

Санкт-Петербургский государственный университет

ФИЛАТОВА Анастасия Александровна

Выпускная квалификационная работа

**ПРАВОВАЯ ЗАЩИТА КОНКУРЕНЦИИ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ
ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПО ПРОДАЖЕ
ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ ПОСРЕДСТВОМ
ОРГАНИЗАЦИИ ТОРГОВОЙ СЕТИ**

Уровень образования:

Направление 40.04.01 «Юриспруденция»

Основная образовательная программа ВМ.5530.2017 «Предпринимательское
право»

Профиль «Проблемы предпринимательского права»

Научный руководитель:

доктор юридических наук, доцент

Петров Дмитрий Анатольевич

Рецензент:

заместитель генерального директора

Общества с ограниченной

ответственностью «Кратос»

Лавров Юрий Николаевич

Санкт-Петербург

2019 год

Оглавление

Введение.....	3
Глава 1. Защита конкуренции в ходе организации продажи продовольственных товаров через торговые сети.....	6
§ 1. Нарушения Закона о торговой деятельности на стадии заключения договора	16
§ 2. Информирование об условиях отбора контрагентов и об условиях договора поставки (ч.1 и ч.2 ст. 9 Закона № 381-ФЗ)	19
§ 3. Создание препятствий для доступа на товарный рынок или выхода из товарного рынка других хозяйствующих субъектов (п. 2 ч. 1 ст. 13 Закона № 381-ФЗ).....	24
§ 4. Навязывание несправедливых условий договора и заключение договора, содержащего условия о возврате скоропортящихся товаров (п. 4 ч. 1 ст. 13 и п. 6 ч.1 ст.13 Закона № 381-ФЗ).....	28
Глава 2. Защита конкуренции в ходе исполнения договоров, заключенных торговой сетью с поставщиками товаров.	36
§ 1. Создание дискриминационных условий (п. 1 ч. 1 ст. 13 Закона № 381-ФЗ).....	42
§ 2. Нарушение установленного нормативными правовыми актами порядка ценообразования (п. 3 ч. 1 ст. 13 Закона № 381-ФЗ).....	52
§ 3. Заключение посреднических соглашений с поставщиками (п. 5 ч. 1 ст. 13 Закона № 381-ФЗ).....	59
§ 4. Перспективы развития законодательства.....	65
Заключение.	67
Список использованной литературы.	72

Введение.

Актуальность темы исследования. Рыночную экономику в современных условиях невозможно представить без торговой деятельности по продаже продовольственных товаров, а также без действенного механизма защиты конкуренции в данной сфере, что способствует развитию рынка, лучшему предложению и охране прав потребителей.

Для соблюдения баланса интересов торговых сетей и поставщиков был принят Федеральный закон от 28.12.2009 № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации»¹ (далее – Закон о торговой деятельности, Закон № 381-ФЗ). При этом на данный момент никто не сомневается, что доминирующее положение в диалоге поставщиков и сетей занимают последние. Однако нельзя забывать, что сеть – это не просто бизнес, а система обеспечения продовольствием всего города. Сейчас продовольственная безопасность зависит от взаимоотношений хозяйствующих субъектов, осуществляющих торговую деятельность, и субъектов, осуществляющих поставки товаров².

Торговые сети являются ведущими участниками рынка на стороне приобретателей продовольственных товаров у производителей, и от их деятельности во многом зависит развитие розничной торговли. А это, в свою очередь, влияет на конечного потребителя, то есть на каждого человека в стране.

Исходя из вышеизложенного, на данный момент тема исследования является актуальной. Законодатель и судебная практика пытаются максимально пресечь возможные нарушения в данной сфере, однако до сих пор остается еще много вопросов в области правового регулирования защиты конкуренции при осуществлении торговой деятельности посредством организации торговой сети.

¹ Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации : федер. закон от 28 декабря 2009 г. № 381 – ФЗ // Собр. законодательства Рос. Федерации. – 2010. - №1. – Ст. 2.

² https://www.rbc.ru/spb_sz/26/06/2014/5592ac869a794719538d2e6a

Теоретическую основу исследования составили труды таких авторов, как: Борзило Е. Ю., Башлаков-Николаев И.В., Максимов С.В., Егорова М.А., Петров Д.А., Андреева Л.В., Кондакова А.А., Манохова С.В.

Объектом исследования выступают общественные отношения, которые возникают в сфере правовой защитой конкуренции при осуществлении торговой деятельности по продаже продовольственных товаров посредством организации торговой сети.

Предметом исследования выступают правовые нормы, регулирующие правовую защиту конкуренции при осуществлении торговой деятельности по продаже продовольственных товаров посредством организации торговой сети.

Целью исследования является изучение сущности и проблем правовой защиты конкуренции при осуществлении торговой деятельности по продаже продовольственных товаров посредством организации торговой сети, а также анализ судебной практики в данной сфере.

На основании поставленной цели были сформулированы следующие **задачи**:

- исследовать механизм организации продажи продовольственных товаров через торговые сети;
- проанализировать судебную практику в сфере нарушения антимонопольного законодательства хозяйствующими субъектами, осуществляющими торговую деятельность, и хозяйствующими субъектами, осуществляющими поставку продовольственных товаров;
- провести анализ наиболее часто встречающихся нарушений антимонопольных норм торговыми сетями и поставщиками продовольственных товаров;
- определить перспективы развития правовой защиты конкуренции в сфере осуществления торговой деятельности посредством организации торговой сети.

Методологическая база исследования составила общенаучные и специально-юридические методы: системный, историко-правовой, формально-юридический и прочие.

Теоретическая база работы – учебники, статьи, монографии, иные работы различных исследователей и ученых по вопросам, являющимся предметом настоящего исследования.

Нормативной основой исследования являлись имеющие отношение к теме исследования положения нормативных правовых актов, регламентирующие общественные отношения, связанные с правовой защитой конкуренции при осуществлении торговой деятельности по продаже продовольственных товаров посредством организации торговой сети. В частности, Федеральный закон от 28.12.2009 № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации».

Структуру работы определяют цели и задачи исследования. Работа состоит из введения, двух глав, восьми параграфов, заключения и списка использованной литературы.

Глава 1. Защита конкуренции в ходе организации продажи продовольственных товаров через торговые сети.

С 1 февраля 2010 года отношения, связанные с торговой деятельностью, регулируются Федеральным законом от 28.12.2009 N 381-ФЗ "Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации". Он был принят в целях создания прозрачного и предсказуемого порядка осуществления торговой деятельности, устранения недобросовестных практик и давления на контрагентов со стороны торговых сетей и поставщиков, а также устранения излишних административных барьеров в торговле, поддержки малого и среднего бизнеса в сфере торговли и производства продовольственных товаров³.

В законе под торговой сетью понимается совокупность двух и более торговых объектов, которые принадлежат на законном основании хозяйствующему субъекту или нескольким хозяйствующим субъектам, входящим в одну группу лиц в соответствии с Федеральным законом "О защите конкуренции", или совокупность двух и более торговых объектов, которые используются под единым коммерческим обозначением или иным средством индивидуализации. Законом также установлена легальная дефиниция продовольственных товаров – это продукты в натуральном или переработанном виде, находящиеся в обороте и употребляемые человеком в пищу (в том числе продукты детского питания, продукты диетического питания), бутилированная питьевая вода, алкогольная продукция, пиво и напитки, изготавливаемые на его основе, безалкогольные напитки, жевательная резинка, пищевые добавки и биологически активные добавки.

