разрешения на строительство не требуется в случае строительства, реконструкции объектов, не являющихся объектами капитального строительства (киосков, навесов и других), строительства на земельном участке строений и сооружений вспомогательного использования.

Исходя из приведенных положений определяется, что для реконструкции и строительства такого капитального объекта требуется специальное разрешение, если его возведение основывается на базе регулирования Градостроительного кодекса, однако, однако в силу статьи 10 Федерального закона «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» такие действия предполагают определение места расположения его в строгом соответствии со схемой размещения нестационарных торговых объектов.

¹ Градостроительный кодекс Российской Федерации от 29.12.2004 № 190-ФЗ (ред. от 07.03.2017) // СЗ РФ. – 2005. – № 1 (ч. 1). – Ст. 16.

В силу ст. 2 Закона о торговле стационарными считаются только объекты, представляющие собой здание или строение (часть здания или строения), тогда как из вышеприведенной нормативной характеристики сооружений следует, что и эти строительные конструкции могут иметь фундамент и, следовательно, сооружение (его часть), также образовывать торговый объект.

Признак связи с землей стационарного объекта представляется наиболее практичным с точки зрения правоприменения, чем определение связи как возможности перемещения объекта без нанесения таковому значительного ущерба. Однако такая точная техническая характеристика средства связи с земельным участком, как фундамент, может серьезно осложнить применение норм Закона о торговле. Современные строительные технологии предусматривают возведение объектов, перемещение которых невозможно без их разрушения или значительного ущерба для данного объекта, без фундаментов – на специальных основаниях, за счет подземных сооружений¹.

Учитывая вышеизложенные доводы, представляется важным восполнение пробела в законодательстве о торговой деятельности, определить более логичное понятие торгового объекта в качестве стационарного: объект торговли, который подлежит государственной регистрации в качестве недвижимого имущества. Несмотря на то, что легальное определение коптильного строительства отсутствует в Градостроительном комплексе, исходя из приведенных положений, нам представляется логичным данное понятие. В противном случае, имеет место возможности риска строительства (создания) объектов, находящихся между

¹ См.: СП 50-101-2004 «Система нормативных документов в строительстве. Свод правил по проектированию и строительству. Проектирование и устройство оснований и фундаментов зданий и сооружений» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.consultant.ru>. (дата обращения: 22.05.2017)

стационарными и нестационарными и ввиду этого не попадающих в сферу действия Градостроительного кодекса РФ и Закона о торговле.

В подтверждение данной гипотезы приведем пример, согласно которому в судебной практике наличие фундамента и присоединение объекта к инженерно-техническим коммуникациям трактуются как весьма относительный признак. Так, наличие у объекта, возведенного из легких металлических конструкций (панелей и профнастила с утеплением), заглубленного фундамента арбитражные суды могут посчитать недостаточным для определения объекта в качестве недвижимого ввиду недоказанности необходимости сооружения такого фундамента для возведения каркасных сооружений¹.

Классифицируя стационарные торговые объекты на основании подвида идентификации в качестве отдельного здания (сооружения), выделяются следующие виды объектов:

1) помещение – часть здания, предназначенная для продажи товаров или оказания услуг общественного питания, расположенное в специально оборудованном для этих целей здании (части здания) или строении, которое прочно связано фундаментом с земельным участком, подсоединено к инженерным коммуникациям и внесено в Единый государственный реестр прав на недвижимое имущество и сделок с ним в порядке, установленном Федеральным законом от 21.07.1997 № 122-ФЗ «О государственной регистрации прав на недвижимое имущество и сделок с ним», либо относится к недвижимости по иным основаниям, установленным гражданским законодательством РФ²;

¹ См.: Постановление Федерального арбитражного суда Волго-Вятского округа от 28.12.2006 по делу № А43-19271/2005-12-644 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.consultant.ru>. (дата обращения: 22.05.2017)

² См.: Позиция ВС РФ: Стационарные торговые и складские объекты как здания (части здания) и сооружения признаются недвижимостью Определение Верховного Суда РФ от 09.06.2010 N 8-Г10-7 Применимые нормы: п. 1 ст. 130 ГК РФ [Электронный ресурс]. URL: <http://www.consultant.ru>. (дата обращения: 22.05.2017)

2) комплекс зданий. В настоящее время Законом о торговле не предусмотрена такая разновидность объектов торговли как комплекс зданий, который строится как единый объект (в частности, такие архитектурно-строительные формы используются для организации моллов, гипермоллов, стрип-моллов и др.). В рамках регулирования вопросов Законом о торговле, касаемых объектов торговой деятельности, данный вопрос не представляется существенным¹, однако при развитии его норм в части специального регулирования организации и осуществления торговли на таких объектах необходимость в соответствующем уточнении представляется очевидной.

Нестационарным торговым объектом признается торговый объект, представляющий собой временное сооружение или временную конструкцию, не связанные прочно с земельным участком вне зависимости от присоединения или не присоединения к сетям инженерно-технического обеспечения, в том числе передвижное сооружение.

Данное определение термина нестационарного торгового объекта следует дополнить положением, что перемещение нестационарного торгового объекта возможно без нанесения несоразмерного ущерба его назначению. Права на такие торговые объекты не подлежат обязательной государственной регистрации.

Таким образом, стационарные и нестационарные торговые объекты являются имущественным комплексом (совокупность объектов движимого и недвижимого имущества, образующих единое целое и предполагающих использование их по общему технологическому и (или) производственному назначению), который предназначен и оборудован для проведения торговой деятельности, для проведения торговых операций, а также может рассматриваться как обособленное предприятие в соответствии со ст.132 ГК РФ: «Предприятием как объектом прав признается имущественный

¹ См.: Малышков В. И. Торговые объекты и их место в городской инфраструктуре // Имущественные отношения в РФ. – 2003. – № 10. – С. 3-8.

комплекс, используемый для осуществления предпринимательской деятельности».

Объясняя данное утверждение, приводится положение о том, что для признания торговых объектов как функционирующего предприятия соответствует данное в п. 7 ст. 2 Закона о торговле определение площади торгового объекта: помещение, предназначенное для выкладки, демонстрации товаров, обслуживания покупателей и проведения денежных расчетов с покупателями при продаже товаров, прохода покупателей.

Также вывод о признании торгового объекта предприятием торговли подтверждается тем положением, что в качестве средства индивидуализации торгового объекта в Законе о торговле указано прежде всего коммерческое обозначение, используемое согласно ст. 1538 ГК РФ для индивидуализации принадлежащих предпринимателям предприятий.

Отмечается положение, что наряду с общим понятием предприятия, содержащемуся в ст. 132 ГК РФ, согласно которому предприятие в целом признается недвижимостью, не соответствует понятие торгового предприятия, действующего в качестве нестационарного торгового объекта.

Итак, нестационарный торговый объект – торговый объект, представляющий собой временное сооружение или временную конструкцию, не связанный прочно с земельным участком вне зависимости от присоединения или не присоединения к сетям инженерно-технического обеспечения, в том числе передвижное сооружение (ст. 2 Закона о торговле).

Анализируя положения методических рекомендаций по совершенствованию правового регулирования нестационарной и развозной торговли на уровне субъектов РФ, утвержденных Министерством промышленности и торговли РФ от 23 марта 2015 г. № ЕВ-5999/08¹,

¹ Письмо Минпромторга России «О направлении Методических рекомендаций» (вместе с «Методическими рекомендациями по совершенствованию правового регулирования нестационарной и развозной торговли на уровне субъектов Российской Федерации») от

определяется иная терминология нестационарных торговых объектов в соответствии с современными требованиями рынка. Нестационарные торговые объекты – торговые объекты, не являющиеся объектами недвижимости, представляющие из себя сооружения или конструкции без колес и без функции постоянного перемещения. Обозначенные рекомендации классифицируют нестационарные торговые объекты на следующие виды:

1) некапитальные торговые объекты – сооружения, не являющиеся объектами недвижимости, используемые для предпринимательской торговой деятельности, устанавливаемые или возводимые на длительный срок, демонтаж которых невозможен без причинения им такого ущерба, в результате которого теряются свойства объекта);

2) киоски и торговые автоматы (небольшие, до 20 кв.м. торговые объекты без зала обслуживания покупателей, используемые для предпринимательской торговой деятельности, хотя и занимающие определенное место на длительный срок, но переносимые на другое место посредством технических средств без потери их свойств и качеств);

3) постоянно действующие лотки, уличные холодильники для мороженого и прохладительных напитков (не на колесах), сезонные кафе, конструкции для продажи плодоовощной продукции при стационарных магазинах, временные конструкции и площадки (торговые объекты, представляющие из себя легкие, в том числе сборно-разборные конструкции с возможностью неоднократного использования в разных местах, используемые субъектами предпринимательской деятельности).

Также рассматриваемые Методические рекомендации предусматривают такой вид торговых объектов как мобильные торговые объекты:

1) объекты развозной торговли – торговые объекты на колесах (на базе автомобиля, прицепа, велосипеда);

2) мобильные торговые объекты на базе транспортных средств – поставленные на учет в установленном порядке ТС, специально оборудованные для торговой деятельности (автомагазины, автолавки, автокафе, автоцистерны, автоприцепы);

3) мобильные торговые объекты, приводимые в движение мускульной силой человека – велосипеды.

