

0- 786744

На правах рукописи

РЗАЕВ РАВИЛЬ БЕНЯМИНОВИЧ

**ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ СЕТЕВОЙ ТОРГОВЛИ В
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Специальность 12.00.03 - гражданское право;
предпринимательское право; семейное право;
международное частное право

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
кандидата юридических наук



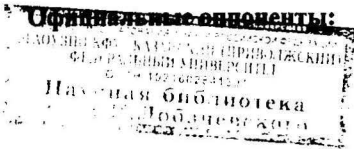
Москва

2011

Диссертация выполнена на кафедре частного права юридического факультета Института экономики, управления и права Государственного образовательного учреждения высшего профессионального образования «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ГУМАНИТАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Научный руководитель:

Доктор юридических наук, профессор
Арсений Арташес Завенович



Доктор юридических наук, профессор
Шпаковский Юрий Григорьевич
Кандидат юридических наук
Богданов Андрей Вячеславович

Ведущая организация:

Московский государственный
университет экономика, статистики и
информатики

Защита состоится 21 февраля 2011 г. в 17.00 часов на заседании Совета по защите докторских и кандидатских диссертаций Д 212.198.11 при Государственном образовательном учреждении высшего профессионального образования «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ГУМАНИТАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» по адресу: 125993, ГСП-3, г. Москва, Миусская пл., д. 6, ауд. 255.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке Государственного образовательного учреждения высшего профессионального образования «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ГУМАНИТАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ».

Автореферат разослан 20 января 2011 г.

Ученый секретарь

Совета по защите докторских и
кандидатских диссертаций Д.212.198.11,
кандидат юридических наук

НАУЧНАЯ БИБЛИОТЕКА КГУ



0000582856

Е.Ю. Князева

I. Общая характеристика работы

Актуальность диссертационного исследования обусловлена тем, что, несмотря на периодические кризисные колебания в сфере национальной и мировой экономики, потребительский спрос на товары неуклонно возрастает.

Кроме того, в российской розничной торговле происходит рост доли сетевых компаний, вытесняющих традиционные формы ее организации, в силу отсутствия должных механизмов государственного регулирования данной сферы деятельности, с целью ориентации развития потребительского рынка регионов на интересы населения.

До недавнего времени правовое регулирование торговли осуществлялось в основном Гражданским кодексом Российской Федерации, который в главе 30 содержит общие положения о купле-продаже, а также о ее разновидностях: розничной купле-продаже; поставке товаров; поставке товаров для государственных или муниципальных нужд; контрактации; энергоснабжении; продаже недвижимости; продаже предприятия. Помимо ГК РФ действуют нормативные правовые акты, регулирующие правоотношения лишь в отдельных сферах торговой деятельности: Закон РФ «О защите прав потребителей», Федеральный закон «О техническом регулировании», Федеральный закон «О защите конкуренции», Федеральный закон «О качестве и безопасности пищевых продуктов», Федеральный закон «О товарных биржах и биржевой торговле», и др.

Однако указанные акты не регулируют в виде единого комплексного акта многие вопросы, возникающие непосредственно в торговой деятельности, в частности, оптовую куплю-продажу, проблемы взаимоотношения органов государственной власти различных уровней с предпринимателями в сфере торговли и т.д. Купля-продажа через торговые сети также до недавнего времени не являлась предметом регулирования законодательства.

В настоящее время принят и действует Федеральный закон «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации»¹, который был принят в конце 2009 года после продолжительных и сложных дискуссий в комитетах Государственной Думы РФ, средствах

¹ Федеральный закон от 28.12.2009 № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» // СЗ РФ, 04.01.2010, № 1, ст. 2

массовой информации, у представителей общественности и деловых кругов, который и после принятия вызывает достаточно большое количество нареканий со стороны предпринимателей.

Данный закон определяет основы государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации и регулирует отношения, возникающие между органами государственной власти, органами местного самоуправления и хозяйствующими субъектами в связи с организацией и осуществлением торговой деятельности, а также отношения, возникающие между хозяйствующими субъектами при осуществлении ими торговой деятельности. В большей степени закон направлен на создание правовых условий взаимодействия поставщиков и розничных торговых сетей, а также содержит довольно жесткие нормы антимонопольного регулирования торговой деятельности.

Не вызывает сомнения факт того, что государственное регулирование в торговле имеет особое значение ввиду многочисленных злоупотреблений в вопросах ценообразования и обеспечения качества и безопасности товаров, выявленных в последнее время. Государственное воздействие на различные аспекты торговой деятельности необходимо, поскольку только государство имеет регулятивные инструменты по обеспечению конкуренции в торговле и защиты прав потребителей.

Такой вид торговли как сетевая торговля является одним из современных направлений инновационной экономики, развивающейся в сфере обращения товаров и услуг. Однако следует отметить, что увеличение количества сетевых магазинов и рост их оборота означает не простое перераспределение рынка, а коренное изменение его структуры, когда с рынка вытесняются малые или средние предприниматели, осуществляющие торговую деятельность, и навязывается иная культура потребления.

Неурегулированность правовых аспектов сетевой торговли обуславливает возникновение проблем во взаимоотношениях торговых сетей с поставщиками и потребителями товаров, органами государственной власти и местного самоуправления.

При этом, при всей своевременности и значимости новый Федеральный закон «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» не дает полного и комплексного регулирования

сетевой торговли. Так, не сформулировано определение сетевой торговли, ее отличительные характеристики, не решены вопросы саморегулирования торговых организаций, не урегулированы проблемы взаимоотношений между продавцами и покупателями товаров и др.