До появления Закона о торговой деятельности соответствующие отношения регулировались только нормами общего характера, включая и антимонопольные требования Федерального закона от 26.07.2006 № 135-

³ "Антимонопольное регулирование в области торговой деятельности. Методическое пособие для предпринимателей" (утв. ФАС РФ)

ФЗ «О защите конкуренции»⁴ (далее – Закон о защите конкуренции, Закон № 135-ФЗ).

Между тем инструментария Закона № 135-ФЗ было недостаточно, чтобы Федеральная антимонопольная служба России могла контролировать отношения сетей с поставщиками. Для мотивировки нарушения нужно было доказать доминирующее положение торговой сети и злоупотребление им или согласованность действий. Вероятно, именно поэтому в Законе № 381-ФЗ появилась статья 13, которая ввела запреты, аналогичные запретам статьи 10 Закона № 135-ФЗ для хозяйствующих субъектов, занимающих доминирующее положение. Такое сходство вызывает вопрос: презюмирует ли законодатель доминирующее положение торговых сетей? Примечательно, что Закон № 381-ФЗ не требует доказательства наличия доминирующего положения.

С целью сбалансировать отношения поставщиков и торговых сетей был принят Федеральный закон от 28.12.2009 № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации», но за десять лет применения вызвал немало споров в профессиональных кругах. Представители бизнеса часто ставят его эффективность под сомнение.

При этом ФАС России указывает в своем письме⁵, что все разъяснения ФАС России, подготовленные в рамках применения ст. 10 Закона о защите конкуренции, могут быть применимы к положениям ст.13 Закона о торговле с учетом особенностей субъектного состава.

Как подчеркивает М.А. Егорова, необходимость выделения хозяйствующих субъектов, осуществляющих торговую деятельность посредством организации торговой сети, обусловлена их мощным влиянием

⁴ О защите конкуренции : федер. закон от 26 июля 2006 г. № 135 – ФЗ // Собр. законодательства Рос. Федерации. – 2006. - №31(1 ч.). – Ст. 3434.

⁵ Письмо ФАС России от 5 сентября 2016 г. N АК/60976/16 "Разъяснения ФАС России по некоторым вопросам применения Федерального закона от 28 декабря 2009 г. N 381-ФЗ "Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации" в редакции Федерального закона от 3 июля 2016 г. N 273-ФЗ",

на региональные и муниципальные рынки товаров, что делает необходимым введение специальных антимонопольных правил регулирования их деятельности. Это связано также и с важностью предъявления к таким субъектам особых требований организационного и информационного характера⁶.

В главе 3 Закона о торговой деятельности установлены антимонопольные правила, требования и запреты в сфере торговой деятельности, включающие антимонопольные правила для хозяйствующих субъектов, осуществляющих торговую деятельность, и хозяйствующих субъектов, осуществляющих поставки продовольственных товаров (статья 13); ограничение приобретения, аренды хозяйствующими субъектами, осуществляющими розничную торговлю продовольственными товарами посредством организации торговой сети, дополнительной площади торговых объектов (статья 14); антимонопольные требования к органам государственной власти субъектов Российской Федерации, органам местного самоуправления в области регулирования торговой деятельности (статья 15).

Следовательно, глава 3 является частью антимонопольного законодательства. Такой вывод сделан и ФАС России⁷, которая наделена правом дачи разъяснений по вопросам применения антимонопольного законодательства⁸.

С 4 июля 2016 года Законом о торговле предусмотрены «иммунитеты» для малого и среднего бизнеса. Согласно п. 4.1 ст. 1 Закона № 381-ФЗ положения статей 13 и 14 не распространяются на хозяйствующих субъектов, осуществляющих торговую деятельность, хозяйствующих

⁶ Егорова М.А. Коммерческое право: Учебник для вузов. М.: РАНХиГС при Президенте РФ; Статут, 2013. С. 640.

⁷ Письмо ФАС России от 13 сентября 2016 г. N АК/63121/16 "Об осуществлении контроля (надзора) за соблюдением положений статей 9, 13 - 15 Закона о торговле" // СПС "КонсультантПлюс".

⁸ См.: Приказ ФАС России от 20 января 2012 г. N 22 "Об утверждении административного регламента Федеральной антимонопольной службы по предоставлению государственной услуги по даче разъяснений по вопросам применения федеральным антимонопольным органом антимонопольного законодательства Российской Федерации" // Российская газета. 2012. 31 октября. N 251.

субъектов, осуществляющих поставки продовольственных товаров, выручка которых (их группы лиц, определяемой в соответствии с антимонопольным законодательством) от реализации товаров за последний календарный год не превышает четыреста миллионов рублей, а также хозяйствующих субъектов, осуществляющих торговую деятельность посредством организации торговой сети, совокупная выручка от реализации товаров которых в рамках одной торговой сети за последний календарный год не превышает четыреста миллионов рублей.

В конце 2018 года также были внесены поправки в статью 13 Закона о торговой деятельности, что также свидетельствует об особом внимании законодателя к данной теме.

В данном исследовании мы проанализировали наиболее часто встречающиеся нарушения антимонопольного законодательства торговыми сетями и поставщиками продовольственных товаров при организации продажи продовольственных товаров, которая состоит из нескольких этапов:

- 1) Заключение договора поставки между торговой сетью и хозяйствующим субъектом – поставщиком продукции;
- 2) Исполнение договора поставки товаров в торговую сеть;
- 3) Продвижение товара.

Начальным этапом организации поставки продовольственных товаров является заключение договора поставки между торговой сетью и хозяйствующим субъектом – поставщиком продукции.

Он включает в себя:

1. Ознакомление с условиями отбора торговых сетей и поставщиков.

В части 1 ст. 9 Закона N 381-ФЗ предусмотрена обязанность компании, осуществляющие торговую деятельность через торговую сеть, обеспечивать поставщикам продовольственных товаров доступ к информации об условиях отбора контрагента для заключения договора поставки продуктов и о существенных условиях такого договора. Соответствующая информация

должна быть размещена на сайте торговой сети в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".

В случае отсутствия необходимой информации хозяйствующий субъект, желающий начать поставки в торговую сеть, имеет право обратиться в торговую сеть с официальным запросом. Соответствующая информация должна быть предоставлена ему в четырнадцатидневный срок со дня получения соответствующего запроса.

В случае отказа торговой сети в предоставлении запрашиваемой информации либо в случае бездействия торговой сети хозяйствующий субъект, желающий начать поставки в торговую сеть, имеет право направить соответствующее заявление в антимонопольный орган.

В свою очередь, согласно части 2 ст.9 Закона N 381-ФЗ поставщики продовольственных товаров обязаны информировать на своих интернет-сайтах торговые сети об условиях отбора контрагента для заключения договора поставки продуктов и о существенных условиях такого договора, о качестве и безопасности поставляемых товаров.