Заместитель главы Минпромторга Виктор Евтухов, комментируя изменения Закона о торговле, отмечает, что «Нестационарная торговля, безусловно, оказывает весомое влияние на развитие малого бизнеса и самозанятости. В России насчитывается порядка 200 тысяч нестационарных объектов круглогодичного размещения (лотки, павильоны, киоски) и около 60 тысяч объектов сезонного размещения (летние кафе, бахчевые развалы, сезонные лотки и елочные базары)»¹.

Проведенный анализ позволяет сформулировать следующие выводы.

Следует согласиться с Л.В. Андреевой в утверждении, что «содержащееся в Законе определение торгового объекта и его видов (стационарного и нестационарного) позволяет обеспечить учет торговых объектов и разработать меры по развитию торговой инфраструктуры, предоставить определенные меры по поддержке субъектам малого и среднего предпринимательства. Кроме того, осуществление торговой деятельности путем использования различных видов торговых объектов учитывается

¹ См.: Комментарий Виктора Евтухова «Изменения в закон о торговле» [Электронный ресурс]. URL: <http://exp.idk.ru/news/kommentarij-viktora-evtukhova-izmeneniya-v-zakon-o-torgovle/379137/> (дата обращения: 30.05.2017)

судебными органами при решении вопроса о разграничении оптовой торговли и розничной торговли¹».

В тоже время, определяется проблема согласованного толкования данного термина в различных нормативных правовых актах, регламентирующих правовое положение рассматриваемых объектов. Например, Национальный стандарт РФ «Услуги торговли. Классификация предприятий торговли» ГОСТ Р 51773-2009², ссылаясь в своих положениях на Закон о торговле, определяет и конкретизирует иные торговые термины и предусматривает разнообразные критерии классификации торговых понятий, наиболее приближенных к торговой практике.

Таким образом, существенным недостатком торгового законодательства в России определяется отсутствие единой согласованной терминологии при определении базовых торговых понятий. Данный фактор определяется как препятствие однозначному пониманию таких терминов правоприменителю.

Предлагается законодательно ввести единое для всех отраслей регулирования торговли понятие торгового объекта, определенное Законом о торговле, и обязать законодателя использовать отсылочные нормы при регулировании схожих отношений в рамках данного определения.

Закон о торговле предусматривает два вида торговых объектов: стационарные торговые объекты и нестационарные объекты торговли. Рассматриваемая классификация исходит из связи объектов торговли с землей.

Стационарный торговый объект определяется Законом как торговый объект, представляющий собой здание или часть здания, строение или часть

¹ См.: Андреева Л.В. Правовое регулирование торговой деятельности в России (теория и практика). Монография. – М., 2013. – С. 5.

² ГОСТ Р 51773-2009. Национальный стандарт Российской Федерации. Услуги торговли. Классификация предприятий торговли (утв. и введен в действие Приказом Ростехрегулирования от 15.12.2009 № 771-ст) – М., 2010.

строения, прочно связанные фундаментом такого здания, строения с землей и присоединенные к сетям инженерно-технического обеспечения.

Согласно п. 10 ст. 1 Градостроительного кодекса РФ, стационарный торговый объект может рассматриваться в качестве объекта капитального строительства. Исходя из общих признаков стационарного объекта в Законе о торговле и Градостроительном кодексе, возможно регулирование данного объекта обеими этими нормативными правовыми актами, а также актами, принятыми для их развития.

Таким образом, несовершенство терминологии стационарного торгового объекта заключается в отсутствии корреспонденции с новыми легальными определениями зданий и сооружений, данными в вышеназванном Техническом регламенте о безопасности зданий и сооружений.

В силу указаний статьи 2 Закона о торговле стационарными считаются только объекты, представляющие собой здание или строение (часть здания или строения), тогда как из вышеприведенной нормативной характеристики сооружений следует, что и эти строительные конструкции могут иметь фундамент и, следовательно, сооружение (его часть), также образовывать торговый объект.

Признак связи с землей стационарного объекта представляется наиболее практичным с точки зрения правоприменения, чем определение связи как возможности перемещения объекта без нанесения таковому значительного ущерба. Однако такая точная техническая характеристика средства связи с земельным участком, как фундамент, может серьезно осложнить применение норм Закона о торговле. Современные строительные технологии предусматривают возведение объектов, перемещение которых невозможно без их разрушения или значительного ущерба для данного

объекта, без фундаментов – на специальных основаниях, за счет подземных сооружений.

Нестационарный торговый объект – торговый объект, представляющий собой временное сооружение или временную конструкцию, не связанные прочно с земельным участком вне зависимости от наличия или отсутствия подключения (технологического присоединения) к сетям инженерно-технического обеспечения, в том числе передвижное сооружение.

Мы предлагает дополнить данное определение положением, согласно которому перемещение нестационарного торгового объекта возможно без нанесения несоразмерного ущерба его назначению, что права на такие торговые объекты не подлежат государственной регистрации.

3.2 Особенности размещения нестационарных торговых объектов

Правила и порядок размещения нестационарных торговых объектов регулируется постановлением Правительства Российской Федерации от 29 сентября 2010 года № 772 «Об утверждении Правил включения нестационарных торговых объектов, расположенных на земельных участках, в зданиях, строениях и сооружениях, находящихся в государственной собственности, в схему размещения нестационарных торговых объектов»¹, согласно которому размещение нестационарных торговых объектов на земельных участках, в зданиях, строениях, сооружениях, находящихся в государственной или муниципальной собственности, осуществляется в соответствии со схемой размещения нестационарных торговых объектов с учетом необходимости обеспечения устойчивого развития территорий и

¹ Постановление Правительства Российской Федерации «Об утверждении Правил включения нестационарных торговых объектов, расположенных на земельных участках, в зданиях, строениях и сооружениях, находящихся в государственной собственности, в схему размещения нестационарных торговых объектов» от 29.09.2010 № 772 // СЗ РФ. – 2010. – № 4. – Ст. 5097.

достижения нормативов минимальной обеспеченности населения площадью торговых объектов.

Определение порядка включения в схему размещения регулируется Правительством России. Схема размещения нестационарных торговых объектов разрабатывается и утверждается органами местного самоуправления субъектов, которые также самостоятельно имеют право выбора формы включения таких объектов: путем аукциона или конкурса.

Важным определяется условие, согласно которому, в Схеме размещения не менее 60% нестационарных торговых объектов от общего количества нестационарных торговых объектов, должно быть отдано субъектам малого и среднего предпринимательства, осуществляющим торговую деятельность. В соответствии со статьей 6 Федерального закона от 24.07.2007 № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации»¹ важнейшими принципами государственной политики в сфере размещения нестационарных торговых объектов являются обеспечение благоприятных условий для развития субъектов малого и среднего предпринимательства и ответственность за это органов государственной власти и местного самоуправления, привлечение представителей бизнеса к участию в формировании и реализации государственной политики.

Так, например, Постановлением Правительства Челябинской области от 25 января 2016 г.² предусмотрено правило, согласно которому схемой должно предусматриваться размещение не менее чем шестьдесят процентов нестационарных торговых объектов, используемых субъектами малого или

¹ Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» от 24.07.2007 № 209-ФЗ // СЗ РФ. – 2007. – № 31. – Ст. 4006.

² Постановление Правительства Челябинской области «О Порядке разработки и утверждения органами местного самоуправления схемы размещения нестационарных торговых объектов на землях или земельных участках, в зданиях, строениях, сооружениях, находящихся в государственной или муниципальной собственности» от 25.01.2016 №5-П [Электронный ресурс]. URL: <http://docs.cntd.ru/document/432869197> (дата обращения: 16.06.2017)

среднего предпринимательства, осуществляющими торговую деятельность, от общего количества нестационарных торговых объектов.

Схема размещения и вносимые в нее изменения должны быть опубликованы, а также размещены на официальных сайтах органа исполнительной власти субъекта Российской Федерации и органа местного самоуправления в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Касаемо данного правила важным аспектом является то, что утверждение и внесение изменений в схемы размещения нестационарных торговых объектов, не является основанием для пересмотра мест размещения нестационарных торговых объектов, строительство, реконструкция или эксплуатация которых были начаты до утверждения указанной схемы. Именно положения данного правила вызывает наибольшее количество судебных споров. Приводим пример такого судебного разбирательства.

Постановление АС ВСО от 11.08.2014 по делу № А33-3103/2014¹. Между предпринимателем и департаментом градостроительства заключены договор аренды земельного участка (срок действия договора до 31.12.2013) и договор на размещение временного сооружения (киоска) (срок действия договора до 01.01.2014). В конце 2013 г. предприниматель обратился в департамент с заявлением о продлении действия названных договоров. В этом ему было отказано, так как киоск исключен из схемы размещения нестационарных торговых объектов на территории субъекта РФ. Предприниматель оспорил в суде решение местной власти. Однако суд отказал в удовлетворении заявленного требования, указав, что оспариваемый акт не нарушает прав и законных интересов предпринимателя: ст. 10 Закона о торговле не запрещается органам местного самоуправления вносить изменения в схему размещения нестационарных торговых объектов, в том числе и в отношении тех объектов, строительство, реконструкция или

¹ Постановление АС ВСО от 11.08.2014 по делу № А33-3103/2014 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.consultant.ru>.

