

Министерство науки и высшего образования 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 ПКЭП
_____ В.В. Кванина
_____ 2018 г.

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ

ЮУрГУ – 40.03.01. 2013. Ю-571

Научный руководитель
выпускной квалификационной
работы бакалавра Спиридонова
Алена Вячеславовна,
канд. юрид. наук, доцент

_____ 2018 г.

Автор выпускной
квалификационной работы
студент группы Ю-571
Бондаровская
Ольга Сергеевна

_____ 2018г.

Нормоконтролер Спиридонова
Алена Вячеславовна, канд. юрид.
наук, доцент

_____ 2018 г.

Челябинск 2018

ОГЛАВЛЕНИЕ

| | |
|--|----|
| ВВЕДЕНИЕ..... | 4 |
| I ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ | |
| 1.1 Понятие и виды субъектов торговой деятельности..... | 8 |
| 1.2 Правовое регулирование отношений в области торговой деятельности..... | 19 |
| 1.3 Методы государственного регулирования торговой деятельности..... | 29 |
| II ТРЕБОВАНИЯ И МЕРЫ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ | |
| 2.1 Требования к организации и осуществлению торговой деятельности..... | 38 |
| 2.2 Антимонопольное регулирование в области торговой деятельности..... | 45 |
| 2.3 Государственный контроль (надзор), муниципальный контроль в области торговой деятельности..... | 55 |
| ЗАКЛЮЧЕНИЕ..... | 68 |
| БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК..... | 72 |

ВВЕДЕНИЕ

Внутренняя торговля – это одна из важнейших составляющих экономики российского государства. Притом она во многом самостоятельно регулируется. Однако рыночными механизмами регулирования торговых сетей не обеспечивается абсолютное соответствие интересов бизнеса и потребителей. В связи со сказанным, повышается роль государственного регулирования в сфере деятельности торговых сетей.

Проблемы, которые касаются вопросов регулирования торговой деятельности, стали актуальными в последние годы в силу необходимости упорядочить отношения по ее организации и устранить излишние административные барьеры в торговле, сформировать конкурентную среду, рыночную и недискриминационную систему по реализации товаров.

Функцию государства, направленную на регулирование деятельности торговых сетей, реализуют с помощью различных экономических и административных методов, юридически оформленных нормативно-правовыми актами, образующими правовую основу ее осуществления.

Особенность нормативно-правового регулирования деятельности торговых сетей в России состоит в формировании правовой базы по регулированию в пределах гражданского законодательства.

Развитие отраслевого торгового законодательства находится под воздействием гражданского права. Однако сегодня деятельность торговых сетей требует развития собственного торгового законодательства.

На сегодняшний день основная задача, направленная на то, чтобы повысить эффективность правового регулирования торговых отношений, состоит в проведении кодификации торгового законодательства. Принятие торгового кодекса, безусловно, будет способствовать ликвидации существующих пробелов нормативно-правового регулирования коммерческих отношений, повышению социальной значимости торговли, систематизации торгового законодательства.

Так, правовой статус многих субъектов оптовой торговли, которые реально существуют на рынке, вовсе ничем не регулируется. Сказанное относится к дилерам, дистрибьютерам, торговым домам и так далее.

Необходимо законодательно закрепить договорные формы, отражающие специфику торговли. В частности, дистрибьюторской деятельности, маркетинга отношений, в области электронной торговли, а также иных правил, в которых отражаются особенности по заключению, изменению и расторжению торговых договоров, исполнению договорных обязательств. Сказанное подчеркивает актуальность темы исследования.

Несмотря на несомненную значимость правового регулирования деятельности торговых сетей, в научной юридической литературе ему не уделяется достаточное внимание.

Рассматриваемая тема отчасти освещена в трудах М.М. Агаркова, В.П. Грибанова, А.В. Дозорцева, О.С. Иоффе, О.А. Красавчикова, В.А. Тархова, В.С. Белых, О.А. Беляевой, А.Н. Борисова, А.Г. Брагинского, В.В. Витрянского, С.П. Гришаева, В.В. Гущина, Ю.А. Дмитриева, М.А. Егоровой, И.В. Ершовой, В.Ф. Попондопуло, О.Н. Садикова, С.А. Степанова, Е.А. Суханова, С.Ю. Филипповой, Ю.С. Харитоновой, М.Ю. Чельшева и других ученых. Однако работы этих авторов основываются на уже устаревшем законодательстве и/или затрагивают лишь отдельные аспекты рассматриваемого вопроса.

Это обстоятельство определило выбор темы дипломной работы и основные направления исследования.

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

Предметом исследования являются нормы российского законодательства, посвященные регулированию деятельности торговых сетей, и правоприменительная практика по теме исследования, работы современных ученых.

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

Достижение названной цели потребовало решения следующих задач:

- определения понятия и видов субъектов торговой деятельности;
- установления источников правового регулирования отношений в области торговой деятельности;
- анализа методов государственного регулирования торговой деятельности;
- выявления требований к организации и осуществлению деятельности торговых сетей;
- установления антимонопольного регулирования в области торговой деятельности;
- изучения государственного контроля (надзора), муниципального контроля в области торговой деятельности.

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

Научно-теоретическую базу выпускной квалификационной работы составляют работы известных ученых – юристов В.В. Виноградова, Е.А. Григоровича, М.А. Егоровой, Ю.Г. Лесковой, Н.М. Коршунова, Н.Д. Эриашвили, П.В. Алексия, Е.Ю. Руденко, А.С. Усенко, А.В. Шашковой и других.

Научное и практическое значение работы состоит в том, что в процессе исследования теоретические положения и выводы, определения ряда понятий и высказанные рекомендации окажутся полезными для дальнейших исследований, посвященных правовому регулированию деятельности торговых сетей.

Сформулированные в работе выводы и предложения могут быть использованы законодателем в ходе совершенствования действующих норм права.

Работа состоит из введения, двух глав, включающих в себя шесть параграфов, заключения и библиографического списка.

I ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ

1.1 Понятие и виды субъектов торговой деятельности

Торговая деятельность в России развивается и расширяется с каждым годом. Согласно пункту 1 статьи 2 Федерального закона от 28 декабря 2009 г. № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации»¹ (далее – Закон о торговой деятельности) торговая деятельность является видом предпринимательской деятельности, имеющим связь с приобретением и продажей товаров. Формы торговой деятельности могут быть разнообразными, и с течением времени приобретают новые очертания. Так, на сегодняшний день популярной является электронная торговля. В рамках юридической литературы, называя преимущества такой формы ведения деятельности, предлагают на уровне закона закрепить ее признаки и понятие².

В отношении любых форм торговой деятельности первостепенное значение имеет обстоятельство определения ее субъектов. В соответствии со статьей 8 Закона о торговой деятельности, в качестве субъектов торговой деятельности выступают хозяйствующие субъекты, чей правовой статус закреплен в данном законе.

Само определение хозяйствующего субъекта содержится в тексте другого закона – Федерального закона от 26 июля 2006 г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции»³. В соответствии со статьей 4 указанного закона определяется, что хозяйствующий субъект является коммерческой организацией, некоммерческой организацией, осуществляющей деятельность, которая приносит ей доход, индивидуальным предпринимателем, иным физическим лицом, не зарегистрированным как индивидуальный предприниматель, но

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

² См.: Руденко Е.Ю., Усенко А.С. Понятие и правовое регулирование электронной торговли // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. 2015. № 111. С. 708.

³ Федеральный закон «О защите конкуренции» от 26.07.2006 № 135-ФЗ // СЗ РФ. 2006. № 31 (ч. 1). Ст. 3434.

осуществляющим профессиональную деятельность, которая приносит доход, согласно федеральным законам по основанию государственной регистрации и (или) лицензии, а также по причине членства в саморегулируемой организации. Из приведенного определения следует, что субъектами торговой деятельности могут быть не только те, кем осуществляется предпринимательская деятельность, но и те, кто занят деятельностью, которая приносит доход.

В числе лиц, осуществляющих приносящую доход деятельность, законодатель назвал некоммерческие организации. Так, в соответствии с пунктом 4 статьи 50 Гражданского кодекса Российской Федерации¹ (далее – ГК РФ) некоммерческими организации может осуществляться приносящая доход деятельность, если это предусмотрено в их уставах, лишь постольку, поскольку направлено на достижение целей, ради которых их создали.

К сожалению, законодатель не дает определение приносящей доход деятельности. В юридической литературе на сегодня выделяют несколько подходов к соотношению терминов «предпринимательская деятельность» и «приносящая доход деятельность»².

Некоторые исследователи придерживаются мнения, что одно только законодательное решение не меняет правовую природу того или иного явления. Деятельность, которая приносит доход, так и остается, по своей сути, предпринимательской деятельностью некоммерческой организации³.

Другими учеными утверждается, что «хозяйственная деятельность некоммерческих организаций, даже при соответствии признакам предпринимательства, которые перечислены статьей 2 ГК РФ, по своей сути таковой не является»⁴.

Представляется, что приносящая доход деятельность в некоторых случаях будет соответствовать закрепленным в статье 2 ГК РФ признакам

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

² Шайдуров И.В. Понятие приносящей доход деятельности некоммерческих организаций // Современные тенденции развития науки и технологий. 2015. № 6. С. 138.

³ См.: Гросул Ю.В. О праве некоммерческих организаций на занятие предпринимательской деятельностью // Предпринимательское право. 2013. № 3. С. 28.

⁴ Серова О.А. Классификация юридических лиц. М.: ИГ «Юрист», 2009. С. 54.

предпринимательской деятельности, которые состоят в: извлечении прибыли, осуществлении ее на свой риск, под свою имущественную ответственность¹.

Не случайно В.В. Лаптевым была подчеркнута взаимосвязь этих понятий: предпринимательское право охватывает некоммерческую хозяйственную деятельность как «тяготеющую» к предпринимательской деятельности².

Кроме того, должны быть учтены случаи получения доходов, имеющие отношение исключительно к приносящей доход деятельности некоммерческих организаций.

В данном случае речь идет, во-первых, о случаях осуществления действий, которые имеют связь с разовым извлечением прибыли, а также таких, которые приводят к возможности получить случайные разовые доходы, побочные заработки. При этом в качестве предпринимательской деятельности должна рассматриваться деятельность, направленная на систематичность получения прибыли.

Во-вторых, следует упомянуть о получении некоммерческими организациями имущества как дара, пожертвования, на основании завещания.

Следовательно, в результате различного толкования в рамках юридической литературы понятия «приносящая доход деятельность», неизбежно приводит на практике к его «удобному» пониманию. Сказанное, безусловно, оказывает негативное влияние на процесс применения норм действующего ГК РФ. Приведенные обстоятельства свидетельствуют о необходимости законодательно закрепить понятие и содержание деятельности некоммерческих организаций, которая приносит им доход.

К лицам – хозяйствующим субъектам относятся и физические лица, которые не зарегистрированы как индивидуальные предприниматели, но ими осуществляется профессиональная деятельность, приносящая доход. Такой доход имеет место при соблюдении федеральных законов, касающихся

¹ См.: Лескова Ю.Г. Концептуальные и правовые основы саморегулирования предпринимательских отношений. М.: Статут, 2013. С. 164.

² Лаптев В.В. Субъекты предпринимательского права. М.: Юристъ, 2003. С. 22.

вопросов государственной регистрации и (или) лицензирования, а также членства в саморегулируемой организации.

Следовательно, законодателем связывается возможность стать хозяйствующим субъектом также в силу профессиональной деятельности. Тем не менее, вопрос о ее содержании возникает и здесь.

В литературе отмечают, что под профессиональную деятельность может подпадать любая не запрещенная в законе экономически значимая деятельность.

Кроме того, отдельные виды деятельности могут быть одновременно и предпринимательской, и профессиональной (например, аудиторская деятельность). Ориентир в относимости деятельности к числу профессиональных – это только прямое указание закона.

Так, например, к профессиональной деятельности следует относить деятельность арбитражных управляющих (пункт 1 статьи 20 Федерального закона от 26 октября 2002 г. № 127-ФЗ «О несостоятельности (банкротстве)»¹), оценочную деятельность (часть 1 статьи 3 Федерального закона от 29 июля 1998 г. № 135-ФЗ «Об оценочной деятельности в Российской Федерации»²), некоторые виды деятельности на рынке ценных бумаг (брокерская, дилерская, депозитарная и так далее) (глава 2 Федерального закона от 22 апреля 1996 г. № 39-ФЗ «О рынке ценных бумаг»³), актуарную деятельность (пункт 3 статьи 2 Федерального закона от 2 ноября 2013 г. № 293-ФЗ «Об актуарной деятельности в Российской Федерации»⁴) и так далее. Важно при этом то, что подобная деятельность должна быть лицензирована или субъекты, которые ее осуществляют, обязаны являться членами саморегулируемой организации. В

¹ Федеральный закон «О несостоятельности (банкротстве)» от 26.10.2002 № 127-ФЗ // СЗ РФ. 2002. № 43. Ст. 4190.

² Федеральный закон «Об оценочной деятельности в Российской Федерации» от 29.07.1998 № 135-ФЗ // СЗ РФ. 1998. № 31. Ст. 3813.

³ Федеральный закон «О рынке ценных бумаг» от 22.04.1996 № 39-ФЗ // СЗ РФ. 1996. № 17. Ст. 1918.

⁴ Федеральный закон «Об актуарной деятельности в Российской Федерации» от 02.11.2013 № 293-ФЗ // СЗ РФ. 2013. № 44. Ст. 5632.

число субъектов торговой сети также входят субъекты, осуществляющие предпринимательскую деятельность¹.

М.А. Егорова полагает, что субъекты торговой деятельности относятся к субъектам коммерческого права. При этом они отличаются от субъектов предпринимательского права в силу следующих оснований:

1) в зависимости от объекта правоотношений: основная деятельность субъектов коммерческого права имеет связь с тем, чтобы продвигать товары на оптовом рынке от производителей в сторону оптовых потребителей. Деятельность субъектов предпринимательского права, главным образом, имеет связь с производством товаров;

2) по правовому положению: субъекты коммерческого права равны между собой. Между ними имеются горизонтальные связи, в основе которых лежат принципы договорной работы. В отношении субъектов предпринимательского права характерны вертикальные (частно-публичные) отношения, в связи с тем, что на такие субъекты влияет публичное воздействие;

3) в силу степени свободы: в предпринимательском праве субъекты являются более ограниченными рамками действия публично-правовых норм, в отличие от субъектов коммерческого права².

Представляется возможным согласиться с мнением М.А. Егоровой, в силу того, что субъектом торговой деятельности не всегда осуществляется предпринимательская деятельность (некоммерческие организации, которые занимаются приносящей доход деятельностью – это хозяйствующие субъекты и соответственно их можно отнести к числу субъектов торговой деятельности).

Кроме того, важно не смешивать такие схожие понятия, как «субъекты» и «участники» торговой деятельности. Понятие «участники» по своему содержанию существенно шире, чем понятие «субъекты».

¹ См.: Лескова Ю.Г. К вопросу о модернизации правил ГК РФ о юридических лицах // Политематический сетевой электронный журнал Кубанского государственного аграрного университета. 2014. № 102. С. 144.

² См.: Егорова М.А. Коммерческое право. М.: Статут, 2013. С. 36.

Участники торговой деятельности – это не только производители товаров и перепродавцы (посредники), но и потребители, индивидуальные предприниматели, организации, которые приобретают товары в целях хозяйственного потребления. Субъектами торговой деятельности могут быть только лица, продающие производимый товар и (или) покупающие и перепродающие купленный ими товар.

Рассматривая вопрос, касающийся правового статуса субъектов торговой деятельности, важно обратить внимание на юридическое закрепление рассматриваемой категории в нормах права. Она имеет неразрывную связь с социальной структурой общества. Важен также характер отношения государства к торговой деятельности.