Вышеуказанные обстоятельства, а также некоторые правовые проблемы обеспечения деятельности такого важного субъекта торговой деятельности как торговые сети, отсутствие законодательного закрепления правовых элементов сетевой торговли в Российской Федерации, предопределили выбор темы и обусловили актуальность и значимость настоящего диссертационного исследования.

Степень научной разработанности темы. В настоящее время комплексное исследование правового регулирования сетевой торговли в Российской Федерации на монографическом уровне отсутствует.

Торговая деятельность в целом в качестве купли-продажи в гражданском праве имеет достаточно обширную историю правового исследования, в том числе и отдельных вопросов ее осуществления. Среди правоведов - апологетов гражданского права, работы которых были посвящены правовому анализу сущности купли-продажи, следует выделить следующих авторов:

- дореволюционных: Н.Л. Дювернуа, Д.И. Мейера, К.П. Победоносцева, И.А. Покровского, В.И. Синайского, Г.Ф. Шершеневича, и др.

- советских: М.М. Агаркова, С.Н. Братуся, В.П. Грибанова, И.С. Гуревича, А.В. Дозорцева, О.С. Иоффе, Е.С. Компанец, О.А. Красавчикова, Л.А. Лунца, И.Б. Новицкого, Э.Г. Полонского, В.А. Тархова, Е.А. Флейшиц, Р.О. Халфину и др.

- современных: Т.Е. Абовой, С.С. Алексеева, М.И. Брагинского, В.В. Витрянского, А.М. Гатина, Б.М. Гонгало, С.П. Гришаева, А.Ю. Кабалкина, Н.И. Клейна, Т.Л. Левшиной, В.П. Мозолина, Д.В. Мурзина, О.М. Олейник, М.Г. Розенберга, О.Н. Садикова, С.А. Степанова, Е.А. Суханова, В.В. Чубарова, Ю.С. Харитоновой, А.Е. Шерстобитова, А.М. Эрделевского, и др.

Торговой деятельности как институту предпринимательского и коммерческого права посвящены работы таких авторов, как: В.К. Андреев, В.С. Белых, О.А. Беляева, А.Н. Борисов, Н.В. Вознесенский, Е.П. Губин, Н.Ю. Круглова, Ю.А. Метелева, А.П. Овечкин, Е.В. Павлодский, А.М. Партин, Я.Е.

Парций, В.Ф. Попондопуло, Б.И. Пугинский, Е.В. Романова, А.В. Сутягин, Л.В. Щур-Груханович, и др.

Торговая деятельность, в том числе в сфере осуществления сетевой торговли, была объектом исследования диссертационных работ по юридическим и экономическим специальностям следующих авторов: А.Я. Гусейнова, С.А. Намашко, В.А. Самары, Т.Н. Свиридовой, Д.А. Сукиасяна, Н.Ю. Хорошавиной, Л.А. Хасиса, В.С. Хурцилавы, И.С. Шульженко, и др.

Следует отметить, что несмотря на большое количество работ по экономике и юриспруденции в сфере исследования торговой деятельности, какое-либо комплексное исследование правовых аспектов сетевой торговли в условиях изменения российского законодательства отсутствует, что еще раз доказывает необходимость проведения настоящего исследования.

Объект исследования. Объектом исследования являются общественные отношения, возникающие в процессе правового регулирования сетевой торговли в Российской Федерации.

Предмет исследования. Предметом исследования является правовые нормы, регулирующие правовые аспекты осуществления сетевой торговли в Российской Федерации, а также правовое положение торговых сетей и порядок их взаимодействия с различными субъектами правоотношений.

Цель диссертационного исследования заключается в том, чтобы на основе научно-практического анализа отдельных аспектов осуществления торговой деятельности в Российской Федерации исследовать основные теоретические и практические проблемы правового регулирования сетевой торговли в Российской Федерации, а также предложить и обосновать пути совершенствования законодательства в этой сфере.

Для достижения указанной цели поставлены следующие **задачи диссертационного исследования:**

1. Проанализировать понятие сетевой торговли.
2. Провести историко-правовой анализ развития сетевой торговли.
3. Охарактеризовать методы и способы правового регулирования отношений в сфере сетевой торговли.
4. Исследовать правовой статус и некоторые аспекты организации деятельности торговых сетей.

5. Определить правовые аспекты антимонопольного регулирования функционирования торговых сетей в России.

6. Проанализировать систему правоотношений торговых сетей с различными субъектами в сфере сетевой торговли.

7. Выявить правовые проблемы, предложить и обосновать пути совершенствования законодательства в сфере правового регулирования сетевой торговли в Российской Федерации.

Методологическая основа диссертационного исследования. С целью получения максимально объективных данных об исследуемом предмете автор базировал свое исследование на общенаучных методах, таких как индукция, дедукция, анализ, синтез.

Кроме того, автором применялись сравнительно-правовой, историко-правовой, формально-логический, комплексный, диалектический, системного анализа, метод правового моделирования и другие методы.

Теоретическую основу исследования составляют научно-теоретические разработки ученых-правоведов в рассматриваемой сфере. Исследование поставленных задач осуществлялось на основе анализа литературы по вопросам правового обеспечения торговой деятельности в целом, и отдельных аспектов сетевой торговли, в том числе в сфере организации функционирования торговых сетей. Положения диссертации соотносятся с мнениями и суждениями известных ученых, специалистов в области правового регулирования торговой деятельности и сетевой торговли в России, например, А.Н. Борисова, С.П. Гришаева, Б.И. Пугинского, Л.В. Щур-Трухановича и др.