За нарушение требований по предоставлению информации об условиях заключения договора поставки продовольственных товаров при осуществлении торговой деятельности, как со стороны торговой сети, так и со стороны поставщика, статьей 14.41 КоАП РФ установлена административная ответственность в виде штрафа. Максимальный размер санкции для компании составляет 500 тыс. руб. за каждый случай нарушения.

Важно отметить, что информация об условиях заключения договора поставки продовольственных товаров обязательно должна находиться в открытом доступе.

Крупные торговые сети, как правило, в своих условиях отбора поставщиков предъявляют такие требования, как⁹:

⁹ Бычков А. Азбука бизнеса для ретейлеров // Новая бухгалтерия. 2018. N 9. С. 128 - 143.

- востребованность поставляемой продукции, ее высокое качество и конкурентоспособные цены;
- соответствие товаров реализуемому в торговой сети ассортименту;
- возможность обеспечения бесперебойных поставок в торговую сеть;
- выполнение согласованного объема поставок;
- положительная деловая репутация поставщика (в частности, наличие всех необходимых лицензий, подтверждение отсутствия задолженности по налогам и сборам, у поставщика нет неурегулированных конфликтов с государственными органами и судебных споров, поставщик не находится на стадии ликвидации, в отношении поставщика не введены процедуры банкротства);
- соблюдение температурного режима хранения отгружаемой продукции и иные параметры исполнения заказов.

Некоторые торговые сети идут дальше и предъявляют особые условия к поставщикам продовольственных товаров. Например,

- согласие поставщика с Кодексом добросовестных практик (ООО «Ашан»¹⁰, ООО «О'кей»¹¹),
- согласие на проведение аудита производственных линий, цехов и т.д. (ООО «Ашан»),
- готовность использовать электронный документооборот (ООО «О'кей»),
- требования к упаковке (ООО «О'кей» – упаковка должна выдерживать не менее 5 перегрузок, ООО «О'кей» и ООО «Лента»¹² - иметь штрих-код),

¹⁰ Критерии выбора поставщика и продукции ООО «Ашан» <https://auchan-supply.ru/for-suppliers/potential/policy/kriterii-vybora-postavshchika-i-produktsii/>

¹¹ Политика выбора поставщика ООО «О'кей» <https://www.okmarket.ru/upload/Politikaviborapostavchika.pdf>

¹² Условия отбора поставщиков ООО «Лента» <https://lenta.com/postavshchikam?citykey=spb>

- поставщик разделяет ценности ООО «Лента», ответственно относится к окружающей среде, в том числе при разработке упаковочных и тарных материалов,
- Компания вправе проводить аудит производства поставщика (X5 Retail Group¹³ – «Пятерочка», «Перекресток», «Карусель») и др.

Также зачастую торговые сети помимо указания требований к поставщику, устанавливают перечень его возможных преимуществ. Например, для ООО «Ашан» и ООО «Лента» таковым будет являться то, что товар поставщика широко известен среди потребителей в регионе, что должно быть подтверждено исследованиями независимых экспертов или опросами клиентов, а также готовность производить товары под товарным знаком торговой сети. Для X5 Retail Group («Пятерочка», «Перекресток», «Карусель») конкурентным преимуществом будет являться наличие у поставщика зарегистрированных товарных знаков и возможность самостоятельно осуществлять таможенную очистку импортных товаров.

Также вместе с требованиями к поставщику, на сайте многих крупных торговых сетей можно найти требования к поставляемому товару. Например, «Азбука вкуса» (ООО «Городской супермаркет»¹⁴) желает видеть на своих прилавках «товары, отличающиеся эксклюзивностью и инновационностью».

Примечательно, что на сайте супермаркета «Магнит» (АО «Тендер»)¹⁵ конкретные требования к поставщикам вообще не размещены.

Безусловным конкурентным преимуществом для любого поставщика будет являться то, что он выступает производителем поставляемой продукции, что позволяет отсеять ненужных посредников и получить товар по более низкой цене за счет отсутствия наценок.

¹³ Политика по работе с поставщиком X5 Retail Group («Пятерочка», «Перекресток», «Карусель») https://www.x5.ru/ru/Documents/politika_po_rabote_s_postavchikami_X5.pdf

¹⁴ Условия отбора поставщиков ООО «Городской супермаркет» («Азбука вкуса») <https://av.ru/about/suppliers/>

¹⁵ <http://magnit-info.ru/partners/about/>

По каждому поставщику торговые сети запрашивают стандартный пакет документов с целью проверки правоспособности, участия в судебных разбирательствах, наличия исполнительных производств, иной юридически значимой информации о фактах его предпринимательской деятельности. При этом перечень возможных документов, которые вправе истребовать от поставщика торговая сеть, не является исчерпывающим и в каждом конкретном случае определяется в зависимости от ситуации.

2. Направление оферты.

После ознакомления с условиями отбора контрагента для заключения договора поставки поставщик продукции обращается в торговую сеть с предложением (офертой) заключить договор поставки.

Офертой признается адресованное одному или нескольким конкретным лицам предложение, которое достаточно определенно и выражает намерение лица, сделавшего предложение, считать себя заключившим договор с адресатом, которым будет принято предложение (статья 435 ГК).

Оферта должна содержать существенные условия договора (статья 435 ГК).

Важно знать, что оферта связывает направившее ее лицо с момента ее получения адресатом (статья 435 ГК). Полученная адресатом оферта не может быть отозвана в течение срока, установленного для ее акцепта, если иное не оговорено в самой оферте либо не вытекает из существа предложения или обстановки, в которой оно было сделано (статья 436 ГК).

Согласно частям 1 и 2 статьи 9 Закона о торговой деятельности торговые сети и поставщики также обязаны предоставлять информацию о существенных условиях договора поставки. Поэтому торговые сети зачастую размещают типовой договор на своем сайте в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». Также на таком сайте у некоторых сетей есть возможность электронной отправки коммерческого предложения.

3. Определение существенных условий договора поставки.

Существенными условиями договора поставки являются предмет договора, т.е. наименование и количество товара, его ассортимент и комплектность, срок поставки, а также любые другие условия, которые стороны сочтут существенными. Прежде всего, к таким дополнительным условиям договора, по поводу которого заключается соглашение, является цена.

Согласно части 3 статьи 9 Закона о торговой деятельности цена договора поставки продовольственных товаров, заключаемого между хозяйствующим субъектом, осуществляющим поставки продовольственных товаров, и хозяйствующим субъектом, осуществляющим торговую деятельность, определяется исходя из цены продовольственных товаров, установленной соглашением сторон договора поставки продовольственных товаров с учетом предусмотренных частями 4 и 5 статьи 8 вышеназванного Закона положений. В данных частях речь идет о вознаграждении, выплачиваемого хозяйствующему субъекту, осуществляющему торговую деятельность, в связи с приобретением им у хозяйствующего субъекта, осуществляющего поставки продовольственных товаров, определенного количества продовольственных товаров. Размер указанного вознаграждения подлежит согласованию сторонами этого договора, включению в его цену и не учитывается при определении цены продовольственных товаров. Размер такого вознаграждения не может превышать 5% от цены приобретенных продовольственных товаров.