Сегодня многими учеными, например, Я.С. Гришиной, А.В. Габовым, Г.А. Гаджиевым, подчеркивается социальная значимость торговой деятельности, так как она направлена на то, чтобы удовлетворять потребности населения. В связи со сказанным обоснованным представляется выделить такой вид торговли, как социальную торговую деятельность.

Я.С. Гришиной отмечается, что социальная торговая деятельность является торговой деятельностью, нацеленной на то, чтобы решать социальные проблемы, в частности, вопросы борьбы с голодом и бедностью¹. Здесь важно заметить, что социальную торговую деятельность как правовой институт эффективно применяют ряд зарубежных стран. Она применяется, например, в Мексике, Португалии, Словении, Великобритании и других государствах.

Г.Н. Васильевым указывается на пробелы современного законодательства относительно не только самих субъектов торговли, но и по вопросам их правового статуса. Особое внимание им уделяется правовому статусу организаторов торговли. Их он выделяет в группу специальных субъектов коммерческого права как наименее изученных². Данная категория

¹ См.: Гришина Я.С. Концептуальная модель правового обеспечения российской социальной торговой деятельности. М.: Юрлитинформ, 2016. С. 60.

² См.: Васильев Г.Н. Правовое регулирование торговой деятельности в Российской Федерации. М.: Юрист, 2014. С. 58.

субъектов, по мнению автора, относится к специальным субъектам, в связи, с чем для них характерна специальная правосубъектность. При этом внимания также заслуживает их функциональное назначение в деятельности торговых сетей.

Г.Н. Васильевым предлагается упорядочить деятельность таких субъектов. Сказанное может оказать эффективное влияние на процесс развития рынка в России¹. Следует согласиться с данной точкой зрения. Кроме того, можно заключить и то, что сегодня отсутствует прочная законодательная база, а также недостаточно государственной поддержки торговых отношений.

Помимо изложенного необходимо привести определение понятия «торговые сети». Пункт 8 статьи 2 Закона о торговой деятельности определяет торговую сеть в качестве совокупности двух и более торговых объектов, на законном основании относящихся к хозяйствующему субъекту или нескольким хозяйствующим субъектам, которые входят в одну группу лиц. Также это может быть совокупность двух и более торговых объектов, используемых с единым коммерческим обозначением или иным средством индивидуализации.

Другими словами, торговая сеть – это совокупность предприятий по продаже товаров населению и снабжению ими торговых организаций. Более того, для того, чтобы совокупность торговых объектов была признана торговой сетью, они должны иметь одинаковую вывеску, униформу, находиться под общим управлением.

Рассматривая вопрос классификации субъектов торговой деятельности, следует отметить, что в рамках юридической литературы предлагают различные основания для того, чтобы разграничить такие субъекты. Так, например, некоторыми авторами предлагается систематизировать субъектов в зависимости от предмета торговли. В данном случае говорят:

1) об универсальных субъектах торговли (не имеют ограничений на осуществление любой коммерческой деятельности);

¹ См.: Васильев Г.Н. Указ. соч. С. 65.

2) об ориентированных субъектах. Здесь имеются в виду субъекты, деятельность которых связана с определенным видом товаров. Другими словами их деятельность узконаправленна;

3) о специализированных субъектах, которым требуется наличие специального разрешения (например, лицензирование). Сюда могут быть отнесены лица, которыми осуществляется торговля лекарственными, наркотическими препаратами, оружием¹.

Исследуя нормы российского законодательства, можно отметить, что Законом о торговой деятельности выделяются хозяйствующие субъекты, которыми осуществляется торговая деятельность, и хозяйствующие субъекты, которыми осуществляются поставки производимых или закупаемых товаров, предназначенных для того, чтобы использовать их в предпринимательской деятельности, в том числе в целях продажи или перепродажи (пункт 3 части 2 статьи 1). При этом названный закон не позволяет выявить различия между данными категориями.

По мнению Е.А. Григоровича, нормы названного Закона о хозяйствующих субъектах, осуществляющих торговую деятельность и поставки товаров, противоречат друг другу.

Другими словами невозможно провести четкую грань между данными субъектами и однозначно утверждать, что хозяйствующие субъекты, которыми осуществляется торговая деятельность – это лица, которыми осуществляется розничная торговля, а хозяйствующие субъекты, которыми осуществляются поставки товаров – это лица, занимающиеся оптовой торговлей.

В силу сказанного, Е.А. Григорович говорит о необходимости установления в законодательстве общего понятия хозяйствующего субъекта, которым осуществляется торговая деятельность, под которым бы понимали поставщика или продавца товара (в том числе производителя товара), осуществляющего продажу товара на основе договоров поставки и купли-продажи. Также он полагает, что целесообразнее использовать такие понятия,

¹ См.: Абакумова Е.Б. Предпринимательское право. Новосибирск: СибАГС, 2016. С. 55.

как «хозяйствующий субъект, которым осуществляется розничная торговля» и «хозяйствующий субъект, которым осуществляется оптовая торговля»¹.

На наш взгляд, введение такого разграничения субъектов будет способствовать упрощению имеющейся законной формулировки и облегчению понимания ключевого отличия таких субъектов.

Дополнительно можно отметить, что в законодательстве зарубежных стран, например, Германии, Англии, Франции, США, субъектами торговой деятельности являются коммерсанты. Например, по статьям 2–104 Единообразного торгового кодекса США, коммерсант – это тот, кем совершаются операции с товарами определенного рода. Его могут рассматривать как обладающего особыми знаниями и опытом по отношению к предмету сделки в силу рода своих занятий, характера поведения или использования посредника. Большинство зарубежных торговых кодексов дает детальную классификацию субъектов торговли.

Например, Германское торговое уложение закрепляет четыре вида торговых субъектов. Это:

- надлежащие коммерсанты – те, кем осуществляется торговая деятельность в виде промысла;
- коммерсанты по форме – все акционерные и хозяйственные общества, вне зависимости от содержания деятельности;
- коммерсанты по необходимости;
- так называемые «неполные купцы» – мелкие товаропроизводители и торговцы².

Говоря о видах торговых сетей, следует отметить, что классификацию также можно провести по различным основаниям. Так торговые сети разделяются в зависимости от характера продаваемых товаров (продовольственные, непродовольственные и смешанные), по формату

¹ Григорович Е.А. Правовые проблемы понятия субъектов торговой деятельности. М.: Юрист, 2014. С. 12.

² См.: Эриашвили Н.Д., Мышко Ф.Г., Барков А.В. Предпринимательское право. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2014. С. 131.

торговли (гипермаркет, супермаркет, минимаркет, прилавочная форма торговли), по количеству торговых марок в ассортименте (монобрендовая, мультибрендовая), по уровню цен.

Кроме того, основные представители современного российского рынка розничных торговых сетей классифицируются по виду реализуемого ассортимента: универсальные (реализуют универсальный ассортимент продовольственных и/или непродовольственных товаров), специализированные (реализуют одну группу товаров, например, «обувь», «одежда», или часть товарной группы «детская одежда») и комбинированные магазины (объединяет черты универсального и специализированного видов в той или иной пропорции).

Анализ состояния розничной торговой сети в России показывает, что в настоящее время большую долю рынка составляют универсальные, смешанные магазины. Специализированных магазинов в России намного меньше.

Не выдержав конкуренции с другими магазинами, они в какой-то момент стали расширять свой ассортимент, что отрицательно сказалось на общей культуре организации их торговли. В свою очередь специализированные магазины имеют ряд преимуществ перед универсальными и комбинированными: работа с одной товарной группой, небольшое количество персонала, упрощенный процесс по оформлению бумажной документации, тесное взаимодействие с поставщиками. Особенно популярны магазины, специализирующиеся на редком эксклюзивном товаре: модная одежда, деликатесы, изысканное вино.

Основными критериями для определения типа торговой сети на сегодня являются географическое распределение торговых точек сети и ее оборот. С этой точки зрения по масштабам деятельности выделяют три основных вида торговых сетей, осуществляющих свою деятельность в России: глобальные, федеральные (национальные или общероссийские), локальные (региональные или местные).

Глобальная торговая сеть работает на рынках нескольких стран. При этом ее оборот формируется рядом стран, а количество торговых точек в ряде стран сопоставимо.

В качестве примера можно привести «Auchan», «Metro». Федеральная торговая сеть – это торговая сеть, которая включает российские компании, осуществляющие деятельность в ряде федеральных округов России. При этом оборот сети формируется за счет нескольких федеральных округов, а количество торговых точек в разных федеральных округах сопоставимо. Здесь как пример могут быть названы X5 Retail Group N.V. («Пятерочка», «Карусель», «Перекресток», «Копейка»), «О'КЕЙ», «Лента». В свою очередь локальная торговая сеть включает компании, работающие в рамках одного или нескольких регионов (городов) или в пределах одного федерального округа, например, «Косметичка», «Чайкоф».

Таким образом, законодательство о регулировании торговой деятельности в России требует доработки, для устранения в теории и практике проблем в ходе толкования такого понятия, как «субъекты торговой деятельности». В силу сказанного, предлагается в качестве субъектов торговой деятельности понимать хозяйствующих субъектов оптовой и розничной торговли, которыми непосредственно осуществляется торговая деятельность и которые зарегистрированы в установленном законом порядке. Помимо сказанного, обоснованной видится необходимость сформулировать определение хозяйствующего субъекта в рамках Закона о торговой деятельности, которое вполне может быть аналогичным определению хозяйствующего субъекта из Федерального закона «О защите конкуренции».

1.2 Правовое регулирование отношений в области торговой деятельности

Говоря о вопросах правового регулирования отношений в области торговой деятельности, следует отметить, что главной юридической силой обладает Конституция Российской Федерации¹.

Особенность нормативно-правового регулирования торговой деятельности в России состоит в формировании правовой базы по регулированию в рамках гражданского законодательства. Отраслевое торговое законодательство развивается под сильным влиянием гражданского права.

Особое место в законодательной сфере занимает ГК РФ, призванный урегулировать все общественные отношения в сфере гражданского оборота. Он представляет собой исходную базу для развития всего текущего законодательства относительно различных сфер деятельности, в том числе и торговой.

ГК РФ регулируются имущественные отношения, складывающиеся между субъектами хозяйственной деятельности, определяется их гражданско-правовой статус, порядок совершения сделок по купле-продаже и является базой для специального законодательства в сфере предпринимательства. Однако ГК РФ, будучи частноправовым нормативным актом, включает лишь те нормы предпринимательского права, которые имеют частноправовой характер. Публично-правовые нормы по организации торговой деятельности им не охватываются. Торговая деятельность нуждается в развитии собственного торгового законодательства².

В настоящее время основной задачей, как представляется, направленной на повышение эффективности правового регулирования торговых сетей, является проведение кодификации торгового законодательства. Принятие

¹ Конституция Российской Федерации, принята всенародным голосованием 12.12.1993 // Российская газета. 25.12.1993. № 237.

² См.: Цветков М.А., Цветкова И.Ю. Современные стратегические направления развития розничной торговли в России // Актуальные проблемы экономики и управления: сб. науч. статей. Н. Новгород: НИНГУ, 2016. С. 304.

торгового кодекса позволило бы ликвидировать существующие пробелы в нормативном правовом регулировании коммерческих отношений, повысить социальную значимость торговли, систематизировать торговое законодательство. Так, правовой статус многих субъектов оптовой торговли, реально существующих на рынке, вообще ничем не урегулирован. Это касается дилеров, дистрибьютеров, торговых домов и так далее.

В настоящее время в торговой деятельности действуют правовые нормы по государственному контролю и надзору за соблюдением законодательства в области стандартизации, метрологии, сертификации и защиты прав потребителей, закрепленные в следующих законах:

- «О защите прав потребителей»¹;
- «О стандартизации в Российской Федерации»²;
- «Об обеспечении единства измерений»³;
- «О рекламе»⁴ и так далее.

К числу подзаконных нормативных актов относятся правовые акты, которые издают Президент и Правительство России.

Указы Президента издают для того, чтобы оперативно регулировать ход экономических преобразований. Ими охватывается широкий спектр отношений, касающийся вопросов по биржевой, валютно-финансовой, банковской, инвестиционной, внешнеэкономической, таможенной деятельности, а также по ценообразованию, налогообложению, порядку формирования и уровню компетенции исполнительных органов власти конкретных территорий.

Правительством России на основании и во исполнение ГК РФ, законов, указов Президента Российской Федерации принимаются постановления, которые направлены на то, чтобы совершенствовать деятельность торговых

¹ Закон РФ «О защите прав потребителей» от 07.02.1992 № 2300-1 // СЗ РФ. 1996. № 3. Ст. 140.

² Федеральный закон «О стандартизации в Российской Федерации» от 29.06.2015 № 162-ФЗ // СЗ РФ. 2015. № 27. Ст. 3953.

³ Федеральный закон «Об обеспечении единства измерений» от 26.06.2008 № 102-ФЗ // СЗ РФ. 2008. № 26. Ст. 3021.

⁴ Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ // СЗ РФ. 2006. № 12. Ст. 1232.

предприятий согласно изменяющейся рыночной ситуации. Сюда относятся следующие постановления:

- «Правила продажи отдельных видов товаров»¹;
- «Правила продажи товаров по образцам»²;
- «Правила комиссионной торговли непродовольственными товарами»³ и

так далее.

Несмотря на многочисленность нормативных актов, регулирующих данную область, центральное место занимает принятый после многолетнего и весьма бурного обсуждения, ранее названный Закон о торговой деятельности.

С момента принятия Закон о торговой деятельности неоднократно изменялся. Большая часть таких изменений была незначительна. В числе наиболее важных новшеств следует назвать положения Федерального закона от 03.07.2016 г. № 273-ФЗ⁴.

В Законе о торговой деятельности имеются многочисленные исключения из сферы его применения либо по видам деятельности, либо по видам продукции. Перечень таких исключений закреплен в части 4 статьи 1 Закона о торговой деятельности, который дополнен Федеральным законом от 21.11.2011 г. № 327-ФЗ⁵. Так, в соответствии с обновленной частью 4 статьи 1 положения Закона о торговой деятельности не применяются к отношениям,

¹ Постановление Правительства Российской Федерации «Об утверждении Правил продажи отдельных видов товаров, перечня товаров длительного пользования, на которые не распространяется требование покупателя о безвозмездном предоставлении ему на период ремонта или замены аналогичного товара, и перечня непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих возврату или обмену на аналогичный товар других размера, формы, габарита, фасона, расцветки или комплектации» от 19.01.1998 № 55 // СЗ РФ. 1998. № 4. Ст. 482.

² Постановление Правительства Российской Федерации «Об утверждении Правил продажи товаров по образцам» от 21.07.1997 № 918 // СЗ РФ. 1997. № 30. Ст. 3657.

³ Постановление Правительства Российской Федерации «Об утверждении Правил комиссионной торговли непродовольственными товарами» от 06.06.1998 № 569 // СЗ РФ. 1998. № 24. Ст. 2733.

⁴ Федеральный закон «О внесении изменений в Федеральный закон «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» и Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях» от 03.07.2016 № 273-ФЗ // СЗ РФ. 2016. № 27 (ч. 1). Ст. 4206.

⁵ Федеральный закон «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в связи с принятием Федерального закона «Об организованных торгах» от 21.11.2011 № 327-ФЗ // СЗ РФ. 2011. № 48. С. 6728.

связанным с организацией и осуществлением деятельности по проведению организованных торгов.

Важные поправки и дополнения внесены в статью 2, в которой закреплён понятийный аппарат, используемый в Законе о торговой деятельности. В связи с включением в Закон о торговой деятельности термина «группа лиц» пункт 8 статьи 2 получил новую редакцию, согласно которой торговая сеть имеет вид совокупности двух и более торговых объектов, принадлежащих в силу законного основания хозяйствующему субъекту или нескольким хозяйствующим субъектам, которые относятся к одной группе лиц по Федеральному закону «О защите конкуренции», или совокупности двух и более торговых объектов, объединённых единым коммерческим обозначением или иным средством индивидуализации.