эксплуатация которых были начаты до утверждения схемы. Более того, судом отмечено, что киоск не соответствовал требованиям, предъявляемым Федеральным законом от 22.07.2008 № 123-ФЗ «Технический регламент о требованиях пожарной безопасности» и НПБ 103-95 «Нормы государственной противопожарной службы МВД России¹. Торговые павильоны и киоски. Противопожарные требования», в частности размещен на земельном участке с видом разрешенного использования – автодорога.

В связи с большим количеством судебных споров по рассматриваемой проблеме, Мимпромторг высказал позицию, что практика пересмотра схем размещения нестационарных торговых объектов без видимых на то причин противоречит смыслу п. 6 ст. 10 Закона о торговле, согласно которому схема размещения – инструмент систематизации размещения объектов исходя из долгосрочных планов развития территорий и создания комфортной среды для граждан, в том числе для удобства осуществления и развития торговой деятельности, а не средство для административного сокращения количества торговых объектов и ограничения предпринимательской активности².

В результате размещения в сети Интернет комментируемого Письма начала формироваться положительная арбитражная практика³. Так, ФАС ЦО в Постановлении от 17.07.2014 по делу № А68-8249/2013⁴ указал, что законодательством установлена прямая обязанность включения ранее существовавших нестационарных объектов в схему размещения таких объектов. Единственным основанием для отказа во включении их в схему

¹ Утверждены ГУГПС МВД России, введены Приказом ГУГПС МВД России от 31.01.1995 № 5

² Письмо Минпромторга России «О нестационарной торговле» от 27.01.2014 № ЕВ-820/08 [Электронный ресурс]. URL: [http:// www.consultant.ru](http://www.consultant.ru). (дата обращения: 30.05.2017)

³ См.: Звягинцева М.С. Особенности размещения нестационарных торговых объектов/ М.С. Звягинцева // Отрасли права. – 2015. – № 6. [Электронный ресурс]. URL: <http://xn----7sbbaj7auwnffhk.xn--p1ai/article/4087> (дата обращения: 30.05.2017)

⁴ Постановление ФАС Центрального округа по делу № А68-8249/2013 от 17.07.2014 [Электронный ресурс]. URL: [http:// www.consultant.ru](http://www.consultant.ru). (дата обращения: 30.05.2017)

является размещение торговых объектов с нарушением действующего законодательства.

В тоже время принимаются и противоположные судебные решения¹. Организации в аренду предоставлен земельный участок для размещения киоска и реализации периодических печатных изданий. В 2013 г. комитет по управлению имуществом сообщил организации о прекращении договора аренды по истечении срока его действия, предложил передать земельный участок на основании акта приема-передачи. Судом установлено, что одним из оснований для прекращения договора аренды является истечение срока его действия. Ни нормами действующего законодательства, ни вышеуказанными договорами аренды не предусмотрена безусловная обязанность комитета заключить договор аренды земельного участка с организацией на новый срок либо продлить такой договор. При этом положения Письма № ЕВ-820/08, по мнению суда, носят рекомендательный характер и не являются обязательными к исполнению органами местного самоуправления.

Порядок размещения нестационарных торговых объектов предполагает совершения субъектами торговли следующих действий:

1. Хозяйствующие субъекты, желающие разместить торговый объект в форме нестационарного объекта торговли, должны подать в уполномоченный орган местного самоуправления муниципального образования, осуществляющий управление в сфере торговли, заявление с приложением к нему следующих документов (нотариально заверенные копии либо копии с представлением оригинала):

– для юридических лиц – устав, свидетельство о государственной регистрации, а для индивидуальных предпринимателей – свидетельство о

¹ Решение АС Республики Бурятия № А10-86/2014 от 03.06.2014// СПС Консультант Плюс. – URL: <http://www.consultant.ru>.

государственной регистрации гражданина в качестве индивидуального предпринимателя;

– свидетельство о постановке на учет в налоговом органе и присвоении идентификационного номера налогоплательщика;

– справки об отсутствии задолженности по начисленным налогам, сборам и иным обязательным платежам в бюджеты любого уровня за прошедший календарный год;

– списка работников, привлекаемых к обслуживанию в мелкорозничной торговле, с указанием образования и квалификации, информации о прохождении медосмотра.

Перечень необходимых для заявления документов может изменяться в зависимости от субъекта России.

2. Принятие заявления осуществляется в срок, установленный главой муниципального образования или уполномоченным им должностным лицом.

3. После получения разрешения на размещение торгового объекта субъектами розничной торговли, а конкретно субъектами, осуществляющими оказание бытовых услуг и общественного питания объектам мелкорозничной сети необходимо соблюдать федеральное и региональное законодательство о торговле, а также санитарные правила и нормы, утвержденные в установленном порядке. Все продаваемые товары должны отвечать требованиям безопасности и сопровождаться документами, указывающими источник их поступления, а также подтверждающими их качество и безопасность.

4. Объекты мелкорозничной сети должны иметь вывеску с фирменным наименованием юридического лица или наименованием индивидуального предпринимателя, должно быть обозначено место нахождения торгового

объекта, т.е. его юридический адрес, время и режим работы торгового объекта.

5. Размещение и планировка объектов, их техническая оснащенность должны отвечать санитарным, противопожарным, экологическим и другим нормам и правилам, условиям приема, хранения и реализации товаров, а также обеспечивать условия труда и правила личной гигиены работников.

Оформление договора на осуществление торговли в рамках нестационарного торгового объекта производится на основании договора аренды земельного участка или договора на размещение (эксплуатацию) нестационарного торгового объекта.

Форма договора аренды земельного участка рекомендована для таких видов торговых объектов как киоски, павильоны, торговые автоматы, сезонные кафе, бахчевые развалы, елочные базаров и других видов объектов, которые относятся к сооружениям, не демонтируемым и не вывозимым с места по итогам торгового дня, а также для лотков сезонного и круглогодичного размещения (постоянно размещаемым на одном и том же месте).

Договор на размещение (эксплуатацию) нестационарного торгового объекта рекомендуется заключать в тех случаях, когда градостроительные нормы и нормы земельного законодательства не позволяют формирование земельного участка и предоставление его в аренду.

Резюмируя вышеизложенные тезисы, заключатся следующий ряд выводов.

Регулирование особенностей правил размещения нестационарных торговых объектов относится к компетенции Правительства РФ, а конкретно данный государственный орган осуществляет контроль правил создания схем размещения нестационарных торговых объектов в субъектах России в целях поддержки развития малого и среднего бизнеса. Данная цель подкрепляется

правилом, согласно которому не менее 60% торговых объектов, включенных в схему размещения нестационарных торговых объектов, должны принадлежать субъектам малого и среднего предпринимательского сектора, осуществляющего торговую деятельность на территории РФ.

Разработка, создание и изменение Схем определяется компетентными органами субъектов. Информация о размещении или изменении Схем должна быть опубликована в сети Интернет на официальном сайте государственного органа субъекта России или его муниципального образования.

В ходе исследования выявлена проблема правоприменения рекомендаций Минпромторга по толкованию ст. 10 Закона о торговле. Несмотря на расширительное толкование понятия схемы размещения торговых объектов и целей ее создания, до сих пор на практике принимаются решения в соответствии с правилом, согласно которому внесение каких-либо изменений в схему размещения нестационарных торговых объектов, не является основанием для пересмотра мест размещения торговых объектов, включенных в нее до изменения.

Исходя из этого, мы предлагаем изменить п. 6 ст. 10 Закона о торговле, дополнив его следующим положением: «Утверждение схемы размещения нестационарных торговых объектов, а равно как и внесение в нее изменений, не может служить основанием для пересмотра мест размещения нестационарных торговых объектов, строительство, реконструкция или эксплуатация которых были начаты до утверждения указанной схемы, помимо случаев, когда такое изменение производится с целью административного сокращения количества торговых объектов и ограничения предпринимательской активности».

3.3 Организация и виды ярмарок

Понятие ярмарки отсутствует в Законе о торговле. Для разрешения данного пробела разработаны Методические рекомендации ярмарочной

торговли в РФ, утвержденные Минпромторгом России 3 марта 2015 г. № ЕВ-3949/08¹.

В указанных рекомендациях термин «ярмарка» определяется как торговый формат, представляющий собой ограниченное во времени, как правило, периодически повторяющееся торговое или торгово-праздничное мероприятие, организуемое в заранее определенном месте (на ярмарочной площадке), с установленным временем и сроком проведения, а также периодичностью (для регулярных ярмарок), на котором множество продавцов (участников ярмарки) предлагают покупателям товары (работы, услуги) в соответствии с типом (специализацией) ярмарки (п.1 Приложения рекомендаций).

В рамках сравнительного анализа представляется интересным определение ярмарки и выставки, которое предлагает работа авторов Н.Я. Колюжной, А.Я. Якобсона: «В литературе можно встретить различные, иногда противоречивые определения этих понятий. Слово «ярмарка» происходит от немецкого Jahrmarkt (ежегодный рынок) — периодически организуемые в установках 20 тыс. человек, а с учетом вторичной занятости (в инфраструктуре выставок) достигает 150 тыс.»².