Важно отметить, что выплата такого вознаграждения в связи с приобретением хозяйствующим субъектом, осуществляющим торговую деятельность, отдельных видов социально значимых продовольственных товаров, указанных в перечне, установленном Правительством Российской Федерации, не допускается (часть 5 статьи 9 Закона N 381-ФЗ). Также не допускается выплата поставщиками иных видов вознаграждений, не

предусмотренных Законом о торговой деятельности (часть 6 статьи 9 Закона N 381-ФЗ).

Нарушение указанных положений Закона о торговой деятельности влечет наложение штрафа до 5 млн. руб. согласно частям 1 и 2 статьи 14.42 «Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях» от 30.12.2001 N 195-ФЗ (далее – Кодекс об административных правонарушениях, КоАП).

Многие договорные условия ритейлеры заранее формируют по своему усмотрению, предлагая поставщикам просто присоединиться к договору поставки в целом. Однако переговорные возможности у них не ограничены. Между поставщиком и торговой сетью могут возникнуть разногласия по поводу отдельных условий договора.

В этом случае сторона, предложившая заключить договор и получившая от другой стороны предложение о согласовании этих условий, должна в течение тридцати дней со дня получения этого предложения, если иной срок не установлен законом или не согласован сторонами, принять меры по согласованию соответствующих условий договора либо письменно уведомить другую сторону об отказе от его заключения (статья 507 ГК).

Если торговая сеть в качестве существенных условий договора предлагает включить условия, запрещенные Законом о торговле, поставщик имеет право направить соответствующее заявление в антимонопольный орган.

Однако в стремлении увеличить прибыль и существенно расширить географию своего присутствия на рынке поставщики могут закрывать глаза на многие невыгодные и порою просто кабальные условия типового договора, предлагаемого ритейлером. Это и неудивительно, поскольку выгода от сотрудничества с крупной торговой сетью во многом оправдывает значительные риски, которые сопутствуют исполнению контракта. В любом случае поставщики всегда должны учитывать, что приняв те или иные

условия договора поставки, они тем самым соглашаются с их обязательностью для себя (ст. 309, 310 ГК РФ).

Таким образом, содержащиеся в Законе о торговле антимонопольные правила, на наш взгляд, должны носить специальный характер. Так, следует конкретизировать правило, установленное в ч.12 ст.9 Закона о торговле, о запрете включения в договор поставки условий о возмездном оказании услуг и оформлении услуг по продвижению товаров отдельным договором правилом об установлении фиксированной стоимости таких услуг, что рекомендуется и ФАС России¹⁶. В случае нарушения указанного правила и установления стоимости оказанных услуг в зависимости от объема поставляемых товаров такое нарушение должно рассматриваться в качестве дискриминационного условия.

Требует решения вопрос о признании торговой сети занимающей доминирующее положение, что позволит при нарушении императивных правил, установленных в ст.9 Закона о торговле, рассматривать их в качестве нарушений антимонопольного законодательства и устранить имеющиеся в Законе о торговле несостыковки с Законом о защите конкуренции.

§ 1. Нарушения Закона о торговой деятельности на стадии заключения договора

Особое внимание к проблемам исполнения антимонопольных правил Закона о торговой деятельности проявила Федеральная антимонопольная служба (далее – ФАС), которая в 2017 году провела 936 проверок в отношении хозяйствующих субъектов, осуществляющих деятельность посредством организации торговых сетей федерального, регионального (межрегионального) и муниципального уровней. Результаты проверок антимонопольная служба опубликовала в Докладе о состоянии конкуренции в Российской Федерации за 2017 год. Согласно этому Докладу факты, содержащие признаки нарушения антимонопольных правил

¹⁶ Письмо ФАС России от 13 сентября 2016 г. N АК/63121/16 "Об осуществлении контроля (надзора) за соблюдением положений статей 9, 13 - 15 Закона о торговле"

законодательства о торговле были выявлены в 73 регионах Российской Федерации.

Из 17 175 проанализированных договоров по всем торговым сетям, выявлено в общей сложности 2 884 договора поставки и оказания услуг, заключенных с поставщиками продовольственных товаров, с признаками нарушений, что составляет 16,79 % от общего числа проверенных договоров.

В таблице приведены наиболее распространенные нарушения:

Кол-во договоров поставки, где выявлены нарушения	% от общего числа выявленных нарушений	Выявленные нарушения
920	31,9%	признаки нарушений частей 7-8 статьи 9 Закона о торговле, выразившегося в неприведении договоров с поставщиками продовольственных товаров в соответствие с требованиями Закона № 273-ФЗ, а также в заключении новых договоров с поставщиками продовольственных товаров на условиях отсрочки оплаты поставленных продовольственных товаров с нарушением действующего Закона о торговле.
794	27,53%	признаки нарушений части 10 статьи 9 Закона о торговле в части включения в договор поставки запрета на перемену лиц в обязательстве по договору поставки путем уступки права требования.
296	10,26%	признаки нарушений части 4 статьи 9 Закона о торговле, в части установления для поставщиков

		продовольственных товаров обязанностей по выплатам вознаграждений свыше установленного законом размера 5%.
296	10,26%	признаки нарушения части 13 статьи 9 Закона о торговле в части включения в договор поставки условий о возмещении расходов, не связанных с исполнением договора поставки, а именно: о возврате не реализованного поставленных продовольственных товаров с истекшим сроком годности

В общей сложности, было возбуждено 160 дел о нарушении торговыми сетями антимонопольного законодательства, по 62 из которых вынесены решения о признании нарушения. Возбуждено 279 дел об административных правонарушениях в отношении торговых сетей, по итогам рассмотрения которых наложено административных штрафов на общую сумму 29 185 020 рублей.

Многие нарушения антимонопольных правил, установленных Законом о торговой деятельности, имеют место быть еще на начальной стадии, то есть до заключения и исполнения договора поставки продовольственных товаров. Такие нарушения обычно связаны с поведением самой торговой сети или поставщика на рынке.

В ходе анализа судебной практики были выявлены следующие виды нарушений, которые имеют место быть на стадии организации заключения договора поставки продовольственных товаров в торговые сети.

Во-первых, нарушение предписаний закона, связанных с обязательным информированием контрагентов об условиях отбора и об условиях самого договора поставки (§2 Главы 1).

Во-вторых, создание препятствий для доступа на товарный рынок или выхода из товарного рынка других хозяйствующих субъектов (§3 Главы 1).

В-третьих, нарушение имеет место при формировании условий договора торговой сетью, которые потом оформляются путем присоединения. При навязывании условий договора само нарушение имеет место на стадии обсуждения условий договора и до его заключения (§4 Главы 1).

§ 2. Информирование об условиях отбора контрагентов и об условиях договора поставки (ч.1 и ч.2 ст. 9 Закона № 381-ФЗ)

Наиболее часто встречающимся нарушением Закона о торговле является не размещение информации об условиях отбора контрагентов и об условиях договора поставки, что зачастую квалифицируется судами как создание дискриминационных условий (более подробно о создании дискриминационных условий см. §1 главы 2)¹⁷.