Статья 2 Закона о торговой деятельности дополнена пунктом 10, в котором сформулировано определение понятия «услуги по продвижению товаров», с тем, чтобы ограничить навязывание производителям (поставщикам) товаров под видом добровольных выплат дополнительных услуг, являющихся для них обременительными и бесполезными.

Так, услугами по продвижению товаров признаются услуги, которые оказывают хозяйствующим субъектам, осуществляющим поставки продовольственных товаров в торговые сети, для того, чтобы продвигать продовольственные товары, а именно:

- рекламировать продовольственные товары;
- осуществлять их специальную выкладку;
- исследовать потребительский спрос;
- подготавливать отчетность, содержащую информацию о таких товарах;
- осуществлять иную деятельность, направленную на продвижение продовольственных товаров¹.

Представляется, что упомянутое выше понятие услуг по продвижению товаров вряд ли сможет реально изменить сложившуюся торговую практику

¹ См.: Шашкова А.В. Предпринимательское право. М.: Юрайт, 2017. С. 96.

навязывания производителям (поставщикам) дополнительных обременительных услуг по продвижению товаров. Перечень таких услуг является примерным, поэтому владельцы торговых сетей всегда могут включить в договоры поставки продовольственных товаров условие об осуществлении «иной деятельности, направленной на продвижение товаров»¹.

Важные положения содержатся в статье 9 Закона о торговой деятельности, в которой урегулированы права и обязанности хозяйствующего субъекта, которым осуществляется торговая деятельность, и хозяйствующего субъекта, которым осуществляются поставки продовольственных товаров, в силу заключения и исполнения договора поставки продовольственных товаров.

Ранее размер вознаграждения, который выплачивали хозяйствующему субъекту, осуществляющему торговую деятельность, не должен был быть не более 10% цены приобретенных продовольственных товаров. В настоящее время совокупный размер вознаграждения, который получает хозяйствующий субъект, которым осуществляется торговая деятельность, для того, чтобы продвигать товары, логистических услуг, услуг, направленных на подготовку, обработку, упаковку этих товаров, иных подобных услуг не должно составлять более 5% цены приобретенных продовольственных товаров. Однако в ходе расчета названного совокупного размера не следует учитывать сумму налога на добавленную стоимость, предъявляемую хозяйствующим субъектом, которым осуществляется поставка продовольственных товаров, к оплате хозяйствующему субъекту, которым осуществляется торговая деятельность, в силу приобретения данных товаров. По отношению к подакцизным продовольственным товарам не учитывают также сумму акциза, исчисленную согласно законодательству Российской Федерации о налогах и сборах.

Усилена в пользу производителей (поставщиков) продовольственных товаров норма пункта 6 статьи 9, согласно которой выплата хозяйствующими субъектами, которыми осуществляются поставки продовольственных товаров, хозяйствующим субъектам, осуществляющим торговую деятельность через

¹ Каминка А.И. Основы предпринимательского права. М.: Зерцало-М, 2015. С. 119.

организацию торговой сети, иных видов вознаграждения, не предусмотренных Законом о торговой деятельности, либо исполнение (реализацию) такого договора в соответствующей части не допустимо.

Решен также в пользу производителей (поставщиков) продовольственных товаров вопрос о предельных сроках оплаты за поставленную продукцию с условием оплаты такой продукции через определенное время после ее передачи продавцу, то есть указанные сроки снижены в пунктах 1–3 части 7 данной статьи. Отныне указанные сроки оплаты определяются в соответствии со следующими правилами:

– продовольственные товары, в отношении которых срок годности установлен менее чем 10 дней, должны быть оплачены в срок не позже чем 8 (ранее – 10) рабочих дней со дня, когда хозяйствующий субъект, осуществляющий торговую деятельность, фактически получил (ранее – принял) такие товары;

– продовольственные товары, в отношении которых срок годности установлен от 10 до 30 дней включительно, должны быть оплачены в срок не позже чем 25 (ранее – 30) календарных дней со дня, когда хозяйствующий субъект, осуществляющий торговую деятельность, фактически получил (ранее – принял) такие товары;

– продовольственные товары, в отношении которых срок годности установлен свыше 30 дней, а также алкогольная продукция, которая произведена на территории Российской Федерации, подлежат оплате в срок не позднее чем 40 (ранее – 45) календарных дней со дня, когда хозяйствующий субъект, осуществляющий торговую деятельность, фактически получил (ранее – принял) такие товары¹.

В обновленной части 8 статьи 9 подчеркивается, что сроки, названные в части 7 настоящей статьи, исчисляются со дня фактического получения продовольственных товаров хозяйствующим субъектом, который осуществляет торговую деятельность. Более того не позже 3 рабочих дней со дня, когда

¹ См.: Устимова С.А. Предпринимательское право. М.: Юриспруденция, 2016. С. 101.

фактически были получены продовольственные товары на хозяйствующий субъект, которым осуществляются поставки продовольственных товаров, возложена обязанность по передаче соответствующих документов. В свою очередь на хозяйствующий субъект, которым осуществляется торговая деятельность, возложена обязанность по их принятию.

По мнению некоторых аналитиков, упомянутые выше изменения в Законе о торговле могут привести к значительному перераспределению доходов между владельцами торговых сетей и поставщиками продовольственных товаров в пользу последних, однако в долгосрочной перспективе – за все заплатят покупатели¹.

Чрезвычайно важное значение имеет глава 3 Закона о торговой деятельности, посвященная антимонопольному регулированию, государственному контролю (надзору), муниципальному контролю в области торговой деятельности (статьи 13–16).

В статье 13 Закона о торговой деятельности закреплены антимонопольные правила для хозяйствующих субъектов, которыми осуществляется торговая деятельность. В часть 1 данной статьи внесены отдельные поправки и дополнения, в соответствии с которыми хозяйствующим субъектам, осуществляющим торговую деятельность по продаже продовольственных товаров посредством организации торговой сети, и хозяйствующим субъектам, осуществляющим поставки продовольственных товаров в торговые сети, запрещено, например, создание дискриминационных условий, определяемых согласно Федеральному закону о защите конкуренции; создание препятствий для доступа на товарный рынок или выхода из товарного рынка других хозяйствующих субъектов; нарушение установленного нормативными правовыми актами порядка ценообразования и так далее.

¹ См.: Экономическая теория. Экономические системы: формирование и развитие / под ред. И.К. Ларионова, С.Н. Сильвестрова. М.: Дашков и К, 2017. С. 258.

В статье 16 Закона о торговой деятельности предусмотрен государственный контроль (надзор) за соблюдением требований данного закона, а также муниципальный контроль в области торговой деятельности.

Регулирование торговой деятельности также осуществляют отдельные нормы Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях¹ (далее – КоАП РФ). В частности Законом № 273-ФЗ внесены изменения в две статьи (статьи 14.40 и 14.42) главы 14 КоАП РФ «Административные правонарушения в области предпринимательской деятельности и деятельности саморегулируемых организаций».

Статья 14.40, в которой речь идет о нарушении антимонопольных правил, установленных федеральным законом, принята в новой редакции и существенно расширена за счет включения новых диспозиций данной статьи.

В первых двух частях статьи 14.40 предусмотрена ответственность за создание дискриминационных условий с однотипными санкциями за совершение правонарушения.

Так, согласно части 1 данной статьи предусмотрено наложение административного штрафа на должностных лиц в размере от 20 тыс. до 40 тыс. руб.; на юридических лиц – от 2 млн. до 5 млн. руб. Согласно примечанию к части 5 статьи 14.40 предусмотренная этой статьей административная ответственность устанавливается в зависимости от степени вины продавца и поставщика.

В статье 14.42 КоАП РФ говорится о нарушении установленных федеральным законом требований к условиям заключения договора поставки продовольственных товаров при осуществлении торговой деятельности.

Следует особо отметить, что в шесть частей статьи 14.42 Кодекса внесены только отдельные поправки в диспозиции этих частей (без изменения соответствующих санкций), связанные с рассмотренными ранее изменениями и дополнениями в Закон о торговой деятельности. Например, в связи с тем, что

¹ Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 № 195-ФЗ // СЗ РФ. 2002. № 1 (ч. 1). Ст. 1.

Закон № 273-ФЗ снизил максимальный размер вознаграждения торговым сетям за продажу продовольственных товаров с 10 до 5%, соответствующая поправка внесена в абзац первый части 1 статьи 14.42 КоАП РФ¹.

Следует также учитывать, что в настоящее время информация о существенных условиях договора поставки продовольственных товаров предоставляется только через Интернет, в то время как ранее, кроме Интернета, имелась возможность предоставления запрашиваемой информации в 14-дневный срок со дня получения соответствующего запроса. Во всяком случае, нарушение установленных федеральным законом требований по предоставлению информации (путем размещения в Интернете) об условиях заключения договора поставки продовольственных товаров считается нарушением антимонопольного законодательства и влечет для нарушителей административную ответственность в соответствии с положениями статьи 14.41 КоАП РФ.

Таким образом, административная ответственность за нарушение Закона о торговой деятельности возросла в десятки раз: штраф для юридических лиц теперь колеблется от 300 тысяч руб. до 5 млн. руб. Причем штрафы предусмотрены не только за включение запрещенных условий в положения договоров, но и за фактическое исполнение (реализацию) соответствующих неформальных договоренностей.

После внесения соответствующих изменений, законодатель дал бизнесу полгода, чтобы привести его в соответствие с законом (поправки вступили в силу с 15.07.2016). За это время была проведена масштабная договорная кампания, выработаны новые стратегии, подходы. Большинство контрагентов пришли к взаимовыгодному решению о сохранении маржинальности за счет снижения цены товаров.

¹ См.: Сергеева Э.В. Административная ответственность за нарушение срока и порядка оплаты товаров (работ, услуг) при осуществлении закупок для государственных и муниципальных нужд // Государственный и муниципальный финансовый контроль. 2017. № 4. С. 18.

Некоторые крупные компании также применили силовые приемы и включили в новые договоры поставки существенные штрафы за нарушение их условий. Часть федеральных сетей пошли дальше и для целей соблюдения Закона о торговой деятельности разработали принципиально новые системы определения цены товаров («базисы поставки»).

Тем не менее, отчеты контролирующих органов, а также анализ судебных разбирательств показали, что предприниматели оказались не готовыми к новым требованиям даже под страхом многомиллионных штрафов.

В частности, в ходе проверок за 2017 год территориальные органы Федеральной антимонопольной службы чаще всего выявляли признаки нарушения в части сроков оплаты товаров (439 договоров поставки, 34% от общего числа выявленных нарушений). Порядка 22% от общего числа выявленных нарушений (282 договора поставки) заключаются в установлении ретро-бонусов свыше 5%, установленных законом¹.

В заключение необходимо сказать, о широкой нормативно-правовой базе регулирования торговой деятельности. Однако большое количество нормативных актов не всегда положительно влияет на устранение тех или иных проблем.

¹ См.: Сергеева Э.В. Указ. соч. С. 19.

1.3 Методы государственного регулирования торговой деятельности

Законом о торговой деятельности закреплен исчерпывающий перечень методов государственного регулирования торговой деятельности, отражающий предпосылки принятия настоящего закона (часть 1 статьи 4). Это методы, связанные с:

- установлением требований к организации и осуществлению торговой деятельности;
- антимонопольным регулированием в этой области;
- информационным обеспечением в этой области;
- государственным контролем (надзором), муниципальным контролем в этой области¹.

Иные методы могут применяться лишь в случаях, установленных федеральными законами. Об этом свидетельствует положение части 2 статьи 4, согласно которой не допустимо применять не предусмотренные в части 1 данной статьи методы государственного регулирования торговой деятельности.

Исключение составляют случаи, которые установлены федеральными законами. Это, по мнению В.Л. Щур-Трухановича, является «не только самоограничением государства в воздействии на общественные отношения, но и определенной гарантией субъектам таких отношений, что другие средства воздействия на их поведение государство применять не будет и, следовательно, что соответствующие вопросы будут решаться на условиях саморегулирования или сорегулирования»².

Изначально формирование исчерпывающего перечня методов государственного регулирования торговой деятельности в рамках Концепции

¹ Виноградов В.В. Предпосылки принятия Федерального закона от 28.12.2009 № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» // Тенденции развития современного общества: материалы межд. науч.-практич. конф. Волжский: ВИЭПП, 2015. С. 209.

² Щур-Труханович Л.В. Методы государственного регулирования торговой деятельности: оценка полноты и содержания // Торговое право. 2012. № 2. С. 13.

проекта Закона о торговой деятельности определяли в качестве средства для того, чтобы систематизировать торговую деятельность. Согласно пояснительной записке к проекту закона, внесенного Правительством России, данный исчерпывающий перечень был установлен в качестве способа ограничения государственного воздействия на процесс развития торговой деятельности.

Статья 4 Закона о торговой деятельности изначально была построена по аналогии статьи 12 Федерального закона от 08.12.2003 № 164-ФЗ «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности»¹, позже в ходе законотворческого процесса в статью 4 были внесены существенные изменения. В конечном итоге была сформулирована редакция, которой не решались обозначенные задачи: смешивались разные элементы системы государственного управления (виды, формы и методы), некоторые методы ошибочно относились к системе государственного регулирования. Все это усугубило необоснованность закрепления исчерпывающего перечня (часть 2 статьи 4)².

Попытка сформулировать в тексте Закона о торговой деятельности аналогично Федеральному закону «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности» исчерпывающий перечень методов государственного регулирования изначально была неудачной. При этом важно понимать, что «исчерпываемость» методов государственного регулирования, закрепленная в тексте Федерального закона «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности», также является весьма условной, в силу того, что систематизация элементов государственного регулирования в статье 12 данного закона является небезупречной.

¹ Федеральный закон «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности» от 08.12.2003 № 164-ФЗ // СЗ РФ. 2003. № 50. Ст. 4850.

² См.: Олейник О.М. Предпринимательское (хозяйственное) право. М.: Юристъ, 2014. С. 320.

В частности, здесь также имеет место смешение видов и методов государственного регулирования, которые соотносятся между собой как общее и частное; ссылка на «другие федеральные законы», по которым осуществляют государственное регулирование внешнеторговой деятельности; раскрытие перечня средств воздействия государства на внешнюю торговлю (в частности, Федеральный закон от 19 июля 1998 г. № 114-ФЗ «О военно-техническом сотрудничестве Российской Федерации с иностранными государствами»¹ называет методы по осуществлению государственного регулирования, которые не поименованы в тексте Федерального закона «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности»).

Сегодня содержание первых трех методов государственного регулирования торговой деятельности определяются непосредственно в данном федеральном законе. К примеру, в рамках определения требований к организации и осуществлению торговой деятельности предусмотрены:

– права и обязанности хозяйствующих субъектов, которыми осуществляется торговая деятельность, хозяйствующих субъектов, которыми осуществляются поставки товаров, в ходе организации торговой деятельности и ее осуществления (статья 8);

– права и обязанности хозяйствующего субъекта, которым осуществляется торговая деятельность, и хозяйствующего субъекта, которым осуществляются поставки продовольственных товаров, в силу заключения и исполнения договора поставки продовольственных товаров (статья 9);

– особенности, связанные с размещением нестационарных торговых объектов (статья 10);

– требования, относящиеся к организации ярмарок и продаже товаров на них (статья 11)².

¹ Федеральный закон «О военно-техническом сотрудничестве Российской Федерации с иностранными государствами» от 19.07.1998 № 114-ФЗ // СЗ РФ. 1998. № 30. Ст. 3610.

² См.: Румянцева Е.Е. Анализ направлений экономической политики: теория и российская практика. М.: Директ-Медиа, 2016. С. 64.