Методические рекомендации организации ярмарок в России подчеркивают целевую направленность ярмарок, являющимися одним из наиболее эффективных бизнес-инкубаторов, а конкретно – инфраструктурами, которые позволяют при минимальных затратах и рисках предпринимателям начать свой бизнес и войти в торговый рынок, а

¹ Письмо Минпромторга России «О дальнейших мерах по развитию ярмарочной торговли» от 03.03.2015 № ЕВ-3949/08 (вместе с «Методическими рекомендациями по организации ярмарочной торговли в Российской Федерации») [Электронный ресурс]. URL: <http://www.consultant.ru> (дата обращения: 01.06.2017).

² Цит. по: Маркетинг. Общий курс. / Под ред. Колюжной Н.А., Якобсона А.Я. // URL: <https://psyera.ru/4102/ponyatie-vystavok-i-yarmarok-i-ih-znachenie> (дата обращения: 01.06.2017).

субъектам малого производства предоставляют возможность открытия или расширения производств с возможностью гарантированного сбыта.

Помимо указанных преимуществ ярмарок, выделяется также как положительный фактор тенденции деятельности ярмарок, сущность которых заключается в следующем: возможность ярмарок открытия предпосылок к выявлению спроса благодаря прямому контакту с потребителем. Возможность проведения анализа будущих рыночных тенденций, видов и масштабов изменения предпочтений потребителя. Исходя из этого облегчается процесс определения темпов и различных путей направления развития¹.

Дополнительным преимуществом проведения ярмарок является возможность привлечения специалистов представляемых торговых отраслей, что позволяет использовать возможность встречи с возможными торговыми партнерами, клиентами, инвесторами.

И. И. Лейман отмечает, что живое общение помогает установлению редко возможных в переписке ценных долгосрочных и доверительных отношений. Большинство посетителей приходят специально заинтересованными в товарах определенной отрасли, они готовы к восприятию информации, что облегчает процесс общения².

Классифицируя виды ярмарок предполагается их разделение исходя из следующих характеристик:

1) по периодичности их проведения ярмарки делятся на регулярные и разовые ярмарки:

¹ См.: Толмачев А. В., Гришин Е. В. Проблемы построения системы реализации продукции малого хозяйствования // Научный журнал КубГАУ - Scientific Journal of KubSAU. – 2016. – № 120. // URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/problemy-postroeniya-sistemy-realizatsii-produktsii-malogo-hozyaystvovaniya> (дата обращения: 01.06.2017).

² См.: Лейман И. И. География ярмарок на Европейском севере России: из истории в современность // Известия Коми НЦ УрО РАН. – 2014. – № 1 (17). – С. 110-116.

Регулярными признаются ярмарки, которые проводятся с определенной периодичностью на конкретной ярмарочной площади. Методические рекомендации к регулярным ярмаркам относят следующие виды ярмарок: выходного дня и другие еженедельные ярмарки, сезонные и прочие ярмарки с установленной периодичностью, а также постоянно действующие ярмарки.

Регулярные ярмарки являются постоянным стабильным каналом сбыта для производителей, а также предоставляют стабильную возможность для занятия малым торговым предпринимательством.

Определение ярмарок разового характера сочетает в себе правило проведения таких торговых действий без установленной регулярности их проведения, включая праздничные, сезонные и тематические ярмарки, наносящие регулярный характер.

Праздничные и тематические ярмарки – ярмарки, приуроченные к государственным, религиозным праздникам, торжественным и памятным датам, а также иным общественно-значимым событиям (например, началу или окончанию учебного года, выборам в органы государственной власти и местного самоуправления), культурным событиям, народным гуляниям;

2) в зависимости от товарной специализации ярмарки делятся на два вида: ярмарки общей специализации, т.е. универсальные и специализированные ярмарки.

Универсальные ярмарки реализуют широкий круг товаров разнообразных товарных групп. К такого рода ярмаркам Методические рекомендации относят еженедельные ярмарки.

Специализированные ярмарки проводятся с определенной регулярностью: через равные промежутки времени. Также специализированные ярмарки могут быть разовыми.

Специализированные ярмарки также делятся на подвиды в зависимости от спектра предлагаемых товаров:

–сельскохозяйственные (продовольственные) ярмарки, осуществляющие реализацию сельскохозяйственную продукцию и продукцию питания;

–ярмарки по продаже определенных видов : рыбные, книжные ярмарки, ярмарки меда и пр.;

–«блошинные рынки» – ярмарки по продаже старинных, винтажных, антикварных вещей, предметов старины, народных ремесел и художественных промыслов;

–вернисажные ярмарки, осуществляемые уличную выставку и продажу картин, художественных произведений, предметов искусства и народного творчества;

–садовые ярмарки, осуществляющие продажу рассады, дачных и садовых растений и принадлежностей;

–другие разновидности тематических ярмарок.

Организация ярмарок регламентирована п.3 Методических рекомендаций по организации ярмарочной торговли. Субъектами организации ярмарок выступают органы государственной власти, органы местного самоуправления, государственными и муниципальными предприятиями и учреждениями, иными юридическими лицами, индивидуальными предпринимателями (далее – организатор ярмарки).

Рассмотрим поэтапно процесс организации ярмарки.

Первый этап включает в себя процесс разработки и утверждения плана мероприятий по организации ярмарки и продажи товаров на ней, определяется режим работы ярмарки, порядок организации ярмарки, порядок

предоставления торговых мест на ярмарке. Организатором ярмарки публикуется информация о плане мероприятия и товарах, которые будут представлены на ярмарке путем ее размещения в средствах массовой информации и размещения на своем сайте в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»¹.

Второй этап включает в себя предоставление торговых мест на ярмарке юридическим лицам, индивидуальным предпринимателям, а также гражданам (в том числе гражданам, ведущим крестьянские (фермерские) хозяйства, личные подсобные хозяйства или занимающимся садоводством, огородничеством, животноводством).

Подбор места проведения ярмарки осуществляется с учетом потребительского потока на конкретной территории: городские площади, торговые центры и гипермаркеты, исторически зарекомендовавшие себя места проведения ярмарок, места сложившегося сосредоточения магазинов и других торговых объектов и пр.

Важно отметить, что место проведения ярмарки не включается органами управления в схему размещения нестационарных торговых объектов, регулирование которых происходит в соответствии со ст. 10 Закона о торговле.

Определение размера платы за предоставление оборудованных торговых мест на ярмарке, а также за оказание услуг, связанных с обеспечением торговли (уборка территории, проведение ветеринарно-санитарной экспертизы и другие услуги), определяется организатором ярмарки с учетом необходимости компенсации затрат на организацию ярмарки и продажи товаров на ней.

¹ См.: Оптовые ярмарки (выставки-продажи): функции, виды, организация работы. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.zavtrasessiya.com/index.pl?act=PRODUCT&id=1907> (дата обращения: 01.06.2017)

Органы власти государства обязаны контролировать соблюдение на ярмарках санитарных, ветеринарных и противопожарных норм, а также требований в сфере защиты прав потребителей. Также в их обязанности входит обеспечение проведения ветеринарного и фитосанитарного контроля продукции, которая в соответствии с действующим законодательством должна проходить соответствующий контроль.

Отсутствие правовой регламентации деятельности ярмарок в Законе о торговле вызвало решение Минпромторга о внесении поправок в данный законодательный акт. Вступление законопроекта в силу запланировано на второе полугодие 2017 года, а необходимость его официального опубликования определяет пояснительная записка к нему¹: он «направлен на уточнение действующих в настоящее время основ правового регулирования организации и функционирования ярмарок в РФ, правового статуса участников ярмарочной торговли и гарантий их деятельности», — написано в пояснительной записке к документу².

Предложенные новеллы законопроекта, сводятся к следующему.

1. Во-первых, дается регламентированное определение понятия ярмарки: торговое мероприятие, организуемое и проводимое в заранее определенном месте, с установленным сроком или периодичностью проведения, в том числе в определенный день или дни недели (они будут называться ярмарочными днями) с целью продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг множеством участников.

2. Во-вторых, определен субъектный состав организаторов ярмарки: компании, индивидуальные предприниматели (ИП) и граждане, в том числе

¹ См.: О внесении изменений в Федеральный закон «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» (в части совершенствования правового регулирования организации и проведения ярмарок) [Электронный ресурс]. URL: <http://regulation.gov.ru/projects#npa=60693> (дата обращения: 02.06.2017)

² См.: [Электронный ресурс]. URL: <http://gr-news.ru/2017/01/18/minpromtorg-podgotovil-popravki-v-zakon-o-torgovle-dlya-razvitiya-yarmarok/> (дата обращения: 02.06.2017)

— главы крестьянских или фермерских хозяйств, члены таких хозяйств, люди, ведущие личные подсобные или дачные хозяйства, либо занимающиеся садоводством, огородничеством или животноводством. Торговые места на ярмарке предоставляются участникам ее организатором.