В целом, судебная практика по данному вопросу складывается достаточно однообразно. Например, в деле № А40-139000/2014, по которому Арбитражный суд Московского округа вынес Постановление от 15.09.15, где поставщик на протяжении года оплачивал ритейлеру стоимость услуг по рекламированию и продвижению товара в большем размере, чем иные поставщики аналогичной продукции. При этом условия оказания данных услуг для всех поставщиков были сопоставимы и представляли примерно одинаковый объем действий. Но из-за неравных условий доступа к информации поставщики несли разные затраты за одни и те же услуги. ФАС привлекла ритейлера к ответственности по части 1 статьи 14.40 КоАП и назначила 2 млн рублей штрафа. Торговая сеть оспорила постановление ФАС в суде.

Суды трех инстанций признали постановление ФАС законным. Торговая сеть ограничила доступ к информации и создала дискриминационные условия для поставщика. Суды дополнительно сослались на мировое соглашение между ФАС и заявителем, в котором ритейлер признал нарушение пункта 1 части 1 статьи 13 закона о торговле.

¹⁷ Постановление арбитражного суда московского округа от 23 мая 2017 г. по делу N А40-207325/16, Постановление Девятого арбитражного апелляционного суда от 20 февраля 2017 г. N 09АП-1659/2017-АК

Также важно отметить, что информация об условиях заключения договора поставки продовольственных товаров обязательно должна находиться в открытом доступе. Такой вывод сделал Арбитражного суда Восточно-Сибирского округа в Постановлении от 21.03.2019 N Ф02-725/2019 по делу N А74-12347/2018.

Суть дела заключается в следующем: антимонопольный орган привлек к ответственности поставщика продовольственных товаров в торговые сети за то, что доступ к установленной законом информации ограничен по субъектному составу получателей такой информации - торговые сети. По мнению заявителя кассационной жалобы – поставщика, Федеральный закон N 381-ФЗ не содержит запрет на размещение информации в ограниченном доступе, напротив, предоставляет такое право владельцу сайта и обладателю информации.

Однако суд занял сторону антимонопольного органа, признав неверным такое толкование части 2 статьи 9 Федерального закона N 381-ФЗ вслед за Конституционным Судом Российской Федерации. Правовая позиция Конституционного Суда Российской Федерации была изложена в Определении от 20.12.2018 N 3149-О «Об отказе в принятии к рассмотрению жалобы акционерного общества "АЯН" на нарушение конституционных прав и свобод частью 2 статьи 9 Федерального закона "Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации».

Как указал Конституционный Суд Российской Федерации, предусмотренная оспариваемым законоположением обязанность хозяйствующего субъекта, осуществляющего поставки продовольственных товаров, обеспечивать хозяйствующему субъекту, осуществляющему торговую деятельность посредством организации торговой сети, доступ к информации об условиях отбора контрагента для заключения договора поставки продовольственных товаров и о существенных условиях такого договора путем размещения соответствующей информации на своем сайте в

информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» обусловлена необходимостью развития торговой деятельности, формированием конкурентной среды, соблюдением прав и законных интересов населения (часть 2 статьи 1 Федерального закона "Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации"), что предполагает установление беспрепятственного доступа к указанной информации, не обусловленного волей лица, обязанного разместить эту информацию на своем сайте. Оспариваемое законоположение ориентировано на недопущение экономической деятельности, направленной на монополизацию и (или) недобросовестную конкуренцию.

Таким образом, неисполнение обществом обязанности по предоставлению хозяйствующему субъекту доступа к информации об условиях отбора контрагента для заключения договора поставки создает препятствия для доступа на товарный рынок или выхода из товарного рынка других хозяйствующих субъектов. Ответственность за данное правонарушение предусмотрена статьей частью 2 статьи 14.40 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях также в виде назначения штрафа. Максимальный размер санкции для компании составляет 5 млн. руб.

Однако встречается практика, когда непредоставление запрошенной контрагентом существенной информации не признавалось нарушением антимонопольных правил закона о торговле (постановление ВС РФ от 05.07.16 № 310АД16-4893 по делу № А64-2325/2015).

На практике нередко административные органы наказывают организации по указанной статье даже за сам факт отсутствия на официальном сайте информации об условиях отбора поставщиков. Это является неправомерным, поскольку административная ответственность установлена именно за непредоставление запрашиваемой информации, а не за ее отсутствие на сайте.

Согласно сложившейся судебной практике правонарушением признается непредоставление соответствующим хозяйствующим субъектом упомянутой информации на запрос, полученный со стороны контрагента, а не отсутствие информации на сайте (п. 28 Обзора судебной практики Верховного суда РФ N 1 (2018), утвержденного Президиумом Верховного суда РФ 28.03.2018). Нормы законодательства об административных правонарушениях не предполагают расширительного толкования (постановление Семнадцатого арбитражного апелляционного суда от 26.01.2018 по делу N А60-57502/2017).

Таким образом, отсутствие на сайте поставщика или ритейлера необходимой информации само по себе еще не образует состава административного правонарушения. Для привлечения к ответственности необходимо совершение соответствующих противоправных действий в виде непредоставления информации (решение АС Иркутской области от 05.04.2018 по делу N А19-4262/2018). Отсутствие данных на сайте не исключает возможности получения информации иным способом, в частности, посредством обращения к контрагенту, и лишь при отказе последнего ее предоставить возникают условия для привлечения нарушителя к административной ответственности (решение АС Воронежской области от 26.03.2018 по делу N А14-24790/2017).

В Докладе Федеральной антимонопольной службы за 2017 год отмечается, что 12 % нарушений от общего числа связаны именно с нераскрытием информации об условиях отбора контрагента и о существенных условиях договора. При этом многие региональные и местные торговые сети даже не имеют официальных сайтов.

Кроме того, не только отсутствие информации может рассматриваться как создание дискриминационных условий, но и размещение неполных данных, с общими формулировками, не дающими конкретной информации об условиях заключения договоров. Например, такие общие формулировки, как «высокое качество товаров» или «лучшие ценовые предложения». Такая информация не позволяет определить потребности торговой сети в товарах

и сформировать предложения по условиям поставок. В результате компания, у которой нет информации, не может конкурировать с другими поставщиками, а ритейлер формально может отклонить любое предложение поставщика (определение ВАС РФ от 02.08.12 по делу № А60-35180/2011, постановление Семнадцатого арбитражного апелляционного суда от 12.12.2013 N 17АП-14431/2013-АК).

Ранее мы анализировали информацию, которую размещают на своих сайтах крупные торговые сети об условиях выбора поставщиков. Такие формулировки, как, например, «высокое качество товаров» и «конкурентоспособные цены» встречаются практически у каждого из них.

Более того, нарушение предписания, указанного в части 1 статьи 9 Закона о торговой деятельности, некоторыми судами квалифицируется как создание препятствий для доступа на рынок оптовой реализации бакалейной продукции (постановление ВС РФ от 05.07.2016 № 310-АД16-4893 по делу № А64-2325/2015).

Как мы видим, основной проблемой применения данного Федерального закона в области раскрытия информации об условиях отбора поставщиков и торговых сетей является разнообразное толкование части 1 статьи 9, а также п.1 ч.1 ст.13. В частности, некоторые суды признают действия ритейлера незаконным¹⁸, а другие не видят в этом нарушений положений закона¹⁹. Отсутствие в Законе о торговле четкой регламентации содержания, состава информации об условиях отбора контрагента для заключения договора поставки продовольственных товаров и о существенных условиях такого договора, предусмотренной частью 1 статьи 9 закона, стандарта раскрытия такой информации затрудняет возможность объективной оценки полноты/неполноты такой информации и квалификации ее объема и содержания с точки зрения наличия административных правонарушений.