Требования устанавливаются Правительством Российской Федерации, федеральными органами исполнительной власти, органами государственной власти субъектов Российской Федерации и органами местного самоуправления. Федеральный закон закрепляет за каждым из субъектов определенный объем полномочий. К примеру, к полномочиям Правительства Российской Федерации относится утверждение методики расчета и порядка установления субъектами Российской Федерации нормативов минимальной обеспеченности населения площадью торговых объектов¹.

К полномочиям соответствующего органа государственной власти субъекта Российской Федерации относится установление нормативов минимальной обеспеченности населения площадью торговых объектов для субъекта Российской Федерации и проведение информационно-аналитического наблюдения за состоянием рынка определенного товара на территории субъекта.

Антимонопольное регулирование торговой деятельности отграничено от других видов государственного регулирования торговой деятельности. В соответствии с пунктом 2 статьи 16 Федеральная антимонопольная служба Российской Федерации наделена компетенцией по контролю за соблюдением именно этих требований.

На основании этого И.В. Цветков пишет о том, что установленные главами 2, 4 и 5 закона требования к организации и осуществлению торговой деятельности прямого отношения к антимонопольному регулированию данной деятельности не имеют, а, следовательно, контроль за соблюдением данных правил к компетенции Федеральной антимонопольной службы Российской Федерации напрямую не относится. Федеральная антимонопольная служба вправе осуществлять контроль за соблюдением изложенных в главах 2, 4 и 5 требований только в тех случаях, когда несоблюдение этих требований имеет

¹ См.: Предпринимательское право / ред. Н.М. Коршунов, Н.Д. Эриашвили, П.В. Алексей. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2014. С. 181.

или может иметь своим результатом нарушения предусмотренных статьях 13–15 главы 3¹.

Информационное обеспечение в области торговой деятельности регламентировано статьей 20 Закона о торговой деятельности. В части 1 предусмотрено, что для того, чтобы повысить эффективность управления в сфере торговой деятельности и содействовать ее развитию, создана система по государственному информационному обеспечению в сфере торговой деятельности. При этом создается такая система и обеспечивается ее функционирование федеральным органом исполнительной власти, на который возложены функции, связанные с выработкой государственной политики и с нормативно-правовым регулированием в рамках внутренней торговли, в порядке, который установило Правительство Российской Федерации.

В систему государственного информационного обеспечения в сфере торговой деятельности входят ведение торговых реестров (пункт 2 части 2 статьи 5) и осуществление государственной регистрации отдельных видов товаров.

Государственная регистрация продукции является экспертизой представляемых изготовителем или поставщиком продукции документов, которые характеризуют свойства продукции и эффективность мер в области предотвращения их вредного воздействия на здоровье человека, а также тех, что подтверждают соответствие продукции и условий ее изготовления и оборота требованиям санитарных и ветеринарных правил и норм, экспертизой результатов проведенных при условии необходимости токсикологических, гигиенических, ветеринарных и иных видов исследований или испытаний товаров, внесение сведений о продукции и ее изготовителе или поставщике в государственный реестр и выдачу свидетельства о государственной

¹ См.: Закон о торговле: правовой комментарий / под ред. И.В. Цветкова. М.: Альпина Бизнес Букс, 2010. С. 79.

регистрации продукции, который дает право на то, чтобы ее изготавливали на территории России или ввозили на территорию России и оборот¹.

Ряд федеральных законов устанавливают проведение государственной регистрации продукции. К примеру, в статье 43 Федерального закона от 30 марта 1999 г. № 52-ФЗ «О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения»² и статье 10 Федерального закона от 2 января 2000 г. № 9-ФЗ «О качестве и безопасности пищевых продуктов»³ говорится о регистрации продукции, веществ, препаратов (кроме лекарственных средств).

Государственный контроль (надзор), муниципальный контроль в области торговой деятельности непосредственно в самом Законе о торговой деятельности не раскрывается, так как в части 1 статьи 16 содержится отсылка к действующему законодательству Российской Федерации.

Таким законом является Федеральный закон от 26 декабря 2008 г. № 294-ФЗ «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля»⁴. В частях 2 и 3 статьи 16 Федерального закона № 294-ФЗ предусмотрены лишь отдельные особенности проведения такого государственного контроля (надзора), муниципального контроля, учитывающие необходимость применения положений Закона о защите конкуренции.

По мнению В.И. Еременко, «наличие среди методов государственного регулирования муниципального контроля противоречит названию данной статьи, в которой упомянуто только государственное регулирование торговой

¹ См.: Виноградов В.В. Цели государственного регулирования торговой деятельности (на основе Федерального закона от 28.12.2009 № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации») // Вестник Волжского института экономики, педагогики и права. 2015. № 1. С. 250.

² Федеральный закон «О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения» от 30.03.1999 № 52-ФЗ // СЗ РФ. 1999. № 14. Ст. 1650.

³ Федеральный закон «О качестве и безопасности пищевых продуктов» от 02.01.2000 № 9-ФЗ // СЗ РФ. 2000. № 2. Ст. 150.

⁴ Федеральный закон «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля» от 26.12.2008 № 294-ФЗ // СЗ РФ. 2008. № 52 (ч. 1). Ст. 6249.

деятельности»¹. Муниципальный контроль обособлен от государственного регулирования.

Итак, обобщая сказанное, можно прийти к ряду выводов.

В частности, согласно приведенной в юридической литературе классификации методов государственного регулирования, задачу, связанную с определением в тексте нормативного правового акта исчерпывающего перечня методов государственного регулирования, можно разрешить либо описав в законе указанные методы посредством общих родовых признаков (например, экономических и административных; организационных, властных, просветительских и других), либо закон должен быть по-настоящему комплексным.

Другими словами, в законе должен быть систематизировано представлен весь нормативно-правовой материал, касающийся регулирования всей сферы торговых и иных, имеющих непосредственную связь с ними отношений, что в действующей редакции Закона о торговой деятельности отсутствует.

С учетом вышеизложенного, важно понимать, что список названных частью 1 статьи 4 Закона о торговой деятельности методов государственного регулирования является далеко неполным.

В свою очередь к непосредственным и общим методам регулирования отношений между органами государственной власти и хозяйствующими субъектами по поводу организации и осуществления торговой деятельности следует относить те, что касаются:

– лицензирования отдельных видов торговой деятельности отдельными видами товаров, а значит и запрещение, пресечение торговли данными видами товаров при отсутствии соответствующей лицензии;

– государственного регулирования цен на отдельные виды товаров.

Система методов государственного регулирования рассматриваемых отношений дополняется общими методами. Такие методы применяются к этим

¹ Еременко В.И. Правовое регулирование торговой деятельности в Российской Федерации // Законодательство и экономика. 2011. № 2. С. 24.

отношениям постольку, поскольку они являются разновидностью других отношений (предпринимательских, налоговых, других).

Здесь следует сказать о государственной регистрации хозяйствующих субъектов, государственной поддержке малого предпринимательства, прогнозировании и планировании, других методах, присущих налоговому, таможенному, техническому и иным видам регулирования. Еще более обширной система методов государственного регулирования становится, когда упоминаются и специальные методы регулирования отношений, которые возникают в ходе организации и осуществления торговли отдельными видами товаров¹.

Дополнительно необходимо сказать и о целях государственного регулирования торговой деятельности. К таким целям на современном этапе относятся:

1) обеспечение единства экономического пространства в Российской Федерации путем: проведения единой государственной торговой политики; нормативного правового регулирования торговой деятельности; установления унифицированного порядка проведения контрольных и надзорных мероприятий; установления требований к организации и осуществлению торговой деятельности;

2) развитие торговых сетей в целях удовлетворения потребностей отраслей экономики в произведенной продукции, обеспечения доступности товаров для населения, формирования конкурентной среды, поддержки российских производителей товаров;

3) обеспечение соблюдения прав и законных интересов юридических лиц, индивидуальных предпринимателей, осуществляющих торговую деятельность, поставки производимых или закупаемых товаров, предназначенных для использования их в предпринимательской деятельности, в том числе для продажи или перепродажи, баланса экономических интересов

¹ См.: Предпринимательское право / под ред. Т.А. Скворцовой. М.: Юстицинформ, 2014. С. 174.

указанных хозяйствующих субъектов, а также обеспечение при этом соблюдения прав и законных интересов населения¹.

Итак, следует признать, что в части 1 статьи 4 Закона о торговой деятельности закреплены только те методы государственного регулирования торговой деятельности, которые прямо согласуются с целями данного федерального закона, указанными в части 2 статьи 1, и которые частично совпадают с целями государственного регулирования. В рассматриваемом законе отсутствуют реальные меры, формально сдерживающие развитие системы государственного регулирования торговой деятельности и обеспечивающие реализацию гарантий того, что государство будет использовать только те методы, которые предусмотрены в федеральных законах.

¹ См.: Предпринимательское право / под ред. Т.А. Скворцовой. С. 171.

II ТРЕБОВАНИЯ И МЕРЫ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ

2.1 Требования к организации и осуществлению торговой деятельности

Требования к организации и осуществлению деятельности торговых сетей предусмотрены главой 2 Закона о торговой деятельности. Торговую деятельность осуществляют предприятия по оптовой и розничной торговле, а так же товарные биржи, выставки и ярмарки¹.

Законом о торговой деятельности закреплены методы государственного регулирования торговой деятельности, одним из которых является установление требований к организации торговой деятельности и ее осуществлению. В рамках данного метода государственного регулирования названным законом установлены:

- права и обязанности хозяйствующих субъектов, осуществляющих торговую деятельность, хозяйствующих субъектов, осуществляющих поставки товаров, при организации торговой деятельности и ее осуществлении (статья 8);

- права и обязанности продавцов и поставщиков продовольственных товаров в связи с заключением и исполнением договора поставки продовольственных товаров (статья 9);

- особенности размещения нестационарных торговых объектов (статья 10);

- требования к организации ярмарок и продажи товаров (выполнения работ, оказания услуг) на них (статья 11);

- соглашения между ассоциациями, союзами, иными некоммерческими организациями, объединяющими хозяйствующих субъектов, осуществляющих торговую деятельность, и ассоциациями, союзами, иными некоммерческими организациями, объединяющими хозяйствующих субъектов, осуществляющих поставки товаров (статья 12).

Самое главное требование, предъявляемое относительно осуществления деятельности торговых сетей, состоит в ее безопасности. Такое требование

¹ См.: Абакумова Е.Б. Указ. соч. С. 60.

устанавливается всеми нормативными документами. Безопасность в торговой сети означает отсутствие недопустимого риска для жизни, здоровья и имущества потребителей в то время, когда ими приобретаются товары и услуги, а также после их приобретения.

Также важнейшее требование к организации торговых сетей состоит в четком выполнении норм, предусмотренных нормативно-правовыми актами России и нормативными документами федеральных органов исполнительной власти.

Некоторые требования касаются мест размещения и оснащения торговых предприятий. Известно, что предприятия торговли делятся на встроенные, встроено-пристроенные и отдельно стоящие. На особенности проектирования и размещения торговых объектов распространяется целый свод строительных норм и правил. Помимо сказанного, все предприятия торговли должны быть оснащены удобными подъездными путями и пешеходными доступами к входу. Территория, прилегающая к предприятию, должна быть благоустроена и освещена. Предприятия оптовой торговли должны иметь развитую транспортную инфраструктуру и удобные площадки для маневрирования грузового транспорта¹.

Еще одна группа требований относится к торгово-технологическому оборудованию. Все оборудование, которое используется торговой сетью, в обязательном порядке должно соответствовать общим требованиям по безопасности. Использовать его надлежит также согласно требованиям техники безопасности и эксплуатационной документации, предоставленной изготовителями.

Имеются требования и в отношении персонала торговых сетей. Так, торговые предприятия должны иметь персонал, имеющий соответствующие профессиональные навыки, знания и умения. Такой персонал должен проходить подготовку по охране труда и технике безопасности. Персонал

¹ См.: Шашкова А.В. Указ. соч. С. 99.

торговых предприятий, которыми реализуются продовольственные товары, в обязательном порядке должен обладать санитарными книжками.

Последняя группа требований относится к информационному обеспечению торгового процесса. Во всех торговых сетях, в каждой торговой точке должна иметься доска информации для покупателей. При этом информация должна обладать такими характеристиками как наглядность, доступность и достоверность. На доске информации размещают копии регистрационных документов, закон о защите прав потребителей и правила продажи отдельных видов товаров, книгу отзывов и предположений.

Требования, касающиеся оформления вывесок, рекламы, выставочного оборудования, внешнего вида торгового персонала на предприятиях торговой сети, администрация данной торговой сети вправе устанавливать самостоятельно. При этом, однако, важно, чтобы учитывались положения действующих нормативных документов¹.

Отдельно следует сказать об особенностях и требованиях к нестационарной торговле. Сегодня приобрести товар можно не только в обычном магазине, но и в палатке, ларьке, павильоне, а, то и просто, с машины продавца. Именно такая торговля традиционно считается нестационарной. Несмотря на то, что нестационарная торговля и имеет ряд преимуществ по сравнению с обычными розничными магазинами, зачастую такие торговые точки доставляют массу неудобств жителям, портя внешний вид улиц, загромождая проходы и проезды, и не соблюдая санитарное состояние территории возле них².

Размещение нестационарных торговых объектов и организация ярмарок рассматриваются в качестве самостоятельных элементов одного из методов государственного регулирования торговой деятельности. Размещение нестационарных объектов на земельных участках, в зданиях, строениях,

¹ См.: Невская О.И. Вывеска как один из способов оформления магазинов розничных сетей // Реклама: теория и практика. 2017. № 2. С. 122.

² См.: Кондрушенко К.М., Манова Н.В. Стационарная и нестационарная розничная торговля – за и против // Приднепровский научный вестник. 2017. № 1. С. 45.

сооружениях, находящихся в государственной или муниципальной собственности осуществляется в соответствии со схемой размещения нестационарных объектов, составленной с учетом необходимости обеспечения устойчивого развития территорий и достижения нормативов минимальной обеспеченности населения площадью торговых объектов.

Схема размещения разрабатывается и утверждается органом местного самоуправления, определенным в соответствии с уставом муниципального образования, в порядке, установленном уполномоченным органом исполнительной власти субъекта Российской Федерации¹.

Не менее важно и обстоятельство, согласно которому в пункте 6 статьи 10 Закона о торговой деятельности прямо указано на то, что утвержденная схема размещения, равно как и внесение в нее изменений, не может служить основанием для пересмотра мест размещения действующих, строящихся или реконструируемых торговых объектов.

Это положение, кстати, подтверждается и арбитражной практикой, о чем свидетельствует, например, постановление Арбитражного суда Московского округа от 27 июля 2015 г. по делу № А41-63451/2014².

Из материалов данного дела следует, что администрация города Королева Московской области отказала индивидуальному предпринимателю в переоформлении права размещения нестационарного торгового объекта и в выдаче паспорта на него. Основанием для таких действий со стороны администрации явилось включение спорного нестационарного объекта торговли в схему незаконно размещенных нестационарных торговых объектов на территории города, в связи с чем, предпринимателю было выдано предписание о демонтаже торгового павильона.

Не согласившись с действиями администрации города, бизнесмен обратился в суд, который установил произвольное препятствование

¹ См.: Лукашова А.С. Правовой статус нестационарных торговых объектов // Право и экономика. 2017. № 4. С. 13.

² Постановление Арбитражного суда Московского округа от 27.07.2015 г. по делу № А41-63451/2014 // Справочно-правовая система «Гарант».