3. Усложняется классификация ярмарок, в которую добавляются виды, разделенные в зависимости от того, кто выступает организатором ярмарки: государственные или муниципальные, кооперативные (если их организуют сельскохозяйственные потребительские кооперативы, их союзы или организации потребительской кооперации, частные (их организуют иные юридические лица и ИП).

4. Место проведения ярмарки предоставляется органом местного самоуправления по заявлению организатора ярмарки без предоставления земельного участка. Местная власть, органы государственной исполнительной власти субъектов России обязуют формировать перечень площадок, доступных для организации ярмарок на территории субъекта РФ и муниципального образования.

Такой перечень должен будет указывать условия использования ярмарочной площадки, в том числе — наличие возможности подключения к электрическим сетям или свободные ярмарочные дни. Списки площадок предлагается публиковать на официальных сайтах региональных исполнительных властей и органов местного самоуправления. При этом местные власти будут вправе вводить плату за использование ярмарочных площадок и плату за продажу товаров.

5. Разногласия между организатором ярмарки и органом местного самоуправления об условиях проведения ярмарки будут разрешаться в соответствии с согласительными процедурами, порядок проведения которых будет устанавливаться региональным законодательством.

На данный момент ярмарочная торговля не занимает должного места в системе торговли. Так, в Челябинской области оборот от продаж товаров на ярмарках и розничных рынках составил 5687.0 млн рублей, что показывает рост процента по отношению к 2015 году лишь на 59,9 процента. Для сравнения, общий процент оборота продаж розничной торговли в Челябинской области на 2016 год составил 493676.5 млн рублей, а процент роста к 2015 году – 90,5 процента¹.

В апреле 2017 года в Челябинске оборот розничной торговли на 99,0% формировался торгующими организациями и индивидуальными предпринимателями, осуществляющими деятельность вне рынка; доля рынков и ярмарок составила 1,0 процента (в апреле 2016 г. - соответственно 98,8 процента и 1,2 процента)².

Мы предполагаем, что не самой важной, но одной из причин столь небольшого процента от оборота розничной торговли на ярмарках и розничных рынках связан с несовершенством правового регулирования ярмарочной деятельности. Исходя из этого, нам представляется целесообразным и своевременным стремление законодателя к устранению данного пробела.

¹ См.: Оборот розничной торговли в Челябинской области по типам хозяйствующих субъектов за 2016 год [Электронный ресурс]. URL: http://chelstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/chelstat/resources/8515290040cecf23bf72bfa3e1dde74c/%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B3%D0%BE%D0%B2%D0%BB%D1%8F_2016.pdf (дата обращения: 16.06.2017)

² См.: Розничная торговля в Челябинской области, январь-апрель 2017г [Электронный ресурс]. URL: http://chelstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/chelstat/resources (дата обращения: 16.06.2017)

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В 2009 году вступил в силу Закон о торговле, являющийся предметом исследования данной дипломной работы. Он в настоящее время является главным источником регулирования торговли в России. Тем не менее, Закон о торговле до сих пор имеет пробелы и оставляет возможность для его совершенствования российским законодателем.

В нашем исследовании проведен анализ основных положений Закона о торговле, выделены перспективы его развития и законодательные пробелы.

Рассмотрев общие положения Закона о торговле, мы определили, что целью данного Закона является стимулирование формирования предпринимательской деятельности на рынке продовольственных товаров путем передачи инициатив по принятию правил, инструкций, законодательной инициативы субъектам РФ. В то же время полномочия органов местного самоуправления и власти субъектов существенно ограничены Законом. Такое ограничение осуществляется в рамках антимонопольной и ценоустанавливающей деятельности.

Определив, что торговая деятельность – это вид предпринимательской деятельности, связанный с приобретением и продажей товаров, мы выделили два основных вида торговли: оптовая и рыночная, которые также подразделяются на виды в зависимости от особенностей торгового объекта, от применяемого режима налогообложения, от вида заключаемого договора с контрагентами: развозная торговля, разносная торговля, дистанционный способ продажи товаров, продажа товаров с использованием автоматов и иные формы торговли; в стационарных торговых объектах или вне стационарных торговых объектов: ярмарки и выставки.

Определив, что к субъектам торговли относятся Покупатели (торговые сети) и Поставщики (хозяйствующие субъекты, осуществляющие поставку товаров торговым сетям и иным субъектам торговли), дилеры и

дистрибьютеры, мы выявили проблему правового регулирования дистрибьютерской деятельности, которая связана с тем, что положения о дистрибьютерах и их деятельности не закреплены ни в ГК РФ, ни в других законодательных актах. Данная проблема также связана с различным толкованием понятия дистрибьютерской деятельности судами при вынесении решений и определений.

Исходя из этого, нами было предложено дополнить пп.3 п. 2 ст. 1 Закона о торговле следующим положением: «...в том числе для продажи или перепродажи товаров дилерами, осуществляющими деятельность по совершению сделок купли-продажи товаров от своего лица, и дистрибьютерами, заключающими с хозяйствующими субъектами договор организации отношений по поставкам продовольственных товаров с оказанием услуг по поиску покупателей, баланса экономических интересов указанных хозяйствующих субъектов...».

Исследуя вопрос о публично-правовых требованиях к организации и осуществлению торговли, мы определили, что создание общих правил и требований к организации торговой деятельности в России, было обусловлено целью создания наиболее прозрачного и предсказуемого порядка осуществления торговой деятельности, который не зависит от произвольных требований и правил органов местного самоуправления. В том числе установление Законом о торговле правил к ее организации предполагает искоренение излишних административных барьеров в торговле.

В вопросе о требованиях к осуществлению торговли, мы определили перечень ограничений, касаемых определения сторонами существенных условий договора: ограничение по установлению сроков расчета между сторонами, исчисление которых зависит от сроков годности поставляемых продовольственных товаров; запрет на включение в договор поставки условий, которые оказываются сторонами друг другу на основании договоров возмездного оказания сопутствующих услуг.

По отношению к данным ограничениям нами были выделены две проблемы: проблема исчисления сроков поставок, в партиях которых доставляется товар с несколькими сроками годности и проблема исчисления сроков оплаты поставок в отдаленные территории страны.

В целях реализации восполнения законодательного пробела, мы предлагаем внести следующие изменения в Закон о торговле:

– дополнить ст. 9 частью 7.2 следующим содержанием: «Предусмотренные частью 7 настоящей статьи правила не распространяются при поставках продовольственных товаров в районы Крайнего Севера и приравненные к ним местности с ограниченными сроками завоза грузов (продукции)». Сроки предусматриваются в соответствии с условиями заключаемых договоров поставки;

– дополнить ст. 9 Закона о торговле п. 7.1: «В случае, если между... заключается и исполняется (реализуется) договор поставки продовольственных товаров с разными сроками годности... срок оплаты таких товаров для установления данным договором определяется не позднее чем двадцать пять дней со дня фактического получения таких товаров хозяйствующим субъектом, осуществляющим торговую деятельность». Нами предполагается, что закрепление данного положения позволит сохранить хозяйствующим субъектам возможность поддержания различного ассортиментного листа, тем самым сохранять лояльность и удовлетворять интерес своих покупателей.

Также в рамках данного исследования мы нашли примеры злоупотреблением права субъектами РФ при толковании норм п. 5 статьи 8 Закона о торговле, согласно которой Правительство Российской Федерации имеет право устанавливать предельно допустимые розничные цены на отдельные виды социально значимых продовольственных товаров первой

необходимости. Для разрешения данной проблемы мы предложили смену формулировки «имеет право» на «обязано».

К вопросу об антимонопольном регулировании деятельности субъектов Законом о торговле, мы определили три основных направления: закрепление запретов на создание дискриминационных условий для других хозяйствующих субъектов, на навязывание условий контрагентам, на осуществление оптовой торговли с использованием договора комиссии; ограничение приобретения, аренды хозяйствующими субъектами, осуществляющими розничную торговлю продовольственными товарами посредством организации торговой сети, дополнительной площади торговых объектов (нами было установлено, что Законодатель сознательно определяет льготные условия для торговых сетей, имеющих большое влияние на рынках продовольственных товаров (ч. 1 ст. 14), могут иметь и пользоваться дополнительными торговыми площадями на иных основаниях: на основании безвозмездного пользования, на основании договора о доверительном управлении имуществом), закрепление антимонопольных требований к органам государственной власти субъектов и местного самоуправления России в области регулирования торговой деятельности.

В рамках рассмотрения данного вопроса мы определили проблему узкого толкования Законом о торговле понятия качества и безопасности товаров, что представляет возможность проведения повторной экспертизы как необоснованного действия со стороны субъектов органов власти.

Приведенные в рамках исследования доводы предопределили предложение дополнения ч. 1 ст. 15 Закона о торговле следующим положением: «...проверке качества и безопасности товаров и экспертиз, в региональной или муниципальной...».

В главе о правовых режимах торговой деятельности мы рассмотрели понятие торгового объекта как здание, строение, сооружение или их части,

специально оснащенные оборудованием, предназначенным и используемым для выкладки, демонстрации товаров, обслуживания покупателей и проведения денежных расчетов с покупателями при продаже товаров. Здесь мы определили проблему согласованного толкования данного термина в различных нормативных правовых актах, регламентирующих правовое положение рассматриваемых объектов, что является существенным недостатком торгового законодательства в России. Данный фактор определяется как препятствие однозначному пониманию таких терминов правоприменителю.