¹⁸ Постановление АС Московского округа от 15.09.15 по делу № А40-139000/2014

¹⁹ Постановление ВС РФ от 05.07.16 № 310АД16-4893 по делу № А64-2325/2015

Такая ситуация порождает различные толкования применения данной нормы участниками рынка, территориальными органами ФАС России и судами.

Многие региональные и местные торговые сети даже не имеют официальных сайтов. Поэтому мы считаем, что для единообразия практики законодателю необходимо дать подробные разъяснения, на которые будут ориентироваться ритейлеры, при этом учесть в них масштабы торговой сети, так как не у всех есть необходимость в наличии, к примеру, официального сайта в сети Интернет.

§ 3. Создание препятствий для доступа на товарный рынок или выхода из товарного рынка других хозяйствующих субъектов (п. 2 ч. 1 ст. 13 Закона № 381-ФЗ)

П. 2 ч. 1 ст. 13 Закона о торговой деятельности установлен запрет хозяйствующим субъектам, осуществляющим торговую деятельность по продаже продовольственных товаров посредством организации торговой сети, и хозяйствующим субъектам, осуществляющим поставки продовольственных товаров в торговые сети, создавать препятствия для доступа на товарный рынок или выхода из товарного рынка других хозяйствующих субъектов.

Ответственность за нарушение данного пункта установлена частью 2 статьи 14.40 Кодекса об административных правонарушениях.

В состав данного правонарушения входят следующие четыре элемента:

- 1) Объектом правонарушения являются общественные отношения, связанные с защитой конкуренции при продаже продовольственных товаров посредством организации торговой сети;
- 2) Субъектом правонарушения являются должностные лица и юридические лица;
- 3) Объективную сторону правонарушения составляют действия/бездействия вышеуказанных субъектов, повлекшие создание препятствий для доступа на товарный рынок или выхода из товарного рынка других хозяйствующих субъектов;

4) С субъективной стороны такое правонарушение может быть совершено как умышленно, так и по неосторожности.

Особенностью правоприменения данного пункта является его широкое толкование. Несмотря на то, что согласно ч. 8 ст.4 ФЗ «О защите конкуренции» создание препятствия для доступа на товарный рынок или выхода из товарного рынка других хозяйствующих субъектов является одним из дискриминационных условий, судебная практика с 2016 года разделяет эти правонарушения как общее и специальное. В 2016 году в ст.13 Закона № 381-ФЗ были введены изменения Законом N273-ФЗ, ранее п.1 включал в себя существующий сейчас п.2 ч.1 этой статьи.

В силу размытости формулировки указанного пункта, судебная практика по-разному трактует действия/бездействия хозяйствующих субъектов как создание препятствий для доступа на товарный рынок или выхода из него. Таким образом, появляются спорные моменты квалификации. Например, нарушением п.2 ч.1 ст.13 Закона о торговой деятельности судом было признано необоснованное установление и взимание различной платы за рекламирование и продвижение товаров (постановление АС МО от 25.08.2015 по делу № А40-139013/2014), или создание неравных условий приобретений маркетинговых и прочих услуг для своих контрагентов (постановление Тринадцатого арбитражного апелляционного суда от 03.09.2012 по делу N А56-1963/2012) и т.д.

Препятствием для доступа на товарный рынок является также случаи навязывания заключения вместе с договором поставки договора продвижения товара. К такому выводу пришли Федеральная антимонопольная служба и Федеральный арбитражный суд Северо-Западного округа (Постановление ФАС Северо-Западного округа от 07.10.2013 по делу N А56-34718/2012, Определением ВАС РФ от 24.01.2014 N ВАС-19836/13 отказано в передаче дела N А56-34718/2012 в Президиум ВАС РФ для пересмотра в порядке надзора данного постановления).

Суть дела заключается в следующем. При анализе действующих договоров, заключенных между крупной торговой сетью ООО «Лента» и поставщиками продовольственных товаров, антимонопольный орган установил, что включение в договор ряда пунктов привело в 2010 году к ситуации, когда поставщикам осуществлялись выплаты, несоизмеримые с объемом поставок. При этом денежные суммы в рамках договора оказания услуг не оплачивались поставщиками, а засчитывались Обществом как встречные требования от денежных сумм в рамках договоров поставки.

Антимонопольным органом также установлено, что фактически договор поставки и договор оказания услуг представлял собой один пакет документов (заключение договора оказания услуг невозможно без заключения договора поставки), вознаграждение по договору поставки и договору оказания услуг суммировалось, в связи с чем действительный размер вознаграждения превышал установленные законом на тот момент 10%.

По результатам рассмотрения дела УФАС пришло к выводу о том, что ООО "Лента" нарушает Закон о торговой деятельности путем навязывания поставщикам договора об оказании услуг при заключении договора поставки путем невыгодных для поставщиков условий и включения в перечень предоставляемых услуг прямо запрещенных действующим законодательством, а именно:

- установление совокупного размера вознаграждения, превышающего 10% от цены приобретенных продовольственных товаров (нарушение части 4 статьи 9 Закона о торговле);

- заключение договора поставки продовольственных товаров путем понуждения к заключению договора возмездного оказания услуг, направленных на продвижение продовольственных товаров (нарушение части 12 статьи 9 Закона о торговле);

- требование о внесении хозяйствующим субъектом, осуществляющим поставки продовольственных товаров, платы за право поставок таких товаров хозяйствующему субъекту, осуществляющему торговую деятельность

посредством организации торговой сети, в функционирующие или открываемые торговые объекты (нарушение подпункта "г" пункта 2 части 1 статьи 13 Закона о торговле);

- требование о внесении хозяйствующим субъектом платы за изменение ассортимента продовольственных товаров (нарушение подпункта "д" пункта 2 части 1 статьи 13 Закона о торговле);

- требование о возмещении хозяйствующим субъектом затрат, не связанных с исполнением договора поставки продовольственных товаров и последующей продажей конкретной партии таких товаров (нарушение подпункта "з" пункта 2 части 1 статьи 13 Закона о торговле).

По итогам проверки ООО "Лента" признано нарушившим части 4 и 12 статьи 9, пункт 2 части 1 статьи 13 Закона о торговле.

Также антимонопольная служба проанализировала финансовые показатели различных поставщиков ООО «Лента», и пришла к выводу, что некоторые поставщики выплачивали торговой сети в рамках договора об оказании услуг 31% , 40%, 63%, 82%, 139% и даже 776% от стоимости договоров поставки.

По мнению суда, вывод о неразрывности двух договоров косвенно подтверждается тем, что по итогам 2010 года ни одним поставщиком не был расторгнут договор об оказании услуг. Комиссия УФАС установила, что в рассматриваемом случае расторжение договора оказания услуг автоматически влекло бы за собой расторжение договора поставки.

Таким образом, антимонопольная служба провела комплексный анализ деятельности ООО «Лента» с целью доказать наличие в действиях общества признаков нарушения части 12 статьи 9 Закона о торговле, что также повлекло создание препятствий для доступа на товарный рынок.