администрацией предпринимателю в осуществлении экономической деятельности. Более того арбитры указали, что в рамках исполнения публичных обязанностей по обеспечению условий для предоставления населению торговых услуг, стабильности прав хозяйствующих субъектов, осуществляющих торговую деятельность, свободное усмотрение администрацией в пользовании своим имуществом является недопустимым в той мере, в которой ограничиваются права и законные интересы граждан и организаций в отсутствие предусмотренных законом оснований. Руководствуясь всем вышеизложенным, суд признал действия местных властей незаконными и принял решение в пользу бизнесмена.

Следует также обратить внимание, что пункт 7 статьи 10 Закона о торговой деятельности регламентирует порядок размещения и использования нестационарных торговых объектов на земельных участках, находящихся в частной собственности. В данной норме содержится общее предписание: такой порядок устанавливается самим собственником с учетом требований, установленных законодательством Российской Федерации. На это указывает и постановление Федерального арбитражного суда Северо-Западного округа от 22 ноября 2010 г. по делу № А13-1342/2010¹.

При этом и местные власти, устанавливая предписания в части нестационарных торговых объектов, размещенных на таких участках, должны соблюдать интересы собственника, в противном случае, это может расцениваться как нарушение прав собственника по распоряжению своим имуществом.

В качестве примера можно привести постановление Арбитражного суда Северо-Кавказского округа от 17 июля 2017 г. по делу № А32-40945/2017².

Статья 11 Закона о торговой деятельности посвящена организации ярмарок и правилам продажи товаров (выполнения работ, оказания услуг) на

¹ Постановление Федерального арбитражного суда Северо-Западного округа от 22.11.2010 г. по делу № А13-1342/2010 // Справочно-правовая система «Гарант».

² Постановление Арбитражного суда Северо-Кавказского округа от 17.07.2017 г. по делу № А32-40945/2017 // Справочно-правовая система «Гарант».

них. Организаторами ярмарок могут выступать органы государственной власти, органы местного самоуправления, организации и индивидуальные предприниматели. Организаторы ярмарки должны руководствоваться региональными правилами проведения ярмарок даже в том случае, если организатором ярмарки является федеральный орган государственной власти. Всю информацию о плане мероприятий по организации ярмарки и продажи товаров (выполнения работ, оказания услуг) на ней, организатор ярмарки обязан не только опубликовать в средствах массовой информации, но и разместить на своем сайте в Интернете.

Места для продажи товаров (выполнения работ, оказания услуг) на ярмарке предоставляются организациям, коммерсантам, а также гражданам (в том числе гражданам – главам крестьянских (фермерских) хозяйств, членам таких хозяйств, гражданам, ведущим личные подсобные хозяйства или занимающимся садоводством, огородничеством, животноводством). Более того, места на ярмарке предоставляются продавцам на платной основе¹.

В рамках исследуемого вопроса, важно также сказать о документах, проверяемых при осуществлении торговой деятельности.

Во-первых, это свидетельство о государственной регистрации юридического лица, то есть документ, подтверждающий, что юридическое лицо включено в Государственный реестр, означает внесение в списки сведений о вновь созданном предприятии, присвоении ему номера в Государственном реестре. Свидетельство о регистрации дает право осуществлять хозяйственную деятельность в соответствии с учредительными документами в рамках действующего законодательства Российской Федерации. Что касается индивидуальных предпринимателей, то их регистрирует Федеральная налоговая служба по месту прописки предпринимателя. Индивидуальных предпринимателей также вносят в реестр и

¹ См.: Драчева Л.В. Сегмент рыночной торговли – современные ярмарки // Масложировая промышленность. 2015. № 2. С. 34.

ставят на налоговый учет. Здесь также важно отметить, что в настоящее время выдают не само свидетельство, а только выписку из реестра.

Во-вторых, разрешение на торговлю – документ, дающий право реализации определенных товаров. По общему правилу разрешение (лицензия) на торговую деятельность не требуется. Исключение – это реализация алкогольной продукции¹.

В-третьих, книга отзывов и предложений. В книгу отзывов и предложений (документ установленной формы) покупатели записывают жалобы, предложения и замечания. Ведется книга всеми предприятиями розничной торговли. Книга отзывов и предложений находится в торговом зале предприятия в специальном открытом футляре на видном месте.

В-четвертых, журнал проверок. Однако согласно действующему законодательству наличие такого журнала не является обязательным.

В-шестых, ценник – ярлык, содержащий реквизиты товаров. Ценники на все виды реализуемых товаров заверяются подписью материально ответственного лица или другого должностного лица, на которое возложены обязанности по формированию цен².

Торговые сети находятся в постоянном развитии, в связи с этим особое значение приобретают направления совершенствования их деятельности.

Закон о торговой деятельности определяет государственную торговую политику, но не решает существующих проблем в области договорного регулирования торговых сетей. Необходимо законодательное закрепление договорных форм, отражающих специфику торговли, таких как дистрибьюторская, маркетинг, в области электронной торговли, а также иных правил, отражающих особенности заключения, изменения и расторжения торговых договоров, исполнения договорных обязательств.

¹ См.: Дашков Л.П., Памбухчиянц О.В. Организация и управление коммерческой деятельностью. М.: Дашков и К, 2016. С. 71.

² Там же. С. 72.

Из сказанного следует, что торговые сети требуют постоянного совершенствования, регулярного изменения и дополнения правового регулирования, принятия актуальных мер по их развитию.

Таким образом, законодательство содержит определенные требования к организации и осуществлению торговых сетей. Важно понимать, что несоблюдение установленных в законе требований может повлечь за собой наступление неблагоприятных последствий.

2.2 Антимонопольное регулирование в области торговой деятельности

Долгое время в России отсутствовало специальное регулирование торговой деятельности. Необходимость такого регулирования практически не обсуждалась, пока не стал активно наступать так называемый «ритейл», а субъекты малого и среднего бизнеса стали обращать внимание государства на вытеснение их с рынка крупными торговыми сетями. Особенно актуальной тема введения отдельного правового регулирования торговой деятельности посредством организации торговой сети стала в конце 2007 года, когда наблюдался резкий рост цен на ряд продуктов питания первой необходимости, и антимонопольным органам поручили вести мониторинг цен, а также провести проверки производителей и крупных поставщиков на предмет соблюдения ими антимонопольного законодательства¹.

Тогда же, производители и поставщики продуктов питания стали жаловаться на торговые сети, что последние отказывают в предоставлении полок, навязывают при заключении договора поставки невыгодные условия в виде дополнительных выплат – «бонусов», платы за полку, за расширение ассортимента, возврата нереализованной продукции с истекшим сроком годности, невыгодного срока оплаты после реализации и так далее.

¹ См.: Предпринимательское право / отв. ред. В.В. Кванина. Челябинск: Феникс, 2018. С. 219.

Антимонопольные органы оказались не способными повлиять на договорную практику, поскольку ни одна из торговых сетей в границах муниципального образования не занимала доминирующего положения, то есть не имела в соответствии со статьей 5 Закона о защите конкуренции долю более 50% рынка розничной реализации продуктами питания.

Решение проблемы по созданию благоприятных условий для того, чтобы развивать конкуренцию в сфере розничной торговли, требует от органов власти специальных мер, направленных на снижение административных барьеров, устранение антиконкурентных вертикальных ограничений в контрактах поставщиков, дистрибьюторов и розничного звена¹.

На сегодняшний день особенности по антимонопольному регулированию торговой деятельности предусмотрены в главе 3 Закона о торговой деятельности, где установлен ряд запретов и ограничений в договорной практике торговых сетей и поставщиков, исходя из того, что торговые сети обладают рыночной властью и способны оказывать влияние на рынок розничной торговли, а, следовательно, формировать негативную договорную практику с поставщиками.

Интересным представляется рассмотреть запреты, установленные статьей 13 Закона о торговой деятельности, которые, как представляется, не отвечают целям антимонопольного регулирования, поскольку распространяются на все торговые сети независимо от их доли на рынке. Указанная статья запрещает торговым сетям и поставщикам торговых сетей создавать дискриминационные условия, навязывать контрагенту невыгодные условия и осуществлять торговую деятельность с использованием договора комиссии.

Законом о защите конкуренции также запрещено создание дискриминационных условий и навязывание невыгодных условий, но запреты

¹ См.: Чернецов В.С., Григорович Е.В. Антимонопольное регулирование деятельности торговых сетей // Современное предпринимательство как зеркало реформ российского законодательства: сб. статей. М.: Научный консультант, 2016. С. 275.

установлены только для хозяйствующих субъектов, занимающих доминирующее положение.

Много споров у специалистов вызывают указанные выше запреты. Так например, можно привести мнение И.Ю. Цветкова. Им были истолкованы нормы статей 9 и 13 Закона о торговой деятельности таким образом, что: «торговые организации и поставщики обязаны использовать в своей договорной практике только договор поставки, что не соответствует действительности, поскольку закон не содержит запрета на использование иных, более совершенных схем договорных связей (в частности, дистрибьюторских, дилерских, франчайзинга и другие)»¹. Статья 13 Закона о торговой деятельности содержит запрет на использование в оптовых торговых операциях только договора комиссии или его элементов.

Как отмечает И.Ю. Цветков, этот запрет оказался бессмысленным как по форме, так и по содержанию. По форме – поскольку без особого труда может быть обойден, путем перехода на взаимозаменяющие договоры торгового представительства (например, коммерческого представительства). По содержанию – так как препятствует развитию новых товаропроводящих сетей и ведет к росту издержек товародвижения². И с этим нельзя не согласиться. В целях устранения такого пробела Федеральная антимонопольная служба России выступает с инициативой внесения поправок в Закон о торговой деятельности, запрещающих использовать в договорной практике договор комиссии. Насколько эти поправки оправданы говорить преждевременно, поскольку у антимонопольных органов пока отсутствует достаточная практика выявления и пресечения указанных нарушений.

Закон о торговле несовершенен, вызывает множество противоречивых мнений и только практика его применения, и анализ эффективности может дать направление его совершенствования.

¹ Цветков И.Ю. Закон о торговле: видимость благополучия // Конкуренция и право. 2010. № 1. С. 43.

² Там же. С. 42.

Рассмотрим некоторые примеры из практики. В частности, в ходе проведенного исследования, на территории Челябинской области были выявлены нарушения статьи 13 Закона о торговой деятельности – создание дискриминационных условий торговыми сетями. Выявлены случаи нарушения прямого запрета, установленного статьей 13 Закона о торговой деятельности, на включение в договор поставки условий об оказании услуг по рекламированию, маркетингу и иных подобных услуг, направленных на продвижение товара. При этом в договорах с другими поставщиками данных условий не предусмотрено. Такие действия торговой сети были квалифицированы антимонопольным органом как создание дискриминационных условий и выдано предписание о прекращении нарушений¹.

Также, Челябинским Управлением Федеральной антимонопольной службы установлено, что в Локомотивном, Озерском, Снежинском и Южноуральском городских округах, Агаповском, Ашинском, Брединском, Еманжелинском, Еткульском, Катав-Ивановском, Кизильском, Нагайбакском, Нязепетровском и Саткинском муниципальных районах отдельные торговые сети имеют долю более 25%.

Указанные данные получены Челябинским Управлением Федеральной антимонопольной службы по результатам обзора состояния конкуренции на рынке розничной торговли продовольственными товарами Челябинской области по итогам 2016 года.

Если в 2015 году данный порог в 9 муниципальных образованиях превышало только акционерное общество «Гандер» (торговая сеть «Магнит»), то в 2016 году такое положение в некоторых муниципальных образованиях стали занимать Компания X5 Retail Group (торговые сети «Пятерочка», «Перекресток», «Карусель»), закрытое акционерное общество «Дикси Юг»,

¹ Решение Управления Федеральной антимонопольной службы по Челябинской области от 13.01.2016 г. по делу № 03-06/2015 [Электронный ресурс] URL: <http://solutions.fas.gov.ru/to/chelyabinskoe-ufas-rossii/03-06-15-5da07405-0918-4fda-b2611e90d09549e1>.

(торговые сети «Дикси» и «Мегамарт»), торговая сеть «Красное и белое», общество с ограниченной ответственностью «Кизильский ТД – СИТНО», общество с ограниченной ответственностью «Азимут-Экспресс» (торговая сеть «Три богатыря»).

В связи с превышением установленного Законом о торговле порога данные хозяйствующие субъекты не вправе открывать дополнительные торговые объекты в муниципальных образованиях, в которых доля их присутствия на рынке уже достаточна велика.

Также установлено, что в городе Челябинске осуществляют деятельность 17 торговых сетей в 902 торговых объектов (в 2015 году – 24 торговые сети в 810 объектах)¹.

Другой вид нарушений – это нарушение статьи 9 Закона о торговой деятельности, а именно включение в договор прямо запрещенных условий и их применение.

Так, в ходе одного из контрольных мероприятий было выявлено обстоятельство включения в договор условия о выплате вознаграждения за реализацию социально-значимых продуктов питания и факт его выплаты поставщиком. Антимонопольным органом проведено расследование в результате которого, квалифицировать такие действия как создание дискриминационных условий или навязывание невыгодных условий не представилось возможным, поскольку обе стороны подписали договор добровольно и объяснили это ошибкой («человеческий фактор»), быстро внесли изменения и прекратили выплаты².

Внимания также заслуживает вопрос, касающийся рассмотрения обращений поставщиков на торговые сети.

¹ В 14 муниципальных образованиях Челябинской области отдельными торговыми сетями превышена доля на рынке в 25% [Электронный ресурс] URL: <http://chel.fas.gov.ru/news/23541>.

² Решение Управления Федеральной антимонопольной службы по Челябинской области от 18.01.2017 г. по делу № 05-03/2017 [Электронный ресурс] URL: <http://solutions.fas.gov.ru/to/chelyabinskoe-ufas-rossii/-7fb811c6-9b67-4be8-936b-92473d4b54>.

Челябинским Управлением Федеральной антимонопольной службы были рассмотрены обращения субъектов малого и среднего бизнеса на оптового продавца, осуществляющего поставки алкогольной продукции в торговую сеть «Красное и Белое», создающего, по мнению заявителей, для них дискриминационные условия, отпуская им алкогольную продукцию по ценам, которые выше, чем для магазинов, торгующих под брендом «Красное и Белое». Зачастую, с учетом скидок, действовавших в сети, оптовая цена для заявителей была равной розничной в торговой сети «Красное и Белое», в результате реализуемая ими продукция становится неконкурентноспособной, и они вытесняются с рынка.

Как следует из материалов дела, порядок формирования цен на реализуемые товары утвержден поставщиком приказом, в соответствии которым при установлении оптовых цен реализации конкретному покупателю учитываются следующие показатели: количество заказов покупателей за последний квартал, условия оплаты товара, способ доставки товара. При реализации товаров покупателям продаются товары по первой ценовой позиции (с минимальной наценкой 5,5%) при условии закупа товара не менее чем на один миллион рублей ежемесячно, а второй ценовой позиции (с наценкой 15%) при условии разовой закупки товара не менее чем на 100 000 рублей. Цена, устанавливаемая для каждого покупателя, зависит от условий поставки: количества поставляемой партии продукции; количества заявок организации на поставку за последний квартал; условий оплаты за продукцию (более низкая цена устанавливается покупателям, предлагающим более выгодные условия оплаты – предварительная оплата или оплата в короткие сроки после поставки).

В результате рассмотрения дела заявители не представили доказательств реализации поставщиком им продукции по ценам, превышающим цены на продукцию, реализуемую хозяйствующим субъектам, осуществляющим деятельность под брендом «Красное и Белое», при соблюдении условий, установленных Порядком формирования цен поставщика.

Таким образом, в материалах дела отсутствуют достаточные данные, свидетельствующие о создании поставщиком дискриминационных условий, препятствующих доступу на товарный рынок другим хозяйствующим субъектам, не входящим в торговую сеть «Красное и Белое». При этом, ценовая политика поставщика распространяется на неопределенный круг лиц, то есть у иных покупателей (а не только покупателей, под брендом «Красное и Белое») имеется потенциальная возможность приобрести продукцию при соблюдении определенных условий, установленных Порядком формирования цен поставщика, по ценам, аналогичным ценам продукции, поставляемой в магазины «Красное и Белое», а также приобрести продукцию у иных хозяйствующих субъектов, осуществляющих деятельность по реализации алкогольной продукции на территории Челябинской области.