Мы предлагаем законодательно ввести единое для всех отраслей регулирования торговли понятие торгового объекта, определенное Законом о торговле и обязать законодателя использовать отсылочные нормы при регулировании схожих отношений в рамках данного определения.

Определив виды торговых объектов (стационарные и нестационарные), мы объяснили, что такая классификация исходит из связи объектов торговли с землей.

Стационарный торговый объект определяется Законом как торговый объект, представляющий собой здание или часть здания, строение или часть строения, прочно связанные фундаментом такого здания, строения с землей и присоединенные к сетям инженерно-технического обеспечения.

Нестационарный торговый объект – торговый объект, представляющий собой временное сооружение или временную конструкцию, не связанные прочно с земельным участком вне зависимости от наличия или отсутствия подключения (технологического присоединения) к сетям инженерно-технического обеспечения, в том числе передвижное сооружение.

Мы предлагаем дополнить данное определение положением, согласно которому перемещение нестационарного торгового объекта возможно без нанесения несоразмерного ущерба его назначению, что права на такие

торговые объекты не подлежат государственной регистрации. Данное дополнение позволит соотнести понятие такого объекта, данное Законом о торговле с понятием, данным Методическими рекомендациями по совершенствованию правового регулирования нестационарной и развозной торговли на уровне субъектов Российской Федерации.

Далее нами была определена проблема отсутствия достаточного правового регулирования ярмарочной торговли в рамках Закона о торговле. Ввиду рассмотрения данной проблемы нами было рассмотрено решение Минпромторга о внесении поправок в данный законодательный акт. Вступление законопроекта в силу запланировано на второе полугодие 2017 года, а необходимость его официального опубликования определяет пояснительная записка к нему: он «направлен на уточнение действующих в настоящее время основ правового регулирования организации и функционирования ярмарок в РФ, правового статуса участников ярмарочной торговли и гарантий их деятельности», — написано в пояснительной записке к документу.

Проанализировав обороты продажи товаров с ярмарок на примере Челябинской области за период 2016 года и начала 2017 года, нами было пояснено, что размер дохода данной отрасли торговли составляет около 1 процента от общего числа доходов розничной торговли в Челябинске. Исходя из определения важности ярмарочной торговли, которое мы дали в последнем параграфе (позволяют при минимальных затратах и рисках предпринимателям начать свой бизнес и войти в торговый рынок, а субъектам малого производства предоставляют возможность открытия или расширения производств с возможностью гарантированного сбыта), мы заключили целесообразным и своевременным стремление законодателя к устранению пробела в Законе о торговле, который касается регулирования деятельности ярмарок.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

РАЗДЕЛ I НОРМАТИВНЫЕ ПРАВОВЫЕ АКТЫ

И ИНЫЕ ОФИЦИАЛЬНЫЕ АКТЫ

- 1 Конституция Российской Федерации, принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 г. // СЗ РФ. – 2009. – № 4. – Ст. 445.
- 2 Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ // СЗ РФ. – 1994. – № 32. – Ст. 3301.
- 3 Земельный кодекс Российской Федерации от 25.10.2001 № 136-ФЗ // СЗ РФ. – 2001. – № 44. – Ст. 4147.
- 4 Градостроительный кодекс Российской Федерации от 29.12.2004 № 190-ФЗ (ред. от 07.03.2017) // СЗ РФ. – 2005. – № 1 (ч. 1). – Ст. 16.
- 5 Федеральный закон «О защите конкуренции» от 26.07.2006 № 135-ФЗ // СЗ РФ. – 2006. – № 31. – Ст. 3434.
- 6 Федеральный закон «О розничных рынках и о внесении изменений в Трудовой кодекс Российской Федерации» от 30.12.2006 № 271-ФЗ // СЗ РФ. – 2007. – № 1. – Ст. 34.
- 7 Федеральный закон «О потребительском кредите (займе)» от 21.12.2013 № 353-ФЗ // СЗ РФ. – 2013. – № 51. – Ст. 6673.
- 8 Федеральный закон «О техническом регулировании» от 27.12.2002 № 184-ФЗ // СЗ РФ. – № 52. – Ст. 5140.
- 9 Федеральный закон «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам стандартизации» от 5.04.2016 № 104-ФЗ // СЗ РФ. – 2016. – № 15. – Ст. 2066.
- 10 Федеральный закон «О рынке ценных бумаг» от 22.04.1996 № 39-ФЗ // СЗ РФ. – 1996. – № 17. – Ст. 1918.

- 11 Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» от 24.07.2007 № 209-ФЗ // СЗ РФ. – 2007. – № 31. – Ст. 4006.
- 12 Федеральный закон «Технический регламент о безопасности зданий и сооружений» от 30.12.2009 № 384-ФЗ // // СЗ РФ. – 2010. – № 1. – Ст. 5.
- 13 Указ Президента РФ от 3.12.1991 № 297 «О мерах по либерализации цен» // Российская газета. – 1991. – № 4. – Ст. 1878.
- 14 Указ Президента РФ от 28.02.1995 № 221 «О мерах по упорядочению государственного регулирования цен (тарифов)» // СЗ РФ. – 1995. – № 10. – Ст. 859.
- 15 Постановление Правительства Российской Федерации «Об утверждении Правил включения нестационарных торговых объектов, расположенных на земельных участках, в зданиях, строениях и сооружениях, находящихся в государственной собственности, в схему размещения нестационарных торговых объектов» от 29.09.2010 № 772 // СЗ РФ. – 2010. – № 4. – Ст. 5097.
- 16 Постановление Правительства РФ «Об утверждении Правил установления субъектами Российской Федерации нормативов минимальной обеспеченности населения площадью торговых объектов и методики расчета нормативов минимальной обеспеченности населения площадью торговых объектов, а также о признании утратившим силу постановления Правительства Российской Федерации от 24 сентября 2010 г. № 754» от 09.04.2016 № 291 // СЗ РФ. – 2016. – № 16. – Ст. 2228.
- 17 Постановление Правительства РФ «О порядке создания и обеспечения функционирования системы государственного информационного обеспечения в области торговой деятельности в Российской Федерации» от 11.11.2010 № 887 // СЗ РФ. – 2012. – № 21. – Ст. 2648.

- 18 Приказ Минпромторга России «Об утверждении Стратегии развития торговли в Российской Федерации на 2015 - 2016 годы и период до 2020 года» от 25.12.2014 № 2733 // СЗ РФ. – 2008. – № 47. – Ст. 5489.
- 19 Приказ Минпромторга РФ «Об утверждении методических рекомендаций по разработке региональных программ развития торговли» от 28.07.2010 № 637. Текст приказа официально опубликован не был [Электронный ресурс]. URL: <http://www.consultant.ru>. (дата обращения 01.04.2017).
- 20 Письмо Минпромторга России «О дальнейших мерах по развитию ярмарочной торговли» от 03.03.2015 № ЕВ-3949/08 (вместе с «Методическими рекомендациями по организации ярмарочной торговли в Российской Федерации») [Электронный ресурс]. URL: <http://www.consultant.ru> (дата обращения: 01.06.2017).
- 21 Письмо Минпромторга России «О нестационарной торговле» от 27.01.2014 № ЕВ-820/08 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.consultant.ru>. (дата обращения: 30.05.2017)
- 22 Письмо Минпромторга России «О направлении Методических рекомендаций» (вместе с «Методическими рекомендациями по совершенствованию правового регулирования нестационарной и развозной торговли на уровне субъектов Российской Федерации») от 23.03.2015 № ЕВ-5999/08 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.consultant.ru>. (дата обращения: 22.05.2017).
- 23 Закон Московской области «О государственной политике в сфере туризма и туристской деятельности в Московской области» от 26.12.2014 № 186/2014-ОЗ // Ежедневные Новости. Подмосковье. – 2015. – № 6 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.consultant.ru>. (дата обращения: 01.04.2017)
- 24 Закон Московской области «О государственном регулировании торговой деятельности в Московской области» от 24.12.2010 № 174/2010-ОЗ (ред. от 27.07.2013) (принят постановлением Мособлдумы от 16.12.2010 № 13/139-П) [Электронный ресурс]. URL: <http://www.consultant.ru>. (дата обращения: 01.04.2017)