Нормативную базу исследования составили Конституция Российской Федерации, Гражданский кодекс Российской Федерации, федеральные законы, в том числе Федеральный закон «О государственном регулировании торговой деятельности в Российской Федерации», Закон РФ «О защите прав потребителей» и др., указы Президента Российской Федерации, постановления Правительства Российской Федерации, ведомственные нормативные правовые акты, в частности, Министерства торговли и промышленности Российской Федерации, и иные акты, регулирующие объект диссертационного исследования.

Эмпирическую базу исследования составили судебнo-арбитражная практика по вопросам исследуемой тематики, а также материалы научно-практических конференций и семинаров, доклады, дискуссии, отражающие точки зрения их участников по различным аспектам проблем в сфере торговой деятельности.

Научная новизна диссертационного исследования состоит в комплексном и многостороннем подходе автора к исследованию правового регулирования сетевой торговли в Российской Федерации.

В диссертации сформулировано понятие сетевой торговли, и обосновано предложение о его включении в действующее законодательство в сфере торговой деятельности.

Обоснована авторская система методов правового регулирования торговой деятельности в целом и сетевой торговли в частности за счет применения методов государственного регулирования и саморегулирования. Доказана необходимость создания и правового обеспечения функционирования саморегулируемых организаций субъектов торговой деятельности, а также предложена примерная структура соответствующих положений закона.

Сформулированы авторские теоретико-правовые конструкции субъектов торговой деятельности, торговой сети, которые целесообразно закрепить на законодательном уровне. Сделаны предложения по совершенствованию антимонопольного регулирования торговой деятельности и повышению эффективности взаимоотношений торговых сетей с различными субъектами торговых правоотношений.

Научная новизна исследования нашла свое отражение в положениях, выносимых на защиту:

1. На основе исследования правовой сущности торговой деятельности и ее видов сформулировано определение сетевой торговли, под которой предложено понимать *вид предпринимательской деятельности, связанный с приобретением и продажей товаров, осуществляемый торговыми сетями в соответствии с законодательством Российской Федерации.*

По причине недостаточного правового регулирования института сетевой торговли, предложено внести изменения в ст. 2 Федерального закона «О

государственном регулировании торговой деятельности в Российской Федерации» и включить данное определение в содержание указанной статьи.

Поскольку согласно ст. 46 Федерального закона «О техническом регулировании»² применение ГОСТа Р 51303-99 «Торговля. Термины и определения», утвержденного Постановлением Госстандарта РФ от 11.08.1999 № 242-ст, является обязательным для всех субъектов торговой деятельности, обоснована необходимость включения понятия «Сетевая торговля» также в положения данного ГОСТа.

2. Обоснована авторская система методов правового регулирования торговой деятельности в целом и сетевой торговли в частности:

- методы государственного регулирования:

➤ общие методы: государственная регистрация субъектов торговой деятельности; государственная поддержка малых предпринимателей, осуществляющих торговую деятельность; установление требований к организации и осуществлению торговой деятельности; антимонопольное регулирование торговой деятельности; информационное обеспечение в области торговой деятельности; государственный и муниципальный контроль (надзор) в области торговой деятельности и др.

➤ специальные методы: организация и осуществление торговли отдельными видами товаров; лицензирование отдельных видов торговой деятельности отдельными видами товаров; государственное регулирование цен на отдельные виды товаров; сертификация, маркирование отдельных видов товаров; непосредственное ограничение оборота отдельных видов (в частности, оружия, наркотических средств и психотропных веществ) и др.

- саморегулирование - самостоятельная и инициативная деятельность, которая осуществляется субъектами торговой деятельности и содержанием которой являются разработка и установление стандартов и правил торговой деятельности, а также контроль за соблюдением требований указанных стандартов и правил.

3. Сформулировано понятие саморегулируемой организации субъектов торговой деятельности, под которой предложено понимать *некоммерческую организацию, объединяющую на условиях членства субъектов торговой*

² Федеральный закон от 27.12.2002 № 184-ФЗ «О техническом регулировании» // СЗ РФ, 30.12.2002, № 52 (ч. 1), ст. 5140

деятельности, созданную в целях регулирования торговой деятельности, контроля за ее осуществлением, защиты интересов своих членов.

Обоснована необходимость законодательного закрепления создания и деятельности саморегулируемых организаций субъектов торговой деятельности, и предложено закрепить в Федеральном законе «О государственном регулировании торговой деятельности в Российской Федерации» следующие элементы правового статуса саморегулируемых организаций субъектов торговой деятельности:

- Саморегулируемые организации субъектов торговой деятельности.
- Органы управления и специализированные органы саморегулируемой организации.
- Права и обязанности саморегулируемой организации.
- Требования к членству в саморегулируемой организации.
- Ведение реестра членов саморегулируемой организации.
- Контроль саморегулируемой организации за деятельностью своих членов.
- Применение саморегулируемой организацией мер дисциплинарного воздействия в отношении членов саморегулируемой организации.
- Ведение государственного реестра саморегулируемых организаций.
- Компенсационный фонд саморегулируемой организации арбитражных управляющих.
- Контроль (надзор) за деятельностью саморегулируемых организаций арбитражных управляющих.
- Объединения саморегулируемых организаций.

4. На основе анализа источников правового регулирования торговой деятельности и сетевой торговли и с целью закрепления на законодательном уровне большого количества норм в сфере торговли, выявлена необходимость принятия Торгового кодекса Российской Федерации.

Предложена примерная структура данного кодекса, в который должны быть включены следующие разделы:

I. Общие положения о торговле: термины и определения, цели, методы, задачи правового регулирования торговли и торговой деятельности.

