

ПРАВОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ ДОГОВОРА ПОСТАВКИ ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ В ТОРГОВЫЕ СЕТИ

Л.М. Хачатрян, магистрант

Научный руководитель: М.К. Кот, канд. юрид. наук, доцент

Самарский государственный экономический университет
(Россия, г. Самара)

DOI:10.24412/2500-1000-2023-5-5-176-179

Аннотация. В данной статье рассматривается вопрос об особенностях поставки продовольственных товаров в торговые сети. Определяется понятие торговой сети, разбираются правоотношения, возникающие между хозяйствующими субъектами, поставщиками товаров и осуществляющими торговую деятельность. Анализируется законодательство в рассматриваемой сфере и выявляются проблемы, которые возникают в судебных спорах при заключении договора поставки продовольственных товаров в торговые сети и при нарушении антимонопольных правил.

Ключевые слова: продовольственные товары, поставка, хозяйствующий субъект, торговая сеть, антимонопольные правила.

Российская Федерация – социальное государство, политика которого направлена на создание условий, обеспечивающих достойную жизнь и свободное развитие человека [1].

Таким образом, государство гарантирует своим гражданам защиту их прав и интересов, стабильную экономику, достойную оплату труда и пенсию, а также высокий уровень жизни или, иными словами, качество жизни.

Качество жизни можно определить как параметры условий жизни общества в целом и отдельно взятого человека, которая выражается в объективных показателях и субъективных оценках удовлетворения различных потребностей человека.

Если рассматривать все элементы данного понятия, то можно выделить одно немаловажное из них – уровень развития торговли потребительскими товарами. Чем выше данный уровень, тем выше качество жизни.

Развитие торговли подразумевает под собой увеличение ассортимента товаров различных производителей как в целом, так и в отдельно взятой торговой точке, высокое качество продуктов, удобное расположение магазинов относительно места проживания. Немаловажными являются отзывы покупателей об изложенных показателях.

Рассматривая и анализируя современную реальность, можно сделать вывод, что значительное количество покупателей отказались от розничных рынков и ярмарок или используют их крайне редко и отдали свое предпочтение крупным магазинам или торговым сетям. Данные изменения обусловлены расширением торговых сетей, удобством расположения, а также возможностью приобрести любой товар в одном месте.

Об этом свидетельствует статистика, которая показывает увеличение оборота выручки торговых сетей в среднем на 7-10% каждый год (Объем всех реализованных продовольственных товаров (тыс. рублей) [2]:

2018 год – 13082343883,0;

2019 год – 13995973403,2;

2020 год – 14415897159,8;

2021 год – 16021354010,7;

2022 год – 18183367729,9.

Необходимо рассмотреть понятие «торговая сеть». Торговая сеть отвечает следующим признакам:

- 1) объединение двух или более объектов торговли;
- 2) принадлежат одному или нескольким хозяйствующим субъектам;
- 3) указанные субъекты входят в одну группу лиц;

4) или торговые объекты используются под единым коммерческим обозначением или иным средством индивидуализации [3].

Из изложенного можно сделать вывод, что торговые сети набирают популярность у покупателей, а соответственно становятся выгодным контрагентом для хозяйствующих субъектов, осуществляющих поставки продовольственных товаров в связи с большим объемом поставок продукции и получении значительной прибыли.

Все указанные обстоятельства приводят к увеличению связей между малым, средним и крупным бизнесами, что повышает уровень конкуренции, в том числе недобросовестной, а в некоторых случаях и дискриминации. В связи с этим необходимо подробнее рассмотреть правовые вопросы и особенности поставки продовольственных товаров в торговые сети.

Стоит отметить, что первые проблемы правового регулирования торговых сетей и вмешательства в деятельность хозяйствующих субъектов стали обсуждаться в 2008 г. в период мирового экономического кризиса 2008 г., который вызвал отток капитала из страны, с последующим обвалом курса рубля [4]. Именно с этого момента стали предприниматься попытки внести изменения в специальные нормы законодательства, которые должны были улучшить положение. О самом правовом регулировании будет указано далее.