В целом, судебная практика в силу абстрактности формулировки п.2 ч.1 данной статьи конкретизирует и уточняет ее, однако не всегда, как мы видим, бывает единообразна.

§ 4. Навязывание несправедливых условий договора и заключение договора, содержащего условия о возврате скоропортящихся товаров (п. 4 ч. 1 ст. 13 и п. 6 ч.1 ст.13 Закона № 381-ФЗ)

Пунктом 4 части 1 статьи 13 Федерального закона от 28.12.2009 года №381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» хозяйствующим субъектам, осуществляющим торговую деятельность по продаже продовольственных товаров посредством организации торговой сети, и хозяйствующим субъектам, осуществляющим поставки продовольственных товаров в торговые сети, запрещается навязывать контрагенту:

а) условия о запрете на заключение договоров поставки продовольственных товаров с другими хозяйствующими субъектами, осуществляющими аналогичную деятельность, а также с другими хозяйствующими субъектами на аналогичных или иных условиях;

б) условия об ответственности за неисполнение обязательства хозяйствующего субъекта о поставках продовольственных товаров на более выгодных условиях, чем условия для других хозяйствующих субъектов, осуществляющих аналогичную деятельность;

в) условия о предоставлении хозяйствующим субъектом контрагенту сведений о заключаемых данным хозяйствующим субъектом договорах с другими хозяйствующими субъектами, осуществляющими аналогичную деятельность;

г) условия о снижении хозяйствующим субъектом, осуществляющим поставки продовольственных товаров, их цены до уровня, который при условии установления торговой надбавки (наценки) к их цене не превысит минимальную цену таких товаров при их продаже хозяйствующими субъектами, осуществляющими аналогичную деятельность;

д) условия о возврате хозяйствующему субъекту, осуществившему поставки продовольственных товаров, таких товаров, срок годности на которые установлен свыше тридцати дней, за исключением случаев, если

возврат таких товаров допускается или предусмотрен законодательством Российской Федерации;

е) иные условия, не относящиеся к предмету договора и (или) содержащие существенные признаки условий, предусмотренных подпунктами "а" - "д" пункта 4 части 1 статьи 13 Закона о торговле.

Ответственность за нарушение данного пункта установлена частью 4 статьи 14.40 Кодекса об административных правонарушениях.

В состав данного правонарушения входят следующие четыре элемента:

- 1) Объектом правонарушения являются общественные отношения, связанные с защитой конкуренции при продаже продовольственных товаров посредством организации торговой сети;
- 2) Субъектом правонарушения являются должностные лица и юридические лица;
- 3) Объективную сторону правонарушения составляют действия/бездействия вышеуказанных субъектов, повлекшие навязывание несправедливых условий договора своим контрагентам;
- 4) С субъективной стороны такое правонарушение может быть совершено как умышленно, так и по неосторожности.

Благодаря тому, что рассматриваемый пункт является наиболее подробным из всех, это в значительной степени облегчает правоприменение. Однако как видно из условий Закона перечень условий данных в этом пункте, которые хозяйствующие субъекты не имеют права навязывать своим контрагентам, не является закрытым. Данное утверждение подтверждается судебной практикой. Например, в Постановлении Пятнадцатого арбитражного апелляционного суда от 27 октября 2016г. по делу № А32-10854/2016 суд прямо почеркнул: «перечень действий, рассматриваемых как навязывание контрагенту условий, создание дискриминационных условий, вопреки доводам общества, не является закрытым».

Суд по данному делу признал решение антимонопольного органа о признании в действиях ООО "АШАН" факта навязывания ООО

"Тихорецкий пивоваренный завод" заведомо невыгодных условий годового соглашения посредством угрозы блокирования возможности заказа продукции ООО "Тихорецкий пивоваренный завод" и последующего блокирования такой возможности при наличии действующего договора поставки и годового соглашения.

ООО "Тихорецкий пивоваренный завод" выразил несогласие с предлагаемыми условиями. В целом, навязываемые условия сводились к тому, что ООО "Тихорецкий пивоваренный завод" был обязан задним числом принять на себя обязательства по выплате бонусов и предоставлению скидок в большем размере, приобретению рекламных и маркетинговых услуг, а также ряд иных невыгодных условий. Например, условие о штрафе в размере 2% от стоимости полученного за 12 месяцев товара за такие нарушения, как «неопрятная одежда или нечистая обувь мерчендайзеров».

Другим распространенным способом нарушения данного пункта является повышение штрафных санкции для поставщиков. В Докладе антимонопольной службы за 2017 год было выявлено, что в новых договорах поставки продовольственных товаров торговые сети существенно увеличивают штрафы в отношении поставщиков продовольственных товаров за некорректные документы, расхождения в ассортименте, наименовании товаров при поставке, недопоставке, поставке некачественного товара и т.д.

Зачастую в перезаключенных договорах, подготавливаемых торговыми сетями и предлагаемых к заключению поставщикам, предусмотрены необоснованно завышенные штрафы, которые явно несоразмерны с последствиями нарушений.

К примеру, в договорах поставки одной федеральной торговой сети размер штрафных санкций для разных поставщиков за аналогичные нарушения условий договоров поставки варьируется от 5 тыс. руб. до 500 тыс. руб. и не имеет привязки к категории поставляемого товара, объемам поставок и иным экономически обоснованным критериям.

Вышеизложенное, по мнению ФАС, может свидетельствовать не о намерении торговой сети побудить поставщиков к исполнению условий договора, а о желании торговой сети получить дополнительную выгоду в целях компенсации снижения доходности, вызванной принятием Закона № 273-ФЗ.

Обращает на себя внимание тот факт, что в договорах поставки ряда торговых сетей с поставщиками предусмотрено право потребовать проведение торговой сетью или указанным ей третьим лицом аудита поставщика, то есть проверки деятельности поставщика, позволяющей установить исполнение последним требований нормативных актов к процессам производства, хранения и транспортировки товаров. При этом поставщик обязан обеспечить проведение такого аудита. Аудит проводится на возмездной основе за счет поставщика. Аудит производится относительно документации, описывающей процессы производства, а также зданий и сооружений, непосредственно используемых в процессах производства, хранения, перевозки, реализации сырья и готовой продукции. Отказ поставщика от обеспечения аудита является основанием для отказа торговой сетью от исполнения договора.

Так ритейлеры пытаются компенсировать свои потери после ужесточения регулирования. Законодатель пока в этот вопрос прямо не вмешивается. Но такие действия не соответствуют статье 12 Кодекса добросовестных практик взаимоотношений между торговыми сетями и поставщиками потребительских товаров.

Цитируем Кодекс добросовестных практик:

«При установлении неустойки за неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательств в договоре должен быть согласован полный перечень неустоек, также должна быть обеспечена прозрачность условий применения неустоек в случае неисполнения или ненадлежащего исполнения обязательств, а также соразмерность неустоек последствиям нарушения обязательства. <...>

Подход к определению размера и порядка применения неустойки должен иметь характер, связанный с непосредственным неисполнением стороной обязательств, а неустойка быть соразмерной существу нарушения».