II. Субъекты торговой деятельности и специальные субъекты торговли: понятие, система, порядок образования и деятельности, специфика правового статуса субъектов торговли отдельными видами товаров, права и обязанности субъектов торговой деятельности и специальных субъектов торговли.

III. Методы государственного регулирования торговой деятельности

IV. Правовые аспекты саморегулирования в сфере торговой деятельности

V. Специфика осуществления отдельных видов обязательств в сфере осуществления торговой деятельности: оптовой, розничной, сетевой и других видов торговли.

VI. Специфика осуществления обязательств, опосредующих торговую деятельность: рекламная деятельность, маркетинговые исследования и др.

5. Сформулировано авторское определение субъекта торговой деятельности, под которым предложено понимать *юридическое лицо, индивидуального предпринимателя, осуществляющего предпринимательскую деятельность по приобретению, продаже, поставке товаров, их последующей перепродаже, а также продаже товаров посредством организации торговой сети, или поставке товаров в торговые сети.*

В целях унификации терминологии, используемой в сфере торговой деятельности, предложено внести изменения в ст. 2 Федерального закона «О государственном регулировании торговой деятельности в Российской Федерации» за счет включения в текст данной статьи указанного выше определения субъекта торговой деятельности.

6. Обосновано, что определение «торговой сети», закрепленное в Федеральном законе «О государственном регулировании торговой деятельности в Российской Федерации», а также в ГОСТе «Торговля. Термины и определения», не в полной мере отражает сущность построения торговой сети, ее организационную составляющую.

На основании проведенного анализа сформулировано авторское определение *торговой сети как совокупности двух или более субъектов торговой деятельности, находящихся под общим управлением, осуществляющих торговую деятельность в отношении аналогичных товаров, применяющих единые элементы инфраструктуры, сервисного и послепродажного обслуживания, использующих единое коммерческое обозначение или иное средство индивидуализации.*

Предложено внести данное определение в ст. 2 Федерального закона «О государственном регулировании торговой деятельности в Российской Федерации» и положения ГОСТа «Торговля. Термины и определения».

7. На основании проведенного анализа ограничений приобретения, аренды хозяйствующими субъектами, осуществляющими розничную торговлю продовольственными товарами посредством организации торговой сети, дополнительной площади торговых объектов, выявлено несоответствие порога доминирования на рынке торговой деятельности продовольственными товарами в размере 25 процентов и положений антимонопольного законодательства.

Предложено внести изменения в п. 1 ст. 14 Федерального закона «О государственном регулировании торговой деятельности в Российской Федерации» относительно увеличения порога доминирования на рынке торговли продовольственными товарами до 50 процентов.

8. Выявлено, что корреспондирующие обязанности о предоставлении доступа к информации об условиях отбора контрагента для заключения договора поставки товара и о существенных условиях такого договора путем размещения соответствующей информации на своем сайте в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» или путем предоставления запрашиваемой информации безвозмездно в четырнадцатидневный срок со дня получения соответствующего запроса, установлены только в отношении торговых сетей и поставщиков продовольственных товаров.

На основании проведенного анализа обоснована необходимость применения подобных требований к поставщикам не только продовольственных, но и непродовольственных товаров, реализуемых в торговых сетях.

Теоретическая и практическая значимость полученных результатов. Теоретическая ценность диссертационного исследования заключается в том, что полученные результаты могут повысить научную разработанность поставленной проблематики и способствовать дальнейшим исследованиям проблем правового регулирования торговой деятельности в целом и сетевой торговли в Российской Федерации.

Практическая значимость диссертации состоит в том, что полученные результаты могут быть использованы для совершенствования

законодательства, регулирующего торговую деятельность в целом и сетевую торговлю в частности, защиту прав потребителей в сфере сетевой торговли, а также способствовать принятию нормативных правовых актов, обеспечивающих эффективную торговлю с участием торговых сетей.

Также результаты исследования могут быть использованы при формировании специальных правовых учебных дисциплин и в лекционных материалах по гражданскому праву, предпринимательскому праву, коммерческому праву и отдельных спецкурсах.

Апробация результатов исследования. Сформулированные в диссертации положения, выводы и предложения получили апробацию при обсуждении и рецензировании диссертации на заседаниях кафедры частного права юридического факультета Института экономики, управления и права Российского государственного гуманитарного университета.

Основные положения и выводы диссертационной работы нашли свое отражение в опубликованных работах автора, а также обсуждены на международных научно-практических конференциях.

Научные разработки автора внедрены в учебный процесс юридического факультета Института экономики, управления и права Российского государственного гуманитарного университета при чтении лекционных курсов, проведении семинарских занятий по курсу «Гражданское право», «Коммерческое право».

Структура работы определяется исследуемой тематикой, а также целью и поставленными задачами исследования. Диссертация включает введение, три главы, объединяющие в себе девять параграфов, заключение, список источников и литературы.

II. Основное содержание диссертационной работы

Во **введении** обосновывается актуальность темы, излагаются цели, задачи и методы исследования, описываются его объект и предмет, научная новизна, формулируются основные положения, выносимые на защиту, характеризуется практическая и теоретическая значимость, апробация результатов исследования.

Глава первая **«Правовые аспекты сетевой торговли в Российской Федерации»** посвящена исследованию общих вопросов правового регулирования сетевой торговли в Российской Федерации и ее законодательного обеспечения.

В первом параграфе *«Правовая характеристика сетевой торговли в России»* автором проведен правовой анализ основных терминов и определений, применяемых в сфере сетевой торговли в России.