- 25 Закон Самарской области «О государственном регулировании торговой деятельности на территории Самарской области» от 5.07.2010 № 76-ГД // Волжская коммуна. – 2010. – № 3 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.consultant.ru>. (дата обращения: 01.04.2017)
- 26 Закон Челябинской области «Об установлении налоговой ставки при применении упрощенной системы налогообложения на территории Челябинской области» от 16.01.2016 // Южноуральская панорама. – 2016. – № 2. (3600) [Электронный ресурс]. URL: <http://www.consultant.ru>. (дата обращения: 01.04.2017)
- 27 Закон Челябинской области «Об установлении налоговой ставки в размере 0 процентов для индивидуальных предпринимателей при применении упрощенной системы налогообложения и патентной системы налогообложения на территории Челябинской области» от 28.01.2015 № 101-ЗО [Электронный ресурс]. URL: <http://rryn.econom-chelreg.ru/base/ch> (дата обращения: 10.04.2017)
- 28 Распоряжение Правительства Челябинской области «О мерах по недопущению необоснованного роста цен на отдельные виды социально значимых продовольственных товаров первой необходимости в Челябинской области» от 19.03.2015 г. № 103-рп [Электронный ресурс]. URL: <http://rryn.econom-chelreg.ru/base/ch> (дата обращения: 10.04.2017)
- 29 ГОСТ Р 51773-2009. Национальный стандарт Российской Федерации. Услуги торговли. Классификация предприятий торговли (утв. и введен в действие Приказом Ростехрегулирования от 15.12.2009 № 771-ст) – М., 2010.
- 30 Методические рекомендации по совершенствованию правового регулирования нестационарной и развозной торговли на уровне субъектов Российской Федерации от 23.03.2015 № ЕВ-5999/08 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.consultant.ru>. (дата обращения: 01.04.2017)

- 31 Национальный стандарт РФ ГОСТ Р 51304-2009 «Услуги торговли. Общие требования» (утвержден и введен в действие Приказом Ростехрегулирования от 15.12.2009 № 769-ст). – М., 2010.
- 32 СП 50-101-2004 «Система нормативных документов в строительстве. Свод правил по проектированию и строительству. Проектирование и устройство оснований и фундаментов зданий и сооружений» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.consultant.ru>. (дата обращения: 22.05.2017)
- 33 План мероприятий по реализации Стратегии развития торговли в Российской Федерации на 2015-2016 годы и на период до 2020 года на территории Челябинской области [Электронный ресурс]. URL: <http://ryn.econom-chelreg.ru/base/ch> (дата обращения: 07.04.2017)

РАЗДЕЛ II ПОСТАНОВЛЕНИЯ ВЫСШИХ СУДЕБНЫХ ИНСТАНЦИЙ И МАТЕРИАЛЫ ЮРИДИЧЕСКОЙ ПРАКТИКИ

- 34 Постановление АС ВСО от 11.08.2014 по делу № А33-3103/2014 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.consultant.ru>. (дата обращения: 11.04.2017)
- 35 Решение АС Республики Бурятия № А10-86/2014 от 03.06.2014 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.consultant.ru>. (дата обращения: 21.05.2017)
- 36 Постановление ФАС Центрального округа по делу № А68-8249/2013 от 17.07.2014 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.consultant.ru>. (дата обращения: 30.04.2017)
- 37 Постановление Седьмого арбитражного апелляционного суда от 25.01.2010 № 07АП-10750/09 по делу А45-19054/2009 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.consultant.ru>. (дата обращения: 21.04.2017)

- 38 Определение СК по гражданским делам Верховного Суда РФ от 25.08.2010 № 81-Г10-14 [Электронный ресурс]. URL: [http:// www.consultant.ru](http://www.consultant.ru). (дата обращения: 21.05.2017)
- 39 Постановление ФАС Уральского округа от 02.05.2006 № Ф09-3252/06-С3 по делу № А50-19308/2005 [Электронный ресурс]. URL: [http:// www.consultant.ru](http://www.consultant.ru). (дата обращения: 11.05.2017)
- 40 Постановление Федерального арбитражного суда Волго-Вятского округа от 28.12.2006 по делу № А43-19271/2005-12-644 [Электронный ресурс]. URL: [http:// www.consultant.ru](http://www.consultant.ru). (дата обращения: 13.05.2017)
- 41 Постановление ФАС Поволжского округа от 25.01.2005 № А55-6685/2004-42 [Электронный ресурс]. URL: [http:// www.consultant.ru](http://www.consultant.ru). (дата обращения: 01.05.2017)
- 42 Постановление ФАС Северо-Кавказского округа от 19.04.2005 № Ф08-1395/2005 [Электронный ресурс]. URL: [http:// www.consultant.ru](http://www.consultant.ru). (дата обращения: 01.05.2017)
- 43 Постановление ФАС Московского округа от 08.10.2002 №N КА-А40/6725-02 [Электронный ресурс]. URL: [http:// www.consultant.ru](http://www.consultant.ru). (дата обращения: 21.04.2017)
- 44 Постановление Президиума ВАС РФ от 18.05.1999 № 7073/98 по делу № А40-9311/98-55-54 [Электронный ресурс]. URL: [http:// www.consultant.ru](http://www.consultant.ru). (дата обращения: 11.04.2017)
- 45 Ответ Забайкальского УФАС на обращение гр. Говорковой А.Н. [Электронный ресурс]. URL: <http://zab.fas.gov.ru/page/9755> (дата обращения: 13.05.2017)

РАЗДЕЛ III ИСПОЛЬЗОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА

- 1 Аксёнов, Е. П. Россия в условиях глобального экономического кризиса: проблемы, поиск решений / Е. П. Аксёнов// Вестн. Том. гос. ун-та. – 2010. – № 332. – С. 117-121.

- 2 Андреева, Л.В. Коммерческое (торговое) право: учеб. 3-е изд., перераб. и доп. – М., 2012. – 483 с.
- 3 Андреева, Л.В. Правовое регулирование торговой деятельности в России (теория и практика). Монография. – М., 2015. – 112 с.
- 4 Ахмедзянова, Р.М. Международный опыт развития розничных торговых сетей / Р. М. Ахмедзянова // Вестник Тюменского государственного университета. Социально-экономические и правовые исследования. – 2014. – № 8 – С. 85-86.
- 5 Башлаков-Николаев, И.В. О Стратегии развития конкуренции и антимонопольного регулирования в Российской Федерации / И. В. Башлаков-Николаев // Право и современные государства. – 2013. – № 5. – С. 37-45..
- 6 Беликова, К.М. Координация экономической деятельности в свете положений антимонопольного законодательства РФ / К. М. Беликова // Вестник ВолГУ. Серия 5: Юриспруденция. – 2015. – № 2. – С. 16-26.
- 7 Белых, В.С. Правовое регулирование предпринимательской деятельности в России: моногр. / В. С. Белых. – М., 2009. – 192 с.
- 8 Бортникова, О.С. Межфирменные взаимоотношения торговой сети в цепочке создания ценности / О. С. Бортникова // Общество: политика, экономика, право. – 2013. – № 1. – С. 104-105.
- 9 Витрянский, В.В. Договор купли-продажи и его отдельные виды. / В.В. Витрянский. – М., 1999. – 564 с.
- 10 Высоцкая, Е.А. Торговля и предпринимательство: особенности и правовое регулирование / Е.А. Высоцкая // Вестник ВУиТ. – 2013. – № 2 (78). – С. 9-16.

- 11 Гонгало, Б.М. Понятие недвижимого имущества / Б.М. Гонгало // Правовое регулирование оборота недвижимого имущества. – Екатеринбург, 2002. – С. 63-65.
- 12 Григорьева, А.Г. История развития законодательства об агентском договоре в системе посреднических сделок / А.Г. Григорьева // Теория и практика общественного развития. – 2015. – № 7. – С. 90-101.
- 13 Гришаев, С.П. Комментарий к Закону об основах государственного регулирования торговой деятельности в России / С.П. Гришаев // Законы России: опыт, анализ, практика. – 2010. – № 10. – С 55-57.
- 14 Гуцин, В.В. Российское предпринимательское право: учеб. / В.В. Гуцин – М., 2005. – 182 с.
- 15 Дервягина, О.Е. Крупный ущерб как криминообразующий признак недопущения, ограничения или устранения конкуренции /О. Е. Дервягина. //Российский следователь. – 2008. – № 16. – С. 23.
- 16 Егорова, М.А. Комментарий к Федеральному закону от 28 декабря 2009 г. № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» (постатейный) / М. А. Егорова. – М., 2017. – 382 с.
- 17 Егорова, М.А. Коммерческое право: учебник для вузов / М. А. Егорова – М., 2013. – 346 с.
- 18 Еременко, В.И. Правовое регулирование торговой деятельности в Российской Федерации / В.И. Еременко // Законодательство и экономика. – 2011. – № 2. – С. 34.