Кроме того, заявители не представили доказательств, что им отказывают в предоставлении скидок при выборе объема поставки на 1 млн. руб. В связи, с чем антимонопольным органом рассмотрение дела было прекращено¹.

Еще один пример. Челябинским Управлением Федеральной антимонопольной службы было установлено несоответствие Закону о торговле условиями отбора поставщиков в торговую сеть «Ариант». Указанный вывод сделан в результате изучения антимонопольной службой анкеты на сайте общества с ограниченной ответственностью «Агрофирма «Ариант», которую предлагается заполнить потенциальным поставщикам товаров в торговую сеть компании. При этом большинство вопросов в анкете составлены таким образом, который не позволяет возможным контрагентам получить полную и развернутую информацию об условиях и критериях отбора в торговую сеть. Также на сайте указано, что несоответствие поставщика перечисленным требованиям дает основания отказаться от его коммерческого предложения. В результате поставщику, изначально не получившему сведений о конкретных

¹ Определение Управления Федеральной антимонопольной службы по Челябинской области от 15.07.2015 г. по делу № 28/2015 [Электронный ресурс] URL: <http://solutions.fas.gov.ru/to/chelyabinskoe-ufas-rossii/28-2015-46e3e21f-c85d-42c9-b139-9702>.

потребностях торговой сети, впоследствии может быть отказано в заключении договора поставки по заранее неизвестным ему основаниям.

По мнению Челябинского Управления Федеральной антимонопольной службы, включенные обществом «Агрофирма «Ариант» в анкету вопросы вводят в заблуждение поставщиков относительно реальных потребностей торговой сети. Соответственно любое коммерческое предложение может быть признано не соответствующим условиям.

Антимонопольная служба установила, что размещение общества «Агрофирма «Ариант» вместо информации о конкретных критериях отбора поставщиков анкеты с перечнем вопросов, сформулированных в общем виде, противоречит действующему законодательству. За несоблюдение данных требований Закона о торговле предусмотрена административная ответственность, которая для юридических лиц составляет от 300 до 500 тысяч рублей.

Однако в связи с тем, что общество «Агрофирма «Ариант» является субъектом среднего предпринимательства и нарушило требования Закона о торговле впервые, Челябинское Управление Федеральной антимонопольной службы объявило компании официальное порицание в форме предупреждения¹.

Стоит отметить, что Челябинским Управлением Федеральной антимонопольной службы, заинтересованным в соблюдении хозяйствующими субъектами действующего законодательства, и торговой сетью достигнуто соглашение о совместной разработке для общества «Агрофирма «Ариант» условий отбора контрагентов. Данное решение принято в целях разработки типового документа об условиях отбора, которое впоследствии иные торговые сети могут использовать в своей деятельности.

Дополнительно следует сказать об административной ответственности за нарушения Закона о торговой деятельности. Учитывая небольшую практику

¹ Челябинское УФАС России установило несоответствие Закону о торговле условий отбора поставщиков в торговую сеть «Ариант» [Электронный ресурс] URL: <http://chel.fas.gov.ru/news/23607>.

применения Закона о торговле нужно признать правильным, что законодатель не сразу ввел ее. Это позволило торговым сетям перестроиться, привести договорную практику в соответствие с Законом о торговле, обозначить появившиеся проблемы и инициировать обсуждение практики и проблем применения с целью дальнейшего его совершенствования, чтобы Закон учитывал интересы всех участников торгового оборота и представлял собой компромисс, улучшающий их договорные отношения.

Сегодня административную ответственность за нарушение требований Закона о торговле предусматривают статьи 14.40 – 14.42 КоАП РФ. Наказание здесь – штраф на должностных лиц в размере от 20 тыс. руб. до 40 тыс. руб., на юридических от 1 млн. руб. до 5 млн. руб.

У антимонопольных органов имеется незначительная практика привлечения к административной ответственности за нарушения Закона о торговле, но и она уже обозначила несколько важных проблем.

Так, в ходе контрольного мероприятия Челябинским Управлением Федеральной антимонопольной службы были выявлены факты нарушения статьи 9 Закона о торговле в виде выплаты вознаграждения в размере 10% торговой сети поставщиком социально значимых продуктов питания, что является составом административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена статьей 14.40 КоАП РФ в размере от 1 до 5 млн. руб¹.

Однако срок давности привлечения к административной ответственности всего 2 месяца, поскольку статья 9 Закона о торговле не является составной частью антимонопольного законодательства, за нарушения которого срок давности привлечения к административной ответственности составляет 1 год. Пока антимонопольным органом проводились процессуальные действия, собирались доказательства и объяснения двухмесячный срок истек. В связи с чем, представляется правильным внести изменения в КоАП РФ и увеличить

¹ Доклад Челябинского УФАС России к Публичному обсуждению результатов правоприменительной практики за 2 квартал 2017 года [Электронный ресурс] URL: <http://chel.fas.gov.ru/analytic/23558>.

срок давности привлечения к административной ответственности за нарушения Закона о торговле с 2 месяцев до года.

Важно обратить внимание на то, что санкции за нарушения Закона о торговой деятельности очень существенные и не дифференцируются от оборота компании.

Так, крупная федеральная сеть с соответствующим товарооборотом и мелкая торговая сеть несут одинаковую административную ответственность в виде штрафа от 1 до 5 млн. руб. В результате все выносимые антимонопольным органом постановления, как показывает практика, обжалуются. Представляется верным внести поправки в КоАП РФ в части исчисления размера штрафов от суммы выручки торговой сети по аналогии со штрафами за нарушения антимонопольного законодательства (статьи 14.31 – 14.33 КоАП РФ), что позволит обеспечить равный подход к мелким и крупным торговым сетям.

Актуальным является и вопрос о применении малозначительности при рассмотрении судами такой категории дел. Практика показывает, что только единицы штрафов устояли в суде, в основном в отношении крупных федеральных торговых сетей¹, что также подтверждает необходимость внесения указанных выше поправок в КоАП РФ.

В завершение следует сказать, что кроме совершенствования законодательства (над чем постоянно работает Федеральная антимонопольная служба России), отсутствие по сути, цивилизованного рынка, рыночной и предпринимательской культуры со стороны предпринимателей, и, в свою очередь, потребительской культуры, требует от государства принятия ряда решений по развитию конкуренции на рынке продовольствия и оперативного регулирования, в первую очередь ценового, в таких сложных условиях.

До сих пор достичь серьезных улучшений в регулировании торговли и заметного перераспределения прибыли в пользу поставщиков административными мерами пока не удалось. Выход видится в создании

¹ Постановление Девятого арбитражного апелляционного суда от 06.10.2017 г. по делу № А40-66652/17 // Справочно-правовая система «Гарант».

условий для конкуренции между торговыми сетями, сетями и мелкими магазинами «шаговой доступности» и ларьками, то есть необходимо стремиться к дальнейшему расширению объектов торговли.

2.3 Государственный контроль (надзор), муниципальный контроль в области торговой деятельности

Сфера внутренней торговли является одной из важнейших составляющих экономики российского государства. При этом она во многом является саморегулируемой. Однако рыночные механизмы регулирования торговли не способны полностью обеспечить соответствие интересов бизнеса и потребителей. В связи с этим возрастает роль государственного контроля (надзора) в области торговой деятельности. Проблема государственного контроля (надзора) в области торговой деятельности стала актуальной в последние годы в связи с необходимостью упорядочения отношений по ее организации и устранению излишних административных барьеров в торговле, формирования конкурентной среды, рыночной и недискриминационной системы реализации товаров.

Под государственным контролем (надзором) понимается деятельность уполномоченных федеральных органов исполнительной власти и органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации, направленная на предупреждение, выявление и пресечение нарушений юридическими лицами, их руководителями и иными должностными лицами, индивидуальными предпринимателями, их уполномоченными представителями требований, установленных федеральными законами и принимаемыми в соответствии с ними иными нормативными правовыми актами посредством:

- организации и проведения проверок юридических лиц, индивидуальных предпринимателей;
- принятия предусмотренных законодательством России мер по пресечению и (или) устранению последствий выявленных нарушений;

– систематического наблюдения за исполнением обязательных требований;

– анализа и прогнозирования состояния исполнения этих требований¹.

Государственный контроль в сфере торговли в зависимости от уровня делится на:

– федеральный – деятельность федеральных органов исполнительной власти;

– региональный – деятельность органов исполнительной власти субъекта Российской Федерации;

– муниципальный – деятельность органов местного самоуправления.

Функция государства по регулированию торговой деятельности реализуется с помощью различных экономических и административных методов, которые получают юридическое оформление в нормативно-правовых актах, образующих правовую основу ее осуществления.

На сегодняшний день в Российской Федерации существует довольно сложная и обширная система регулирования не только потребительского рынка, но и почти всей сферы экономики, связанной с производством, торговлей и предоставлением услуг. Сейчас все вопросы потребительского рынка решают на уровне саморегуляции рынка. Но по-прежнему высока доля регулятивных функций того, что, как и где должно продаваться, остается за государственными органами власти.

Многочисленными федеральными службами осуществляются их функции через проведение государственного контроля над тем, как соблюдается законодательство, через проверку деятельности продавцов и производителей, прием граждан и принятие решений относительно их обращений. Свои полномочия эти службы реализуют через проведение проверок, выдачу предписаний, приостановку производства и реализации

¹ См.: Зарипова Р.Р. Понятие «государственный контроль» как правовая категория: некоторые аспекты понимания // Инновационная наука. 2017. № 1. С. 146.

товаров, отправление материалов для отзыва лицензий, обращения в суд и возбуждение уголовных дел¹.

В частности, Роспотребнадзор имеет очень широкие полномочия, перечисленные статьей 40 Закона «О защите прав потребителей». Помимо Роспотребнадзора, контролируют соблюдение прав потребителей также отдел полиции по борьбе с правонарушениями в сфере потребительского рынка и прокуратура.

Государственному регулированию в торговле сегодня придается особое значение, прежде всего, ввиду злоупотреблений по вопросам ценообразования. Государство не регулирует цены. Исключение относится к отдельным видам товаров, на которые федеральные законы прямо предусматривают государственное регулирование цен, торговых надбавок к ценам на них, в том числе устанавливает их предельный (максимальный и/или минимальный) уровень.

Установление цен на свою продукцию, которой обеспечивается достойная прибыль – это естественное стремление предпринимателя, более того, это смысл его деятельности согласно положениям ГК РФ. Однако потребитель нередко сталкивается с ситуациями, когда цены на товар неоправданно завышены со стороны недобросовестного участника торгового оборота.

Часть магазинной стоимости продукта остается у людей, которые не имеют прямого отношения к процессу его изготовления, упаковки, рекламы и транспортировки, так как при производстве изготовителей попросту принуждают к заключению кулуарных сделок с регулирующими все вокруг органами и местными властями. В результате потребители вынуждены компенсировать производителю те самые внеплановые расходы².

¹ См.: Карпова Е.В. Проблемы предпринимательского права в торговой деятельности // Традиционные национально-культурные и духовные ценности как фундамент инновационного развития России. 2017. № 11. С. 56.

² См.: Максаков В.П. Эффективность государства при ценообразовании // Государство и право в изменяющемся мире: материалы науч.-практич. конф. Н. Новгород: РГУП, 2017. С. 246.

Наиболее актуальна не разрешенная до сих пор проблема по вопросу качества товара и качества торгового обслуживания населения. Существующим Федеральным законом «О качестве и безопасности пищевых продуктов» нормируется, но не определяется четкий механизм по управлению данной сферы. У российских потребителей имеется минимальная степень защищенности собственных прав, касающихся обеспечения качества товаров и услуг, в силу того, что отсутствуют реально работающие государственные контролирующие организации по данному направлению.

Здесь также особое значение имеет решение вопроса о безопасности товаров. В связи с актуальностью проблемы фальсификации товаров необходимо перейти к разработке и, как следствие, принятию программ на федеральном и региональном уровне по обеспечению безопасности, защите потребителя, созданию нормативно-технической документации, подготовке специалистов нового уровня, широкой пропаганде простейших методов обнаружения фальсификации на предприятии и в домашних условиях¹.

В Законе «О защите прав потребителей» ничего не сказано о фальсификации и наносимом ею ущербе, поэтому необходимо в срочном порядке принять закон о фальсификации продуктов потребления. Отсутствуют четкие критерии, позволяющие должным образом идентифицировать товары, обнаруживать по результатам идентификации подделки. Поэтому появился рынок сбыта фальсифицированных товаров как отечественного, так и импортного производства.

В сентябре 2015 года в Государственную думу был внесен законопроект, предусматривающий введение запрета на использование при производстве продуктов пальмового масла, генетически модифицированных организмов и ряда пищевых добавок. Однако Правительство подготовило отрицательный отзыв на законопроект, в котором говорится, что по договору о Евразийском экономическом союзе требования к продуктам устанавливаются на уровне

¹ См.: Карпова Е.В. Указ. соч. С. 57.

союза и Россия не может ввести дополнительные обязательные требования на своей территории¹.

Есть очень серьезная проблема, связанная с фальсификацией продуктов пальмовым маслом. Вреда для здоровья от употребления качественного пальмового масла не будет. Другой вопрос в том, что неизвестно, какого качества и какие именно заменители молочного жира используют недобросовестные производители. Ведь существует как пищевое, так и техническое пальмовое масло. Если это техническое, плохо очищенное пальмовое масло, то оно может содержать вредные для здоровья продукты перекисного окисления жира.

При этом фальсификат (то есть продукт, в который внесено неуказанное на этикетке пальмовое масло) можно распознать только по итогам лабораторных исследований. А простой потребитель никогда сам не сможет определить присутствие в продукте заменителя молочного жира.

Необходимо также отметить, что помимо фальсифицированных товаров, рынки сбыта заполняют еще товары – заменители натуральных продуктов (суррогаты). Из-за отсутствия действующих законов, в которых бы устанавливалась административная и уголовная ответственность за фальсификацию товаров, из-за несогласованности деятельности органов государственного контроля, а порой и его отсутствия потребитель остается не защищенным от обмана.

Введение Россией продуктового эмбарго на ряд товаров из стран Запада в ответ на санкции Европейского Союза еще больше ухудшило ситуацию, поскольку возникший на полках магазинов дефицит пришлось спешно закрывать. При этом государственные контрольные органы оказались не в силах справиться с потоком новой продукции. В условиях сложной современной ситуации в экономике России в целом и в отрасли торговли в

¹ С ограничением на продукты с пальмовым маслом и ГМО придется повременить [Электронный ресурс] URL: <https://www.pnp.ru/economics/2017/02/09/s-ogranicheniem-na-produkty-s-palmovym-maslom-i-gmo-pridyotsya-povremenit.html>.

частности возрастает потребление товаров отечественного производства. В связи с этим повышается роль ярмарочной торговли и торговли на рынках.

Традиционная проблема – это проблема взаимоотношений поставщиков и розничных сетей. Чтобы пробиться на прилавки магазинов, изготовителю приходится платить продавцу. И чем крупнее оборот магазина или сети, тем крупнее так называемая плата за вход на полку. Немалых денег стоит и правильное местонахождение товара на полке, чтобы мерчандайзер сети поместил его на особо проходном месте или на нужной высоте, а не над потолком или на нижней полке¹.

Именно отсутствие доступа к конечному потребителю препятствует развитию российских мелких и средних хозяйств и ухудшает положение с продовольственной безопасностью страны, а также приводит к увеличению зависимости России от импортных поставок продуктов питания и лишает население нашей страны возможности приобретать качественные продукты российского производства.