В диссертации рассмотрена правовая характеристика торговли в целом, а также торговой деятельности как вида предпринимательской деятельности, направленного на удовлетворение покупательского спроса путем реализации товаров потребительского и непотребительского назначения и предоставления различных услуг.

Автором показано, что сущность торговой деятельности состоит в товарном обращении, и выделены виды торговой деятельности, классифицированные по различным основаниям. В частности, в зависимости от объемов реализации продукции и цели приобретения товаров покупателем в законодательстве выделены оптовая торговля и розничная торговля. Помимо указанных в законодательстве выделяются такие виды торговли как мелкооптовая и мелкорозничная торговля.

В зависимости от способа продажи товара и доставки его покупателю автором выделены: развозная торговля, разносная торговля, посылочная торговля, комиссионная торговля, продажа товаров по образцам и т.д.

Диссертантом представлена также классификация видов торговли в зависимости от субъекта на стороне продавца: индивидуальная торговля, сетевая торговля.

В диссертации сформулированы отличительные особенности сетевой торговли, а также основные задачи, которые должны быть решены при переходе от отдельного индивидуального торгового предприятия к сетевой торговле.

Исходя из проведенного анализа, сетевая торговля определена как вид предпринимательской деятельности, связанный с приобретением и продажей товаров и осуществляемый торговыми сетями в соответствии с законодательством Российской Федерации.

Поскольку сетевая торговля в настоящее время имеет тенденцию к увеличению на рынке России, а также по причине недостаточного регулирования данного института, диссертантом обосновано, что подобное определение следует включить в ст. 2 Федерального закона «О государственном регулировании торговой деятельности в Российской Федерации».

Поскольку согласно ст. 46 Федерального закона «О техническом регулировании» применение ГОСТа Р 51303-99 «Торговля. Термины и определения», утвержденного Постановлением Госстандарта РФ от 11.08.1999 № 242-ст, является обязательным для всех субъектов торговой деятельности, то определение сетевой торговли следует включить также в положения данного ГОСТа.

В работе также выделены основные схемы развития сетевой торговли на локальных рынках.

Во *втором параграфе «Историко-правовой анализ развития сетевой торговли»* автор исследовал основные этапы и временные периоды появления торговых сетей, а также генезис законодательства, регулирующего торговую деятельность и сетевую торговлю в Российской Федерации.

Автором показано, что сетевая торговля в России прошла следующие основные этапы:

1. 1990 - 1992 г.г. - появление негосударственной розничной торговли после начала развития рыночных отношений в СССР и приватизации различных торговых предприятий в рамках программы приватизации.

На этом этапе основную роль в розничной торговле начали играть открытые уличные рынки с небольшим количеством небольших магазинов и палаток, а также отдельные магазины, сети магазинов отсутствовали.

2. 1993 – 1997 г.г. - появление первых сетевых магазинов, представлявших собой разноформатные конгломераты магазинов, принадлежащих одному собственнику. Им были свойственны неорганизованность закупок и управления, разные стандарты обслуживания клиентов и т.д. В этом периоде начали открываться также магазины мелкооптовой торговли, в которых товар продавался только упаковками, но не штучно.

3. 1997 – 1999 г.г. - появление первых сетей магазинов, созданных по зарубежным образцам и технологиям. В этом периоде большинство крупных торговых сетей, действующих в настоящее время, открывали свои первые магазины или переориентировали торговлю с оптовой на розничную

Однако финансовый кризис 1998 года заставил торговые компании изменить стратегию развития – начался переход от дорогих супермаркетов к дискаунтерам.

В диссертации выделены основные характеристики дискаунтеров для покупателей: поддержание низких цен, удобное расположение универсамов, оптимальный ассортимент товаров, гарантии качества продукции, качественное и профессиональное обслуживание покупателей, представление всего товара в торговых залах, а не в складских помещениях, что существенно уменьшало стоимость как аренды торговых площадей, так и, непосредственно, товара.

На этом же этапе активное развитие получили и иностранные торговые сети, в частности, «Рамстор», «ИКЕА», «Metro Cash&Cartu» и т.д.

4. 1999 – 2004 г.г. – развитие и укрупнение сформированных торговых сетей, однако не обладающих к тому времени некоторыми признаками современных торговых сетей: отсутствовали распределительные центры, относительно четкая «форматность» торговых точек и т.п.

В диссертации показано, что на этом этапе большое значение и развитие получил франчайзинг и торговые сети, построенные по системе франчайзинга.

5. 2004 г. – настоящее время - создание полнофункциональных сетей на российском рынке. Как показано автором, этот процесс шел двумя путями — «сверху вниз» (аккумуляция группой инвесторов значительных финансовых средств и реализация крупномасштабной инвестиционной программы на рынке розничной торговли) и эволюционно (путем расширения деятельности операторов розничной торговли, начавших свои операции с локального присутствия в одном из регионов и наращивавших свое присутствие на рынке постепенно).

В диссертации показано, что в настоящее время, несмотря на экономический кризис 2008 года и его последствия, в том числе в торговой деятельности, российский рынок розничной торговли стремительно

развивается, происходит бурный рост федеральных и региональных розничных сетей, увеличивается приток российских и западных инвестиций.

Как указывается автором, продолжается развитие торговых сетей, строительство торговых центров и торговых площадей, что способствует усилению конкуренции в сфере осуществления сетевой торговли.

В *третьем параграфе «Правовое регулирование отношений в сфере сетевой торговли»* рассмотрены методы и инструменты регулирования правоотношений в сфере торговой деятельности и сетевой торговли.