- 19 Ефимовская, Л. А. Государственное регулирование ценообразования на товары и услуги: основные инструменты / Л. А. Ефимовская // Проблемы современной экономики. – 2013. – № 2. (46). – С. 62-64.
- 20 Звягинцева, М.С. Особенности размещения нестационарных торговых объектов / М.С. Звягинцева // Отрасли права. – 2015. – № 6. [Электронный ресурс]. URL: <http://xn----7sbaj7auwnffhk.xn--p1ai/article/4087> (дата обращения: 30.05.2017)
- 21 Кванина, В. В. Государственное регулирование цен продовольственных товаров / В.В. Кванина // Юрист. – 2015. – № 20. – С. 41-44.
- 22 Колюжинова, Н.А. Маркетинг. Общий курс. / Под ред. Колюжной Н.А., Якобсона А.Я. [Электронный ресурс]. URL: <https://psyera.ru/4102/ponyatie-vystavok-i-yarmarok-i-ih-znachenie> (дата обращения: 01.06.2017).
- 23 Комментарий Виктора Евтухова «Изменения в закон о торговле» [Электронный ресурс]. URL: <http://exp.idk.ru/news/kommentarij-viktora-evtukhova-izmeneniya-v-zakon-o-torgovle/379137/> (дата обращения: 30.05.2017)
- 24 Коммерческое право: актуальные проблемы и перспективы развития: Сборник статей к юбилею доктора юридических наук, профессора Б.И. Пугинского // сост. Е.А. Абросимова, С.Ю. Филиппова. – М., 2011. – 291 с.
- 25 Копина, А.А. К вопросу о взаимосвязи рыночной цены и взаимозависимости лиц / А.А. Копина // Финансовое право. – 2013. – № 9. – С. 36-38.
- 26 Кудусов, Саид-Магомед, Институционализация и государственное регулирование рыночных отношений обмена в современных цепях

- поставок розничных торговых сетей: логистический аспект / Саид-Магомед Кудусов // ИВД. – 2013. – № 2 (25). – С. 2-6.
- 27 Лаптев, В.А. Нормативные правовые акты субъектов Российской Федерации о предпринимательстве / В. А. Лаптев // Аналитический портал «Отрасли права». – № 7. [Электронный ресурс]. URL: <http://отрасли-права.рф/article/17782> (дата обращения: 03.04.2017)
- 28 Латышев, А. Ю. Противоречия развития современных монополий: теория и российская практика / А. Ю. Латышев // Вестник ЧелГУ. – 2014. – № 9 (338) – С. 78-80.
- 29 Латышев, А.Ю. Особенности современной монополии как формы организации бизнеса / А. Ю. Латышев // Вестник ЧелГУ. – 2014. – № 21 (350). – С. 192.
- 30 Лейман, И. И. География ярмарок на Европейском севере России: из истории в современность / И. И. Лейман // Известия Коми НЦ УрО РАН. – 2014. – № 1 (17). – С. 110-116.
- 31 Малкина, М.Ю., Абросимова, О.Ю., Институциональный анализ естественных монополий в современной России / М. Ю. Малкина, О.Ю. Абросимова // JIS. – 2012. – № 4. – С. 117.
- 32 Малышков, В. И. Торговые объекты и их место в городской инфраструктуре / В. И. Малышков // Имущественные отношения в РФ. – 2003. – № 10. – С. 3-8.
- 33 Мартынюк, К. Ю. Роль торговой деятельности в экономике страны / К. Ю. Мартынюк // Мир современной науки. – 2014. – №6 (28) – С. 54-57.
- 34 Маштаков, К.М. Антимонопольное регулирование — сфера взаимодействия публичного и частного права / К. М. Маштаков //

Юридическая наука и практика: Вестник Нижегородской академии МВД России. – 2013. – № 23. – С. 11.

- 35 Молчанова, Н.А. Проблемы выбора организационно-правовой формы ведения предпринимательской деятельности: вопросы теории и правоприменительной практики / Н. А. Молчанова // Российский судья. – 2013. – № 8. – С. 21-25.
- 36 Муцольгов, М.М. Общая характеристика антимонопольного законодательства Российской Федерации / М. М. Муцольгов // Общество и право. – 2011. – № 4 (36). – С. 140.
- 37 Нефедова, Т., Лахман, Р. Обеспечение дистрибуции – налоговый учет у производителя продукции / Т. Нефедова, Р. Лейхман// Российский налоговый курьер. – 2014. – № 19. – С. 87-91.
- 38 Новости законодательства // Аналитический портал Maxima Legal [Электронный ресурс]. URL: <http://maximalegal.ru/ru/materials/law-reviews/bases-of-trade-activities-state-regulation#sthash.KDEuX4XM.dpbs> (дата обращения: 03.04.2017)
- 39 О внесении изменений в Федеральный закон «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» (в части совершенствования правового регулирования организации и проведения ярмарок) [Электронный ресурс]. URL: <http://regulation.gov.ru/projects#npa=60693> (дата обращения: 02.06.2017)
- 40 Онищенко, Г.Г. О некоторых мерах по совершенствованию федерального государственного надзора в области защиты прав потребителей, санитарного законодательства и нормативно-методического обеспечения деятельности органов и организаций Роспотребнадзора/ Г.Г. Онищенко, О.В. Прусаков, М.С. Орлов // Здравоохранение РФ. – 2013. – № 4. – С. 3-6.

- 41 Оптовые ярмарки (выставки-продажи): функции, виды, организация работы. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.zavtrassessiya.com/index.pl?act=PRODUCT&id=1907> (дата обращения: 01.06.2017)
- 42 Пугинский, Б.И. Договорное регулирование цен на товары / Б. И. Пугинский // Коммерческое право. – 2012. – № 1. (10). – С. 9.
- 43 Пузырева, А.Н. Спор о предмете агентского договора и его возможное решение / А. Н. Пузырева // Пробелы в российском законодательстве. – 2013. – № 6. – С. 55–56.
- 44 Рубец, К.Ю., Правовое регулирование дистрибьюторских отношений в РФ. / Ю. К. Рубец [Электронный ресурс]. URL: http://www.inmarlegal.ru/press/publications/korporativnoe_pravo_m_a_bankovskoe_i_nalogovoe_pravo/pravovoe_regulirovanie_distrib_yutorskih_otnoshenij_v_rf/pravovoe_regulirovanie_distrib_yutorskih_otnoshenij_v_rf/ (дата обращения: 21.05.2017)
- 45 Серегин, Е.С. Закон о торговле: отношения дистрибьюторов и производителей / Е. С. Серегин // Пищевая промышленность: бухгалтерский учет и налогообложение. – 2011. – № 8. – С. 35.
- 46 Спиридонова, А.В. Ограничения свободы гражданско-правовых договоров федеральным законом «о защите конкуренции» / А.В. Спиридонова // Вестник ОмГУ. Серия. Право. – 2013. – № 1 (34). – С. 112.
- 47 Субботина, С.А. Об условиях отбора поставщиков торговой сетью / С. А. Субботина // Пищевая промышленность: бухгалтерский учет и налогообложение. – 2015. – № 1. [Электронный ресурс]. URL: <http://xn----7sbaj7auwnffhk.xn--plai/article/2094> (дата обращения: 27.05.2017)

- 48 Татаринова, С.С. Сравнительная характеристика правового регулирования конкуренции в Российской Федерации и зарубежных странах / С. С. Татаринова // Основы ЭУП. – 2012. – № 2. – С. 126.
- 49 Типовой дистрибьюторский контракт // Типовой дистрибьюторский контракт МТП. Монопольный импортер-дистрибьютор. Публикация № 518 / Н.Г. Вилкова; под ред. Н.Г. Вилковой, пер. В.Д. Медвинской – М., 1996. – № 54. [Электронный ресурс]. URL: <http://lexandbusiness.ru/view-article.php?id=2198> (дата обращения: 21.04.2017)
- 50 Типовой дистрибьюторский контракт МТП. Монопольный импортер-дистрибьютор. Публикация № 646Е / Н.Г. Вилкова; под ред. Н.Г. Вилковой. 2-е изд. – М., 2005. [Электронный ресурс]. URL: <http://lexandbusiness.ru/view-article.php?id=2198> (дата обращения: 21.04.2017)
- 51 Толмачев, А. В., Гришин, Е. В. Проблемы построения системы реализации продукции малого хозяйствования / А. В. Толмачев, Е. В. Гришин // Научный журнал КубГАУ - Scientific Journal of KubSAU. – 2016. – № 120. [Электронный ресурс]. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/problemy-postroeniya-sistemy-realizatsii-produktsii-malogo-hozyaystvovaniya> (дата обращения: 01.06.2017).
- 52 Чеговадзе, Л.А. К вопросу о соотношении понятий предпринимательской и экономической деятельности / Л.А. Чеговадзе // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: Право. – 2001. – № 2. – С. 41-47.
- 53 Шишкин, М.В., Смирнов, А.В., Проблемы совершенствования антимонопольной политики в современной России (институциональный аспект) / М.В. Шишкин, А.В. Смирнов // Проблемы современной экономики. – 2014. – № 1 (49) – С. 61–65.

54 Щур, Д.Л. Понятие «торговый объект» и его производные в Федеральном законе «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» / Д. Л. Щур // Торговое право. – 2011. – № 1 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.center-bereg.ru/k957.html> (дата обращения: 30.05.2017)

РАЗДЕЛ IV ДИССЕРТАЦИИ И АВТОРЕФЕРАТЫ ДИССЕРТАЦИЙ НА СОИСКАНИЕ УЧЕНОЙ СТЕПЕНИ

- 1 Кирсанов, К.А. Гражданско-правовое регулирование организационных отношений: автореферат дис ... канд. юрид. наук / К. А. Кирсанов; Науч. рук. Б. М. Гонгало. – Екатеринбург, 2008. – 28 с.
- 2 Фролова, Н. К. Правовое регулирование оптовой торговли: автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора юридических наук / Н. К. Фролова; науч. конс. Б. И. Пугинский. – М., 2011. – 45 с.
- 3 Чеговадзе, Л.А. Система и состояние гражданского правоотношения: Автореф. дисс. на соиск. уч. степ. д-ра юр. н. / Л.А. Чеговадзе. – М., 2005. – 43 с.