Таким образом, существует острая необходимость в контроле за продовольственным рынком. Законы должны работать более эффективно.

Впрочем, установление требований к субъектам торговой деятельности при отсутствии эффективной системы государственного контроля не имеет смысла. Что касается государственного контроля (надзора) в области торговой деятельности как метода государственного регулирования, то основные принципы его реализации изложены в статье 16 Закона о торговой деятельности. Поскольку нормы названной статьи содержат отсылки к законодательству России, государственный контроль (надзор) в области торговой деятельности организуется и осуществляется в соответствии с Федеральным законом «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля» и другими федеральными законами, входящими в состав законодательства о государственном контроле (надзоре).

¹ См.: Карпова Е.В. Указ. соч. С. 57.

Проблема создания эффективного механизма государственного контроля (надзора) в сфере торговой деятельности представляет собой важную задачу государства. В то же время попытки ее решения не носят системного характера.

Так, остались неразрешенными проблемы малой эффективности системы контроля (надзора). Как показывает анализ правоприменительной практики, при осуществлении контрольно-надзорных мероприятий нередко нарушаются права субъектов предпринимательства со стороны публичных органов власти, что влечет за собой неблагоприятные последствия для хозяйствующих субъектов.

Среди наиболее распространенных нарушений прав предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) можно назвать нарушение сроков проведения контроля, нарушение порядка привлечения к ответственности, осуществление проверок без соответствующего правового основания и так далее.

Помимо сказанного, по-прежнему остается открытым вопрос о муниципальном контроле в области торговой деятельности, а именно: какими полномочиями обладают местные органы власти по контролю за сферой торговли, которые находятся в непосредственной близости к тому, что называется потребительским рынком, на котором работают местные предприниматели, и услугами которого, пользуются обычные граждане.

На муниципальном уровне управление сферой муниципальной торговли и защита прав потребителей осуществляется в соответствии с Федеральным законом от 6 октября 2003 г. № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления»¹, Федеральным законом от 27 июля 2010 № г. 210-ФЗ «Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг»², и Постановлениями глав муниципальных образований.

¹ Федеральный закон «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» от 06.10.2003 № 131-ФЗ // СЗ РФ. 2003. № 40. Ст. 3822.

² Федеральный закон «Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг» от 27.07.2010 № 210-ФЗ // СЗ РФ. 2010. № 31. Ст. 4179.

Так на муниципалитеты возложены такие обязанности как: работа с обращениями, жалобами граждан относительно всего того, что касается качества продаваемых на местных рынках товаров и оказания услуг; меры законодательного регулирования и муниципальное управление торговлей; муниципальный контроль в области торговли; оказание консультативной помощи по составлению претензий и исковых заявлений в суды в целях защиты прав потребителей.

Также существует и особый порядок, когда муниципальный контроль торговой деятельности осуществляется через право выдачи предписания о приостановлении (прекращения) продажи товаров (выполнения работ, оказания услуг), не сопровождающихся достоверной или достаточной информацией, или с просроченными сроками годности, или без сроков годности, если установление этих сроков обязательно. В случае невыполнения хозяйствующим субъектом выданных предписаний, органы местного самоуправления по защите прав потребителей вправе обратиться в суд с иском в защиту неопределенного круга потребителей, либо о признании действий продавца (изготовителя, исполнителя) противоправными в отношении неопределенного круга потребителей и прекращении этих действий.

Как определено законодательством и принято в российской практике, непосредственно муниципальный контроль в торговле на территории конкретного муниципального поселения осуществляет структурное подразделение администрации города или поселка. Это департаменты, отделы, комитеты или комиссии.

На территории муниципальных образований в структуре органов исполнительной власти могут создаваться и специализированные подразделения, осуществляющие проведение единой политики в сфере торговли, бытового обслуживания и пищевой промышленности. Кроме этого, немаловажная роль по созданию и контролю соблюдения прав потребителей и регулированию сферы торговли в муниципальном образовании, лежит на

местных законодательных органах – Городские Думы, поселковые комитеты и так далее.

Помимо непосредственного контроля и регулирования местного рынка и торговли властями, в сегодняшнем информационном обществе все большую роль играют неформальные сообщества и объединения граждан, в том числе и через интернет. Благодаря этим социальным независимым объединениям граждан, местные органы власти получают больше объективной информации о состоянии дел в сфере торговли, и могут принять более эффективные и упреждающие меры.

В завершение следует отметить, что характеризуя деятельность органов государственного регулирования в торговле, можно считать ее слабовыраженной и не имеющей точных стратегических целей развития. Тем не менее, важно, чтобы контроль (надзор) в области торговой деятельности осуществлялся совместно на всех уровнях.

Говоря о мерах по развитию торговых сетей, прежде всего, следует отметить, что цель развития таких сетей состоит в достижении нормативов минимальной обеспеченности населения площадью торговых объектов – основных критериев оценки доступности продовольственных и непродовольственных товаров для населения и удовлетворения спроса на такие товары. Что касается собственно мер, направленных на развитие торговой деятельности, то они предусмотрены главой 4 Закона о торговой деятельности.

Среди предусмотренных мер целесообразно отметить следующие:

– органами местного самоуправления предусматривается строительство, размещение торговых объектов в документах территориального планирования, правилах землепользования и застройки, а также разрабатываются и утверждаются схемы размещения нестационарных торговых объектов;

– органами исполнительной власти субъектов Российской Федерации и местного самоуправления могут быть разработаны соответственно региональные и муниципальные программы по развитию торговли;

– могут утверждаться нормативы минимальной обеспеченности населения площадью торговых объектов, введение которых не выступает в качестве основания для того, чтобы пересмотреть размещение стационарных, нестационарных торговых объектов, строительство или реконструкция которых начаты либо завершены до их утверждения.

Эффективность таких мер оценивается исходя из ряда показателей, касающихся достижения установленных нормативов минимальной обеспеченности населения площадью торговых объектов; повышения доступности товаров для населения; формирования торговой инфраструктуры с учетом видов и типов торговых объектов, форм и способов торговли, потребностей населения.

Дополнительно следует сказать о Стратегии развития торговли в Российской Федерации на 2015 – 2016 годы и период до 2020 года¹. Данная стратегия направлена на развитие многоформатных торговых сетей, снижение административных барьеров и стимулирование предпринимательской инициативы. Реализация Стратегии была намечена в два этапа: 2015 – 2016 годы и 2017 – 2020 годы.

Так, на первом этапе планировали корректировку нормативной правовой базы, стимулирование развития саморегулирования в торговых сетях, модернизацию информационных ресурсов о торговых сетях и так далее. В свою очередь на втором этапе должны были быть реализованы мероприятия, которыми обеспечивается достижение скорректированных целевых индикаторов, и завершено формирование инфраструктурных преобразований.

Тем не менее, по прошествии первого этапа реализованы не все меры по развитию торговли. До сих пор ожидают, что реализацией Стратегии в отношении отечественных товаропроизводителей будут предоставлены диверсифицированные и доступные каналы по сбыту продукции. Сказанное в свою очередь – необходимое условие импортозамещения.

¹ Приказ Министерства промышленности и торговли Российской Федерации от 25.12.2014 № 2733 «Об утверждении Стратегии развития торговли в Российской Федерации на 2015 – 2016 годы и период до 2020 года» // Справочно-правовая система «Гарант».

Для выявления и усиления наиболее эффективных направлений развития, принимаемые меры по развитию торговой деятельности должны учитывать статистические данные за прошедшие периоды.

Так, например, по данным Федеральной службы государственной статистики оборот розничной торговли в октябре 2017 года составил 24 триллиона рублей. Это на 1% больше, чем в предыдущем году. Предположительно, что в 2018 году общий объем розницы увеличится еще от 1,6 до 2,8%. Индекс потребительского доверия составил 41 пункт в сентябре и 47 пунктов в августе – самые высокие показатели с конца 2014 года. Другими словами, количество покупаемых товаров постепенно увеличивается¹.

В силу того, что розничная торговля (ритейл) в России – это один из важнейших двигателей экономического роста экономики страны, представляется необходимым рассмотреть перспективы развития данного направления торговой деятельности более подробно.

В любом случае процесс развития торговой деятельности должен быть главным образом ориентирован на клиента и его потребности. В 2018 году на этом фоне играют все большую роль технологии, связанные со сбором данных и их анализом. Активное отслеживание пользователей будут внедрять не только онлайн-продавцы, но и реальные точки продаж. За пределами интернета это можно делать при помощи скидочных купонов, карт лояльности и опросов. С интернетом проще – здесь решает грамотно настроенная аналитика.

Более того, в настоящее время границы между онлайн и оффлайн торговлей стираются. Современный потребитель не расстается со своим смартфоном: в интернете подбирает товар, сравнивает с ценами конкурентов, изучает всю необходимую информацию. Многие магазины, следуя этой тенденции рынка, становятся омниканальными. Они объединяют онлайн и оффлайн торговлю в единую торговую площадку: одинаковое оформление; цены; акции; ассортимент.

¹ Оборот розничной торговли [Электронный ресурс] URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/rates/55a8a2004a41fbc7bdd3bf78e6889fb6.

Раньше для реализации такой задачи требовалась разработка индивидуальной IT-системы для каждого отдельного магазина. Это было доступно только крупным ритейлерам. Сейчас недорогие технологии доступны и малому бизнесу.

На сегодняшний день для торговли важную роль играет территориальная близость. Покупатель предпочитает удовлетворять потребности ближе к месту проживания, чтобы не тратить время на дорогу. Удобство и комфорт процесса покупок выходит на первый план. Главным конкурентным преимуществом мега-центров была цена, но сейчас это преимущество имеют и онлайн-магазины. Сегодня покупатели предпочитают простоту и эффективность в форме небольших магазинов.

Рациональный подход смещает бесконтрольное желание покупать много. Выверенный ассортимент является одним из ключевых факторов в повышении лояльности покупателей и увеличении продаж. Происходит смещение в сторону специализированных магазинов, которые фокусируются на определенных категориях товаров. Примером таких магазинов могут быть бутики натуральной косметики или местной продукции.

Таким образом, рынок ритейла развивается и сегодня покупателю важно: индивидуальный подход; территориальная близость; качество продукции и сервис; мобильность¹.

Обобщая сказанное, видится необходимым совершенствовать и выбирать меры по развитию торговых сетей исходя из многих факторов. Прежде всего, важно учитывать потребности общества в целом, и отдельных покупателей в частности. Далее не менее важны статистические показатели и их анализ. На основании этого и иных условий в свою очередь и должны разрабатываться соответствующие планы и программы.

В завершение главы следует подчеркнуть, что развитие торговой деятельности – это, бесспорно, важное направление, однако такое развитие

¹ См.: Суркова С.А. Ритейл: что нужно бизнесу и государству? // Стандарты и качество. 2016. № 8. С. 83.

должно соответствовать существующим требованиям и мерам по организации. Сказанное выявляет необходимость не только постоянного государственного контроля торговли, но и выявления дальнейших перспектив в данной области.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Подводя итог вышеизложенному, можно сделать следующие выводы и предложения.

Законодательство о регулировании торговой деятельности в России требует доработки, для устранения в теории и практике проблем в ходе толкования такого понятия, как «субъекты торговой деятельности». В силу сказанного, предлагается в качестве субъектов торговой деятельности понимать хозяйствующих субъектов оптовой и розничной торговли, которыми непосредственно осуществляется торговая деятельность и которые зарегистрированы в установленном законом порядке. Помимо сказанного, обоснованной видится необходимость сформулировать определение хозяйствующего субъекта в рамках Закона о торговой деятельности, которое вполне может быть аналогичным определению из Федерального закона «О защите конкуренции».

В свою очередь, торговая сеть – это совокупность предприятий по продаже товаров населению и снабжению ими торговых организаций.

Говоря о видах торговых сетей, следует отметить, что классификацию можно провести по различным основаниям. Так торговые сети разделяются в зависимости от характера продаваемых товаров (продовольственные, непродовольственные и смешанные), по формату торговли (гипермаркет, супермаркет, минимаркет, прилавочная форма торговли), по количеству торговых марок в ассортименте (монобрендовая, мультибрендовая), по уровню цен.

Анализ состояния розничной торговой сети в России показывает, что в настоящее время большую долю рынка составляют универсальные, смешанные магазины. Специализированных магазинов в России намного меньше. Не выдержав конкуренции с другими магазинами, они в какой-то момент стали расширять свой ассортимент, что отрицательно сказалось на общей культуре

организации их торговли. В свою очередь специализированные магазины имеют ряд преимуществ перед универсальными и комбинированными.

Говоря о правовом регулировании отношений в сфере деятельности торговых сетей, следует отметить, что наивысшую юридическую силу имеет Конституция Российской Федерации. Особое место также занимает ГК РФ, призванный урегулировать все общественные отношения в сфере гражданского оборота и являющийся исходной базой для развития всего текущего законодательства применительно к различным сферам деятельности, в том числе и торговой.

В настоящее время в сфере деятельности торговых сетей действуют правовые нормы в области стандартизации, метрологии, сертификации и защиты прав потребителей, закрепленные в соответствующих законах.

Несмотря на многочисленность нормативных актов, регулирующих данную область, центральное место занимает принятый после многолетнего и весьма бурного обсуждения, ранее названный Закон о торговой деятельности. Он представляет собой результат нелегкого компромисса между продовольственным и торговым бизнесом, поскольку на протяжении длительного времени сетевые торговые организации доминировали над переработчиками и поставщиками продовольственных товаров.

Законом о торговой деятельности закреплен перечень методов государственного регулирования торговой деятельности, отражающий предпосылки принятия настоящего закона (часть 1 статьи 4).

В части 1 статьи 4 Закона о торговой деятельности закреплены только те методы государственного регулирования торговой деятельности, которые прямо согласуются с целями данного федерального закона, указанными в части 2 статьи 1, и которые частично совпадают с целями государственного регулирования. В рассматриваемом законе нет реальных мер, формально сдерживающих развитие системы государственного регулирования торговой деятельности и обеспечивающих реализацию гарантий использования

государством только методов, которые предусмотрены федеральными законами.

Самое главное требование, которое предъявляется к осуществлению деятельности торговых сетей – это ее безопасность. Данное требование прописано во всех нормативных документах. Под безопасностью в торговле понимается отсутствие недопустимого риска для жизни, здоровья и имущества потребителей в момент и после приобретения товаров и услуг. Так же важнейшим требованием к организации деятельности торговых сетей является четкое выполнение положений изложенных в нормативно-правовых актах России и нормативных документах федеральных органов исполнительной власти. Ряд требований касается мест размещения и оснащения торговых предприятий, торгово-технологического оборудования.

На сегодняшний день особенности антимонопольного регулирования торговой деятельности предусмотрены главой 3 Закона о торговой деятельности, где установлен ряд запретов и ограничений в договорной практике торговых сетей и поставщиков, исходя из того, что торговые сети обладают рыночной властью и способны оказывать влияние на рынок розничной торговли, а, следовательно, формировать негативную договорную практику с поставщиками.

Важно обратить внимание на то, что санкции за нарушения Закона о торговой деятельности очень существенные и не дифференцируются от оборота компании. Представляется верным внести поправки в КоАП РФ в части исчисления размера штрафов от суммы выручки торговой сети по аналогии со штрафами за нарушения антимонопольного законодательства (статьи 14.31 – 14.33 КоАП РФ), что позволит обеспечить равный подход к мелким и крупным торговым сетям.

В настоящее время основной задачей, как представляется, направленной на повышение эффективности правового регулирования деятельности торговых сетей, является проведение кодификации торгового законодательства. Принятие торгового кодекса позволило бы ликвидировать

существующие пробелы в нормативном правовом регулировании коммерческих отношений, повысить социальную значимость торговли, систематизировать торговое законодательство. Так, правовой статус многих субъектов оптовой торговли, реально существующих на рынке, вообще ничем не урегулирован. Это касается дилеров, дистрибьютеров, торговых домов и так далее.