Диссертантом проведен анализ иерархии источников правового регулирования торговой деятельности и сетевой торговли. Наибольшее внимание уделено правовому анализу действующего Федерального закона «О государственном регулировании торговой деятельности в Российской Федерации», вступившего в силу с 1 февраля 2010 года.

В работе показано, что принятию данного закона предшествовали многолетние обсуждения и согласования его законопроекта как в Государственной Думе РФ, так и в средствах массовой информации, а также длительная и острая борьба поставщиков продовольствия и сетевых торговцев за принятие нужного им варианта. Отмечено, что закон в целом в большей степени защищает права производителей (поставщиков) продукции, чем торговых организаций.

Сделан вывод о необходимости принятия Торгового кодекса Российской Федерации. В работе предложена примерная структура данного кодекса с указанием соответствующих его разделов.

В диссертации обоснована авторская система методов правового регулирования торговой деятельности в целом и сетевой торговли в частности, к которым отнесены методы государственного регулирования, как указанные в Федеральном законе «О государственном регулировании торговой деятельности в Российской Федерации», так и предложенные автором. Кроме того, к методам правового регулирования торговой деятельности и сетевой торговли отнесено саморегулирование, под которым предложено понимать самостоятельную и инициативную деятельность, которая осуществляется субъектами торговой деятельности и содержанием которой являются разработка и установление стандартов и правил торговой деятельности, а также контроль за соблюдением требований указанных стандартов и правил.

Автором сформулировано понятие саморегулируемой организации субъектов торговой деятельности и обоснована необходимость законодательного закрепления создания и деятельности саморегулируемых организаций субъектов торговой деятельности. В работе предложено закрепить в Федеральном законе «О государственном регулировании торговой деятельности в Российской Федерации» соответствующие элементы правового статуса саморегулируемых организаций субъектов торговой деятельности, примерный перечень которых представлен в диссертации.

Диссертантом проанализированы полномочия Правительства Российской Федерации, федеральных органов исполнительной власти в области государственного регулирования торговой деятельности.

Дана правовая характеристика участию в формировании и реализации государственной политики в области торговой деятельности некоммерческих организаций, объединяющих хозяйствующих субъектов, осуществляющих торговую деятельность, и некоммерческих организаций, объединяющих хозяйствующих субъектов, осуществляющих поставки товаров, в том числе саморегулируемых организаций субъектов торговой деятельности.

Глава вторая – **«Правовое обеспечение деятельности торговых сетей в Российской Федерации»** состоит из трех параграфов.

В *первом параграфе «Правовой статус торговой сети»* проведен анализ понятия субъекта торговой деятельности и торговой сети, и охарактеризовано правовое положение торговой сети в России.

В диссертации сформулировано авторское определение субъекта торговой деятельности и предложено внести изменения в ст. 2 Федерального закона «О государственном регулировании торговой деятельности в Российской Федерации» за счет включения в текст данной статьи определения субъекта торговой деятельности.

Автором проведен анализ понятия «торговая сеть», закрепленного в Федеральном законе «О государственном регулировании торговой деятельности в Российской Федерации», а также в ГОСТе «Торговля. Термины и определения», и выявлено несоответствие данных понятий по ряду признаков.

В работе показано, что указанные определения не в полной мере отражают сущность построения торговой сети, ее организационную

составляющую, поэтому диссертантом сформулировано авторское определение торговой сети как совокупности двух или более субъектов торговой деятельности, находящихся под общим управлением, осуществляющих торговую деятельность в отношении аналогичных товаров, применяющих единые элементы инфраструктуры, сервисного и послепродажного обслуживания, использующих единое коммерческое обозначение или иное средство индивидуализации.

Предложено внести данное определение в ст. 2 Федерального закона «О государственном регулировании торговой деятельности в Российской Федерации» и положения ГОСТа «Торговля. Термины и определения».

В диссертации проанализированы виды торговых сетей, и предложена их классификация по различным основаниям, в частности, в зависимости от субъектов, входящих в торговую сеть, от объектов торговли, от торговых объектов, от формата торговли и т.д.

В работе также показано соотношение торговых сетей, образованных резидентами Российской Федерации, и торговых сетей, сформированных при участии иностранного капитала или иностранных технологий.

Во *втором параграфе «Правовые аспекты организации торговых сетей в России»* исследованы правовые особенности создания и деятельности отдельных видов торговых сетей, а также некоторые составляющие элементы их правового статуса.

В диссертации показано, что постоянное развитие и обновление торговых сетей, совершенствование их структуры требует рационального размещения торговых объектов, и позволяет применить к организации торговых сетей ряд соответствующих методов.

Кроме того, автором проанализированы факторы, влияющие на организацию и размещение торговых сетей, а также основные формы организации торговых сетей, их применение в различных сферах торговой деятельности, преимущества и недостатки: инвестиционная модель, холдинговая модель, централизованная модель, лоточная модель, смешанная модель.

Диссертантом проведен сравнительно-правовой анализ торговых сетей и иных форм построения предпринимательской деятельности, в частности, холдингов, многоступенчатых пирамид, «монокомпаний» и т.д.

В работе рассмотрены основные полномочия субъектов торговой деятельности при организации торговой деятельности и ее осуществлении, реализуя которые, данные субъекты самостоятельно определяют: вид торговли; форму торговли; способ торговли; специализацию торговли; тип торгового объекта, используемого для осуществления торговой деятельности; основания использования имущества при осуществлении торговой деятельности; порядок и условия осуществления торговой деятельности; цены на продаваемые товары; форму распространения рекламы в торговом объекте и в его витринах; условия заключения договоров купли-продажи товаров, договоров возмездного оказания услуг; иные порядок и условия осуществления торговой деятельности.