Общие нормы, регулирующие вопрос поставки товара содержатся в Гражданском кодексе РФ, в которых дается общее понятие договора поставки и условия его заключения. Исходя из сути определения можно отметить, что поставщик (продавец) передает товар в оговоренные сторонами сроки, а покупатель приобретает и принимает их для использования в предпринимательской деятельности [5].

В случае заключения договора поставки продовольственных товаров также применяются данные положения, но с учетом особенностей, установленных специальными нормами – Федеральным законом от 28.12.2009 № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой дея-

тельности в Российской Федерации», а именно ст. ст. 9 и 13 указанного закона.

В рассматриваемых нормах содержится собственная регламентация договора поставки, которая частично отличается от той, что указана в гражданском законодательстве или, иными словами, имеет свои особенности. Выделение положений о договорах поставки продовольственных товаров в торговые сети обусловлено быстрым изменением экономики, в частности торговли, которая с каждым днем расширяется и вносит нововведения. К таким особенностям можно кратко отнести:

- Хозяйствующий субъект, осуществляющий торговую деятельность, или наоборот лицо, осуществляющее поставку, в обязательном порядке размещают сведения о требованиях к контрагентам в открытом доступе – на своей сайте в сети «Интернет».

Данные условия вызывали споры и позиция судов до 2018 года была неоднозначной, что приводило к незаконному привлечению хозяйствующих субъектов к административной ответственности.

За неразмещение информации о требованиях, предъявляемых к контрагентам антимонопольный орган привлекал хозяйствующих субъектов к административной ответственности по ч. 1 ст. 14.41 КоАП РФ за непредоставление хозяйствующим субъектом запрашиваемой контрагентом информации при процедуре отбора контрагента [6].

Однако как видно к статье КоАП РФ предусмотрена ответственность за непредоставление информации, а не за ее неразмещение в открытом доступе в сети «Интернет».

Окончательную точку в данном вопросе поставил Верховный суд РФ, который указал на необходимость буквального толкования норм законодательства в целях недопущения разночтения. А также обратил внимание судов на необходимость определять какие действия совершил или не совершил хозяйствующий субъект, так как неразмещение на интернет-сайте необходимой информации, не может быть квалифицировано как противоправное деяние,

ответственность за которое установлена ч. 1 ст. 14.41 КоАП РФ [7].

- Цена договора поставки зависит от цены продовольственных товаров и устанавливается сторонами по согласованию, за исключением случаев, когда федеральным законодательством регулируется цена на тот или иной товар;

- По соглашению сторон в договор поставки может быть внесено условие о вознаграждении хозяйствующего субъекта, осуществляющего торговую деятельность в случае приобретения им у контрагента определенного количества продовольственных товаров;

- и иные особенности, предусмотренные ст. 9 Федерального закона ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в РФ».

В том числе законодателем принимаются все меры для исключения дискриминации сторон, неуважительного отношения, недобросовестной конкуренции. Нормы, регулирующие антимонопольные правила, содержатся в статье 13 рассматриваемого федерального закона.

В первую очередь, необходимо отметить, что по общему правилу торговые сети и поставщики не могут заключать договоры с условием о возврате нереализованных продовольственных товаров, срок годности которых составляет:

- до 30 дней включительно. Запрещено заменять такие товары и возмещать их стоимость (п. 6 ч. 1 ст. 13);

- свыше 30 дней, если условие навязано поставщику (пп. «д» п. 4 ч. 1 ст. 13).