Обобщая сказанное, видится необходимым совершенствовать и выбирать меры по развитию торговых сетей исходя из многих факторов. Прежде всего, важно учитывать потребности общества в целом, и отдельных покупателей в частности. Далее не менее важны статистические показатели и их анализ. На основании этого и иных условий в свою очередь и должны разрабатываться соответствующие планы и программы.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

РАЗДЕЛ I НОРМАТИВНЫЕ ПРАВОВЫЕ АКТЫ
И ИНЫЕ ОФИЦИАЛЬНЫЕ АКТЫ

- 1 Конституция Российской Федерации, принята всенародным голосованием 12.12.1993 // Российская газета. 25.12.1993. № 237.
- 2 Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 № 195-ФЗ // СЗ РФ. 2002. № 1 (ч. 1). Ст. 1.
- 3 Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ // СЗ РФ. 1994. № 32. Ст. 3301.
- 4 Федеральный закон «О внесении изменений в Федеральный закон «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» и Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях» от 03.07.2016 № 273-ФЗ // СЗ РФ. 2016. № 27 (ч. 1). Ст. 4206.
- 5 Федеральный закон «О стандартизации в Российской Федерации» от 29.06.2015 № 162-ФЗ // СЗ РФ. 2015. № 27. Ст. 3953.
- 6 Федеральный закон «Об актуарной деятельности в Российской Федерации» от 02.11.2013 № 293-ФЗ // СЗ РФ. 2013. № 44. Ст. 5632.
- 7 Федеральный закон «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в связи с принятием Федерального закона «Об организованных торгах» от 21.11.2011 № 327-ФЗ // СЗ РФ. 2011. № 48. С. 6728.
- 8 Федеральный закон «Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг» от 27.07.2010 № 210-ФЗ // СЗ РФ. 2010. № 31. Ст. 4179.
- 9 Федеральный закон «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» от 28.12.2009 № 381-ФЗ // СЗ РФ. 2010. № 1. Ст. 2.

- 10 Федеральный закон «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля» от 26.12.2008 № 294-ФЗ // СЗ РФ. 2008. № 52 (ч. 1). Ст. 6249.
- 11 Федеральный закон «Об обеспечении единства измерений» от 26.06.2008 № 102-ФЗ // СЗ РФ. 2008. № 26. Ст. 3021.
- 12 Федеральный закон «О защите конкуренции» от 26.07.2006 № 135-ФЗ // СЗ РФ. 2006. № 31 (ч. 1). Ст. 3434.
- 13 Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ // СЗ РФ. 2006. № 12. Ст. 1232.
- 14 Федеральный закон «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности» от 08.12.2003 № 164-ФЗ // СЗ РФ. 2003. № 50. Ст. 4850.
- 15 Федеральный закон «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» от 06.10.2003 № 131-ФЗ // СЗ РФ. 2003. № 40. Ст. 3822.
- 16 Федеральный закон «О несостоятельности (банкротстве)» от 26.10.2002 № 127-ФЗ // СЗ РФ. 2002. № 43. Ст. 4190.
- 17 Федеральный закон «О качестве и безопасности пищевых продуктов» от 02.01.2000 № 9-ФЗ // СЗ РФ. 2000. № 2. Ст. 150.
- 18 Федеральный закон «О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения» от 30.03.1999 № 52-ФЗ // СЗ РФ. 1999. № 14. Ст. 1650.
- 19 Федеральный закон «Об оценочной деятельности в Российской Федерации» от 29.07.1998 № 135-ФЗ // СЗ РФ. 1998. № 31. Ст. 3813.
- 20 Федеральный закон «О военно-техническом сотрудничестве Российской Федерации с иностранными государствами» от 19.07.1998 № 114-ФЗ // СЗ РФ. 1998. № 30. Ст. 3610.
- 21 Федеральный закон «О рынке ценных бумаг» от 22.04.1996 № 39-ФЗ // СЗ РФ. 1996. № 17. Ст. 1918.

- 22 Закон РФ «О защите прав потребителей» от 07.02.1992 № 2300-1 // СЗ РФ. 1996. № 3. Ст. 140.
- 23 Постановление Правительства Российской Федерации «Об утверждении Правил комиссионной торговли непродовольственными товарами» от 06.06.1998 № 569 // СЗ. 1998. № 24. Ст. 2733.
- 24 Постановление Правительства Российской Федерации «Об утверждении Правил продажи отдельных видов товаров, перечня товаров длительного пользования, на которые не распространяется требование покупателя о безвозмездном предоставлении ему на период ремонта или замены аналогичного товара, и перечня непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих возврату или обмену на аналогичный товар других размера, формы, габарита, фасона, расцветки или комплектации» от 19.01.1998 № 55 // СЗ РФ. 1998. № 4. Ст. 482.
- 25 Постановление Правительства Российской Федерации «Об утверждении Правил продажи товаров по образцам» от 21.07.1997 № 918 // СЗ РФ. 1997. № 30. Ст. 3657.
- 26 Приказ Министерства промышленности и торговли Российской Федерации от 25.12.2014 № 2733 «Об утверждении Стратегии развития торговли в Российской Федерации на 2015 – 2016 годы и период до 2020 года» // Справочно-правовая система «Гарант».

РАЗДЕЛ II ПОСТАНОВЛЕНИЯ ВЫСШИХ СУДЕБНЫХ ИНСТАНЦИЙ И МАТЕРИАЛЫ ЮРИДИЧЕСКОЙ ПРАКТИКИ

- 1 Постановление Федерального арбитражного суда Северо-Западного округа от 22.11.2010 г. по делу № А13-1342/2010 // Справочно-правовая система «Гарант».
- 2 Постановление Арбитражного суда Московского округа от 27.07.2015 г. по делу № А41-63451/2014 // Справочно-правовая система «Гарант».

- 3 Постановление Арбитражного суда Северо-Кавказского округа от 17.07.2017 г. по делу № А32-40945/2017 // Справочно-правовая система «Гарант».
- 4 Постановление Девятого арбитражного апелляционного суда от 06.10.2017 г. по делу № А40-66652/17 // Справочно-правовая система «Гарант».
- 5 Определение Управления Федеральной антимонопольной службы по Челябинской области от 15.07.2015 г. по делу № 28/2015 [Электронный ресурс] URL: <http://solutions.fas.gov.ru/to/chelyabinskoe-ufas-rossii/28-2015-46e3e21f-c85d-42c9-b139-9702>.
- 6 Решение Управления Федеральной антимонопольной службы по Челябинской области от 13.01.2016 г. по делу № 03-06/2015 [Электронный ресурс] URL: <http://solutions.fas.gov.ru/to/chelyabinskoe-ufas-rossii/03-06-15-5da07405-0918-4fda-b261-1e90d09549e1>.
- 7 Решение Управления Федеральной антимонопольной службы по Челябинской области от 18.01.2017 г. по делу № 05-03/2017 [Электронный ресурс] URL: <http://solutions.fas.gov.ru/to/chelyabinskoe-ufas-rossii/-7fb811c6-9b67-4be8-936b-92473d4b54>.
- 8 В 14 муниципальных образованиях Челябинской области отдельными торговыми сетями превышена доля на рынке в 25% [Электронный ресурс] URL: <http://chel.fas.gov.ru/news/23541>.
- 9 Доклад Челябинского УФАС России к Публичному обсуждению результатов правоприменительной практики за 2 квартал 2017 года [Электронный ресурс] URL: <http://chel.fas.gov.ru/analytic/23558>.
- 10 Оборот розничной торговли [Электронный ресурс] URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/rates/55a8a2004a41fbc7bdd3bf78e6889fb6.
- 11 С ограничением на продукты с пальмовым маслом и ГМО придется повременить [Электронный ресурс] URL:

<https://www.pnp.ru/economics/2017/02/09/s-ogranicheniem-na-produkty-s-palmovym-maslom-i-gmo-pridyotsya-povremenit.html>.

- 12 Челябинское УФАС России установило несоответствие Закону о торговле условий отбора поставщиков в торговую сеть «Ариант» [Электронный ресурс] URL: <http://chel.fas.gov.ru/news/23607>.

РАЗДЕЛ III ИСПОЛЬЗОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА

- 1 Абакумова, Е.Б. Предпринимательское право: курс лекций / Е.Б. Абакумова. Новосибирск: СибАГС, 2016. 195 с.
- 2 Васильев, Г.Н. Правовое регулирование торговой деятельности в Российской Федерации: монография / Г.Н. Васильев. М.: Юристъ, 2014. 126 с.
- 3 Виноградов, В.В. Предпосылки принятия Федерального закона от 28.12.2009 № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» / В.В. Виноградов // Тенденции развития современного общества: материалы межд. науч.-практич. конф. Волжский: ВИЭПП, 2015. С. 209 – 218.
- 4 Виноградов, В.В. Цели государственного регулирования торговой деятельности (на основе Федерального закона от 28.12.2009 № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации») / В.В. Виноградов // Вестник Волжского института экономики, педагогики и права. 2015. № 1. С. 247 – 253.
- 5 Григорович, Е.А. Правовые проблемы понятия субъектов торговой деятельности: монография / Е.А. Григорович. М.: Юристъ, 2014. 152 с.
- 6 Гришина, Я.С. Концептуальная модель правового обеспечения российской социальной торговой деятельности: монография / Я.С. Гришина. М.: Юрлитинформ, 2016. 421 с.

- 7 Гросул, Ю.В. О праве некоммерческих организаций на занятие предпринимательской деятельностью / Ю.В. Гросул // Предпринимательское право. 2013. № 3. С. 27 – 29.
- 8 Дашков, Л.П. Организация и управление коммерческой деятельностью: учебник / Л.П. Дашков, О.В. Памбухчиянц. М.: Дашков и К, 2016. 400 с.
- 9 Драчева, Л.В. Сегмент рыночной торговли – современные ярмарки / Л.В. Драчева // Масложировая промышленность. 2015. № 2. С. 33 – 35.
- 10 Егорова, М.А. Коммерческое право: учебник / М.А. Егорова. М.: Статут, 2013. 640 с.
- 11 Еременко, В.И. Правовое регулирование торговой деятельности в Российской Федерации / В.И. Еременко // Законодательство и экономика. 2011. № 2. С. 21 – 26.
- 12 Закон о торговле: правовой комментарий / под ред. И.В. Цветкова. М.: Альпина Бизнес Букс, 2010. 112 с.
- 13 Зарипова, Р.Р. Понятие «государственный контроль» как правовая категория: некоторые аспекты понимания / Р.Р. Зарипова // Инновационная наука. 2017. № 1. С. 146 – 147.
- 14 Каминка, А.И. Основы предпринимательского права: учебник / А.И. Каминка. М.: Зерцало-М, 2015. 320 с.
- 15 Карпова, Е.В. Проблемы предпринимательского права в торговой деятельности / Е.В. Карпова // Традиционные национально-культурные и духовные ценности как фундамент инновационного развития России. 2017. № 11. С. 55 – 57.
- 16 Кондрушенко, К.М. Стационарная и нестационарная розничная торговля – за и против / К.М. Кондрушенко, Н.В. Манова // Приднепровский научный вестник. 2017. № 1. С. 44 – 49.
- 17 Лаптев, В.В. Субъекты предпринимательского права: учеб. пособие / В.В. Лаптев. М.: Юристъ, 2003. 236 с.
- 18 Лескова, Ю.Г. К вопросу о модернизации правил ГК РФ о юридических лицах / Ю.Г. Лескова // Политематический сетевой электронный журнал

- Кубанского государственного аграрного университета. 2014. № 102. С. 140 – 151.
- 19 Лескова, Ю.Г. Концептуальные и правовые основы саморегулирования предпринимательских отношений: монография / Ю.Г. Лескова. М.: Статут, 2013. 384 с.
 - 20 Лукашова, А.С. Правовой статус нестационарных торговых объектов / А.С. Лукашова // Право и экономика. 2017. № 4. С. 12 – 15.
 - 21 Максаков, В.П. Эффективность государства при ценообразовании / В.П. Маскаков // Государство и право в изменяющемся мире: материалы науч.-практич. конф. Н. Новгород: РГУП, 2017. С. 245 – 251.
 - 22 Невская, О.И. Вывеска как один из способов оформления магазинов розничных сетей / О.И. Невская // Реклама: теория и практика. 2017. № 2. С. 122 – 131.
 - 23 Олейник, О.М. Предпринимательское (хозяйственное) право: учебник / О.М. Олейник. М.: Юристъ, 2014. 666 с.
 - 24 Предпринимательское право: учебник / отв. ред. В.В. Кванина. Челябинск: Феникс, 2018. 428 с.
 - 25 Предпринимательское право: учебник / ред. Н.М. Коршунов, Н.Д. Эриашвили, П.В. Алексей. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2014. 534 с.
 - 26 Предпринимательское право: учеб. пособие / под ред. Т.А. Скворцовой. М.: Юстицинформ, 2014. 402 с.
 - 27 Руденко, Е.Ю. Понятие и правовое регулирование электронной торговли / Е.Ю. Руденко, А.С. Усенко // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. 2015. № 111. С. 708 – 720.
 - 28 Румянцева, Е.Е. Анализ направлений экономической политики: теория и российская практика: монография / Е.Е. Румянцева. М.: Директ-Медиа, 2016. 280 с.
 - 29 Сергеева, Э.В. Административная ответственность за нарушение срока и порядка оплаты товаров (работ, услуг) при осуществлении закупок для

- государственных и муниципальных нужд / Э.В. Сергеева // Государственный и муниципальный финансовый контроль. 2017. № 4. С. 18 – 20.
- 30 Серова, О.А. Классификация юридических лиц: монография / О.А. Серова. М.: ИГ «Юрист», 2009. 232 с.
- 31 Суркова, С.А. Ритейл: что нужно бизнесу и государству? / С.А. Суркова // Стандарты и качество. 2016. № 8. С. 82 – 83.
- 32 Устимова, С.А. Предпринимательское право: учеб. пособие / С.А. Устимова. М.: Юриспруденция, 2016. 246 с.
- 33 Цветков, И.Ю. Закон о торговле: видимость благополучия / И.Ю. Цветков // Конкуренция и право. 2010. № 1. С. 42 – 45.
- 34 Цветков, М.А. Современные стратегические направления развития розничной торговли в России / М.А. Цветков, И.Ю. Цветкова // Актуальные проблемы экономики и управления: сб. науч. статей. Н. Новгород: НИНГУ, 2016. С. 304 – 307.
- 35 Чернецов, В.С. Антимонопольное регулирование деятельности торговых сетей / В.С. Чернецов, Е.В. Григорович // Современное предпринимательство как зеркало реформ российского законодательства: сб. статей. М.: Научный консультант, 2016. С. 275 – 277.
- 36 Шайдуров, И.В. Понятие приносящей доход деятельности некоммерческих организаций / И.В. Шайдуров // Современные тенденции развития науки и технологий. 2015. № 6. С. 138 – 139.
- 37 Шашкова, А.В. Предпринимательское право: учебник / А.В. Шашкова. М.: Юрайт, 2017. 247 с.
- 38 Щур-Труханович, Л.В. Методы государственного регулирования торговой деятельности: оценка полноты и содержания / Л.В. Щур-Труханович // Торговое право. 2012. № 2. С. 11 – 25.
- 39 Экономическая теория. Экономические системы: формирование и развитие: учебник под ред. И.К. Ларионова, С.Н. Сильвестрова. М.: Дашков и К, 2017. 876 с.

- 40 Эриашвили, Н.Д. Предпринимательское право: учебник / Н.Д. Эриашвили, Ф.Г. Мышко, А.В. Барков. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2014. 415 с.