Кроме того, автором исследованы права и обязанности хозяйствующих субъектов, осуществляющих торговую деятельность, и хозяйствующих субъектов, осуществляющих поставку продовольственных товаров, в связи с заключением и исполнением договора поставки продовольственных товаров. Большое внимание уделено ценообразованию в отношении продовольственных товаров в сетевой торговле, а также сроков оплаты продовольственных товаров.

В *третьем параграфе «Антимонопольное регулирование функционирования торговых сетей в России»* проанализированы отдельные правовые инструменты правового регулирования конкуренции и ограничения монополистической деятельности в сфере осуществления сетевой торговли в Российской Федерации.

В диссертации рассмотрены антимонопольные правила для хозяйствующих субъектов, осуществляющих торговую деятельность, и хозяйствующих субъектов, осуществляющих поставку продовольственных товаров.

Автором показано, что антимонопольное регулирование торговой деятельности заключается в законодательном установлении соответствующих запретов, адресованных хозяйствующим субъектам, осуществляющим торговую деятельность по продаже продовольственных товаров посредством организации торговой сети, и хозяйствующим субъектам, осуществляющим поставки продовольственных товаров в торговые сети, в частности,

направленных на противодействия создания дискриминационных условий и навязывания контрагенту соответствующих условий.

Как установлено в диссертации, одним из законодательно закрепленных методов антимонопольного регулирования деятельности торговых сетей является запрет по отношению к субъектам торговой деятельности, осуществляющим розничную торговлю продовольственными товарами посредством организации торговой сети, доля которых превышает двадцать пять процентов объема всех реализованных продовольственных товаров в денежном выражении за предыдущий финансовый год в границах субъекта Российской Федерации, муниципального района, городского округа, приобретать или арендовать в границах соответствующего административно-территориального образования дополнительную площадь торговых объектов для осуществления торговой деятельности по любым основаниям, в том числе в результате введения в эксплуатацию торговых объектов, участия в торгах, проводимых в целях их приобретения.

При этом сделки, совершенные с нарушением предусмотренных требований, ничтожны.

В работе выявлено, что данный порог доминирования на рынке торговой деятельности в сфере продовольственных товаров не соответствует антимонопольному законодательству, в частности, положениям Федерального закона «О защите конкуренции», согласно ст. 5 которого доминирующим положением признается положение хозяйствующего субъекта, доля которого на рынке определенного товара превышает пятьдесят процентов.

На основании проведенного исследования, предложено внести изменения в п. 1 ст. 14 Федерального закона «О государственном регулировании торговой деятельности в Российской Федерации» относительно увеличения порога доминирования на рынке торговли продовольственными товарами до пятидесяти процентов.

Диссертантом также проанализированы особенности проведения государственного контроля (надзора) за соблюдением антимонопольных правил и требований в области торговой деятельности.

Третья глава – **«Правовое обеспечение сетевой торговли в Российской Федерации»** - содержит правовой анализ системы правоотношений в сфере сетевой торговли в России.

В первом параграфе «*Правовое регулирование правоотношений торговых сетей с поставщиками товара*» рассмотрены отдельные правовые аспекты правоотношений торговых сетей и поставщиков товаров, в том числе в сфере оптовой купли-продажи.

Автором исследованы законодательно закрепленные требования в отношении торговых сетей по раскрытию условий отбора поставщиков продовольственных товаров и существенных условий договоров с ними. Торговая сеть должна следовать таким нормам во избежание обвинения в дискриминации на рынке торговой деятельности.

Как показано в диссертации, наличие договора поставки не гарантирует для поставщика заказ конкретных товаров в определенном количестве, поскольку в большинстве случаев такие требования являются рамочными или примерными и предполагают последующий заказ нужных единиц торговой сети. Отмечено, что торговые сети имеют возможность выбирать поставщиков, а также пересматривать принципы отбора контрагентов, условия логистики, требования к упаковке товара, и другие условия, что может негативно отразиться на положении поставщика.

В работе установлено, что встречная обязанность поставщиков по опубликованию информации об условиях отбора контрагента для заключения договора поставки продовольственных товаров и о существенных условиях такого договора в отношении торговых сетей, также установлена в законодательстве.

Выявлено, что даже при закреплении таких обязанностей в отношении торговых сетей и поставщиков продовольственной продукции возможны нарушения прав контрагентов путем установления взаимно корреспондирующих невыгодных условий поставки, что может привести к созданию дискриминационных условий осуществления торговой деятельности.

Кроме того, в диссертации обоснована необходимость применения подобных требований к поставщикам не только продовольственных, но и непродовольственных товаров, реализуемых в торговых сетях.

В работе проанализированы способы поставки и доставки товаров в торговые сети: централизованные и децентрализованные. При этом обоснована эффективность централизованного способа поставки товаров,

который реализуется силами и средствами поставщика на основе заявок торговых сетей в согласованные сроки в соответствии с опубликованными условиями отбора контрагентов и заключения договора.

Исследован правовой статус и значение распределительных центров, деятельность которых направлена на оптимизацию и повышение эффективности взаимодействия торговых сетей и поставщиков товаров.

Во *втором параграфе «Правовое обеспечение правоотношений торговых сетей с потребителями»* исследованы некоторые вопросы защиты прав потребителей при взаимоотношениях с торговыми сетями в Российской Федерации.