Необходимо отметить, что данные требования действуют в отношении любых торговых сетей независимо от объема их выручки. Данное исключение является немаловажным, так как многие недобросовестные хозяйствующие субъекты с большим объемом выручки навязывают и включают данное условие в договор поставки и пытаются вернуть товар. Из судебной практики следует, что недобросовестные хозяйствующие субъекты, осуществляющие торговую деятельность при рассмотрении дела о взыскании с них оплаты поставленного товара, заявляют встречный иск с требованием вывести не-

проданный товар. Данные действия совершаются в целях снижения предпринимательских рисков торговой сети, но при этом ставят в экономически невыгодное положение поставщиков.

В данном случае суды рассматривают условия договора поставки на их законность и отказывают в удовлетворении требований о возврате товара: «Довод заявителя апелляционной жалобы о согласовании сторонами условия о возврате товара на условиях свободы договора, несостоятелен, поскольку данное условие противоречит действующему законодательству и не подлежит применению» [8]. Таким образом, в первую очередь, должно определяться действующее законодательство в рассматриваемой сфере, затем соответствие договора данным нормам и в случае нарушений, суд встает на сторону лица, чьи права будут нарушены.

К иным антимонопольным правилам можно также отнести:

- запрет на создание дискриминационных условий. Сами условия определяются Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции». В данном случае один или несколько хозяйствующих субъектов не могут быть поставлены в неравное положение по сравнению с другими лицами при доступе на товарный рынок, производстве, обмене, продажи и т.д. [9].

- не препятствовать доступу или выходу на товарный рынок;

- навязывать контрагенту условия, которые будут для него экономически невыгодными и нарушать его права и законные интересы;

- и иные правила, указанные в статье 13 ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в РФ».

Следует отметить, что перечень конкретных форм злоупотребления доминирующим положением указан в статье 10 Федерального закона «О защите конкуренции», который очень похож на указанный выше перечень и также не является исчерпывающим [10].

В связи с вышеизложенным, можно сделать вывод, что включение норм, регулирующих поставку непродовольственных

товаров в торговые сети в отдельный федеральный закон было целесообразным. Данная сфера является обширной и влечет за собой взаимодействие различных субъектов предпринимательства, в которых субъекты крупного бизнеса могут выстав-

лять дискриминационные и неравные условия для иных субъектов. В таком случае важно иметь проработанное законодательство, которое будет защищать интересы всех сторон.

Библиографический список

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020).
2. «Розничная торговля и общественное питание» // Федеральная служба государственной статистики: офиц. сайт. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/statistics/roznichnayatorgovlya/> (дата обращения: 15.05.2023).
3. Федеральный закон от 28.12.2009 № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации».
4. Чеглов В.П. Проблемы регулирования торговой деятельности в Российской Федерации и пути их решения / Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. – 2019. – № 3 (55). – С. 43-50.
5. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14-ФЗ (ред. от 01.07.2021, с изм. от 08.07.2021) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2022).
6. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 № 195-ФЗ.
7. «Обзор судебной практики Верховного Суда Российской Федерации № 1 (2018)» (утв. Президиумом Верховного Суда РФ 28.03.2018).
8. Постановление Десятого арбитражного апелляционного суда от 19.12.2022 № 10АП-25571/2022 по делу № А41-42449/2022.
9. Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции».
10. Карпов Н.Н. Понятие торговой сети в контексте действующего антимонопольного регулирования // Актуальные проблемы российского права. – 2020. – Т. 15. № 8 (17). – С. 118-125.

LEGAL FEATURES OF THE CONTRACT FOR THE SUPPLY OF FOOD PRODUCTS TO RETAIL CHAINS

L.M. Khachatryan, Graduate Student

Supervisor: *M.K. Kot*, Candidate of Legal Sciences, Associate Professor

Samara State University of Economics

(Russia, Samara)

Abstract. This article discusses the issue of the specifics of the supply of food products to retail chains. The concept of a trading network is defined, legal relations arising between economic entities that supply goods and carry out trading activities are analyzed. The legislation in this area is analyzed and the problems that arise in court disputes when concluding a contract for the supply of food products to retail chains and in violation of antitrust rules are identified.

Keywords: food products, delivery, business entity, retail chain, antimonopoly rules.