В диссертации предложена классификация потребителей, взаимодействующих с торговыми сетями в процессе осуществления торговой деятельности. Отмечено, что процесс формирования различных групп потребителей вызвал во внутренней торговле России тенденцию к становлению и развитию сетевой торговли в виде торговых сетей, ориентированных на обслуживание покупателей одной из этих групп.

Исследовано правовое обеспечение розничной торговли в России, выявлена необходимость проведения торговыми сетями исследований маркетингового спроса и специальных мероприятий в сфере рекламы для привлечения большого количества покупателей.

В работе показано, что развитие розничной торговли нуждается в создании специальных служб по изучению и прогнозированию потребительского спроса, формированию оптимального ассортимента товаров, анализу и определению прогрессивных форм и методов розничной торговли при поддержке государственных и местных муниципальных органов власти в целях контроля за ходом розничной торговли, разработки новых видов товаров.

Отмечено, что действующее в сфере торговли законодательство направлено только на защиту интересов производителей и субъектов торговой деятельности, и не учитывает интересы потребителей на качественное торговое обслуживание, свободу выбора товаров и услуг, и другие направления.

Исходя из проведенного анализа, предложено внести изменения в действующее законодательство относительно необходимости защиты прав

потребителей в связи с применением торговыми сетями и поставщиками товаров различных маркетинговых технологий, основанных на манипулировании потребительскими предпочтениями и обуславливающих дезориентацию потребительского спроса и потребительских ожиданий.

Также, на основании проведенного анализа сделан вывод о необходимости включения в Федеральный закон «О государственном регулировании торговой деятельности в Российской Федерации» раздела о правах потребителей и их защиты в правоотношениях с субъектами, осуществляющими отдельные виды торговой деятельности, в частности, развозную, разносную торговлю, торговлю с использованием торговых автоматов, дистанционную торговлю и др.

В *третьем параграфе «Правовые аспекты расширения торговых сетей»* рассмотрены некоторые правовые способы увеличения объема сетевой торговли в России, в том числе за счет институциональных изменений.

В диссертации проведен анализ одного из распространенных способов расширения торговых сетей – коммерческой концессии (франчайзинга), а также исследованы средства индивидуализации, которые могут быть переданы франчайзи по соответствующему договору.

Автором показано, что в сфере сетевой торговли используются два различных по принципам организации варианта франчайзинговых сетей: товарный франчайзинг и франчайзинг бизнес-формата. При этом выделяются их основные характеристики и способы правового регулирования.

В работе обосновано, что при заключении договоров коммерческой концессии, потребители не всегда защищены от деятельности недобросовестных пользователей комплексов принадлежащих правообладателю исключительных прав, включающих право на товарный знак, знак обслуживания, а также права на другие предусмотренные договором объекты исключительных прав. В данном случае возможно введение покупателей в заблуждение относительно ожидаемого содержания и качества торгового обслуживания на торговом объекте с соответствующим коммерческим обозначением, и т.д.

В диссертации показано, что под субъектами торговой деятельности должны пониматься не только франчайзи, но и дилеры, дистрибьюторы и другие оптовые перепродавцы.

Проведен сравнительно-правовой анализ дилеров и дистрибьюторов по различным основаниям, в частности, по критерию масштаба деятельности и тому месту, которое они занимают в товаропроводящей сети.

Кроме того, определен правовой статус иных посредников: агентов, комиссионеров и поверенных. Они не обладают правом собственности на продаваемый товар и представляют интересы производителя при заключении договора купли-продажи. Основная часть их расходов покрывается за счет владельца товара, а доход исчисляется в виде процентов от цены заключенного договора.

В **Заключении** подводятся итоги диссертационного исследования, обобщаются полученные в работе научные результаты и приводятся некоторые предложения по совершенствованию действующего законодательства в сфере правового регулирования сетевой торговли в Российской Федерации.

Основные положения диссертационного исследования изложены в следующих публикациях автора общим объемом 2,55 п.л.:

1. *Рзаев Р.Б.* Правовая природа договора оптовой купли-продажи в правоотношениях сетевой торговли // Менеджмент и право, № 2, 2009. – 0,35 п.л.

2. *Рзаев Р.Б.* К вопросу о преимуществах сетевой купли-продажи // Юрист&Экономист, № 3, 2009. – 0,35 п.л.

3. *Рзаев Р.Б.* **Правовые аспекты сетевой купли-продажи // Юриспруденция, № 1(17), 2010. – 0,35 п.л.**

4. *Рзаев Р.Б.* Историко-правовой анализ развития сетевой торговли // Юрист&Экономист, № 2, 2010. – 0,4 п.л.

5. *Рзаев Р.Б.* Некоторые вопросы применения франчайзинга в сетевой торговле // Материалы VI Международной научно-практической конференции РГГУ «Инновационный потенциал России: проблемы и перспективы». – М.: РГГУ, Домодедово, 2010. – 0,3 п.л.

6. *Рзаев Р.Б.* **Антимонопольное регулирование функционирования торговых сетей в России // Транспортное дело России, № 9, 2010. – 0,4 п.л.**

7. *Рзаев Р.Б.* Дистрибьюторские правоотношения в системе правового регулирования сетевой торговли // III ежегодная межвузовская научно-практическая конференция «Актуальные проблемы гражданского и предпринимательского права» 18 ноября 2010. – М.: ВГНА, 2010. – 0,4 п.л.

10-

Заказ №318. Объем 1 п.л. Тираж 100 экз.
Отпечатано в ООО «Петроруш».
г.Москва, ул.Палиха 2а.тел.250-92-06
www.postator.ru