Важно также отметить, что само по себе заключение такого рода соглашений между контрагентами не запрещено, запрещено лишь навязывание другой стороне подобных условий. Согласно дефиниции определения навязывания условий договора, зафиксированному в подп. 3 п. 1 ст. 10 Федерального закона от 26 июля 2006 г. N 135-ФЗ «О защите конкуренции», запрещено давать «согласие заключить договор при условии внесения в него положений относительно товара, в котором контрагент не заинтересован». В доктрине же под навязыванием контрагенту условий договора обычно понимают «принуждение контрагента к заключению договора на условиях, невыгодных для него или не относящихся к предмету договора»²⁰.

Одним из ярких примеров в судебной практике навязывания невыгодных условий является дело крупной торговой сети «Лента». Управление ФАС по Ростовской области выявило, что ООО «Лента» навязывало поставщикам невыгодные условия путем подписания единым пакетом договора поставки и договора об оказании услуг, тем не менее, скрытые бонусы (суммы вознаграждений за услуги) засчитывались как встречные требования от денежных сумм по договору поставки. Суды первой и апелляционной инстанций признали незаконным и отменили постановление антимонопольного ведомства, ссылаясь на недоказанность нарушений. Однако кассационный суд поддержал позицию антимонопольного органа, а ВАС РФ отказал в передаче дела в Президиум (Постановление ФАС Северо-Западного округа от 07.10.2013 по делу № А56-34718/2012).

В целом, как показывает практика, для того, чтобы доказать отсутствие навязывания своих услуг поставщику, ритейлеру будет вполне достаточно

²⁰ Петров Д.А. Навязывание условий договора как вид злоупотребления доминирующим положением // Юрист. 2010. N 11. С. 34.

представить договоры поставки с другими контрагентами, заключенные в аналогичный период, которые не содержали никаких дополнительных обязательств. Данное обстоятельство может свидетельствовать о том, что переговорные возможности поставщика в такой ситуации изначально не были ограничены и он мог настаивать на исключении спорных условий, предложив свою редакцию (постановление Арбитражного суда Волго-Вятского округа от 07.04.2016 по делу N А38-5010/2015). Для того чтобы противодействовать таким недобросовестным действиям ритейлеров, поставщики должны оперативно подавать жалобы на допущенные нарушения в антимонопольное ведомство с целью принятия мер.

Совсем недавно (Федеральным законом от 28.11.2018 N 446-ФЗ) были внесены некоторые поправки в рассматриваемый пункт. В старой редакции был установлен запрет навязывать контрагенту условия о возврате поставщику продовольственных товаров, не проданных по истечении определенного срока, а в новой – продовольственных товаров, срок годности на которые установлен свыше 30 дней. Исключение составляют по-прежнему случаи, когда возврат таких товаров допускается или предусмотрен законодательством РФ.

В новом пункте 6 части 1 статьи 13, который был введен в действие вышеуказанным Федеральным законом от 28.11.2018 N 446-ФЗ. Законодатель ввел запрет заключать между собой договор, содержащий условие о возврате хозяйствующему субъекту, осуществившему поставки продовольственных товаров, таких товаров, на которые срок годности установлен до тридцати дней включительно, либо о замене таких товаров на такие же товары, либо о возмещении их стоимости. Также за исключением случаев, если иное допускается или предусмотрено законодательством Российской Федерации.

Таким образом, теперь торговым сетям нельзя, во-первых, навязывать контрагенту условия о возврате товаров со сроком годности свыше 30 дней,

а, во-вторых, в принципе заключать договоры с условием о возврате товара со сроком годности до 30 дней включительно.

Договоры, заключенные до 9 декабря 2018 года, нужно привести в соответствие этими изменениями не позже 6 июня 2019 года.

Ранее в 2017 году Федеральная антимонопольная служба в своем Докладе отмечала проблемы, которые возникают на практике при реализации положений «старого» пункта «д». По результатам обобщения и анализа проведенных проверочных мероприятий было выявлено 296 договоров, предусматривающих возможность возврата торговой сетью в адрес поставщика нереализованного товара с истекшим сроком годности.

Во многих случаях такой возврат осуществляется с заменой на аналогичный свежий товар, либо по стопроцентной закупочной цене путем вычета стоимости возвращенного товара из суммы долга торговой сети перед поставщиком.

Также Антимонопольная служба отметила в этом Докладе, что включение в договоры поставки условия о возврате товара с истекшим сроком годности не отвечает положениям гражданского законодательства, свидетельствует о злоупотреблении правом со стороны покупателя и нарушении прав и законных интересов поставщика, поскольку приводит к дополнительным расходам и издержкам.

Как мы видим, нарушения в сфере навязывания несправедливых условий договора могут быть весьма специфическими, а штрафы за них очень большие (до 5 млн. руб).

Таким образом, как показывает судебная практика, торговые сети часто навязывают поставщикам условия, которые законны по форме, но не выгодны по существу. В силу свободы договора стороны могут прийти к такому соглашению, которое устроит всех участников. Неприятные последствия начинаются, когда поставщик отказывается работать на таких условиях. В этом случае сеть начинает пользоваться своей рыночной властью и эти условия навязывать. Закон такое поведение запрещает (Постановление

Арбитражного суда Северо-Кавказского округа от 22.02.2017 N Ф08-210/2017 по делу N А32-10854/2016).

Формулировка п.4 ч.1 ст.13 предполагает распространительное толкование в силу подп. «е», однако это единственный пункт, который перечисляет конкретные примеры навязывания условий контрагенту. Вопреки этому, анализ дел показал, что торговые сети подстроились под существующую редакцию, и нередко действуют в обход, ссылаясь на презумпцию свободы договора. На практике очень сложно доказать наличие именно «навязывания» условий.

Глава 2. Защита конкуренции в ходе исполнения договоров, заключенных торговой сетью с поставщиками товаров.

Следующим этапом организации продажи продовольственных товаров является исполнение договора поставки в торговую сеть.

Закон о торговой деятельности устанавливает правила оплаты продовольственных товаров в случае, если такая оплата наступит через определенное время после их передачи в торговую сеть. Часть 7 статьи 9 выделяет три варианта оплаты:

- 1) для товаров со сроком годности менее чем 10 дней – оплата должна быть произведена в срок не позднее, чем 8 рабочих дней;
- 2) для товаров со сроком годности от 10 до 30 дней включительно – не позднее 25 календарных дней;
- 3) для товаров со сроком годности свыше 30 дней, а также для алкогольной продукции, произведенной на территории РФ – не позднее, чем 40 календарных дней.

Сроки исчисляются со дня фактического получения продовольственных товаров торговой сетью. Также не позднее трех рабочих дней со дня фактического получения продовольственных товаров поставщик обязан передать документы, относящиеся к поставкам таких товаров, а торговая сеть обязана их принять (ч. 8 ст. 9).

Принятие части 7 статьи 9 Закона о торговой деятельности Кондакова А.А. в статье «Место факторинга и схожих финансовых инструментов в торговых отношениях»²¹ называет «расцветом» факторинга (финансирование под уступку денежного требования).

Согласно статье 824 Гражданского кодекса РФ по договору финансирования под уступку денежного требования финансовый агент передает или обязуется передать клиенту денежные средства в счет денежного требования клиента (кредитора) к третьему лицу (должнику),

²¹ Кондакова А.А. Место факторинга и схожих финансовых инструментов в торговых отношениях // Торговое право. 2012. N 5. С. 33 - 41.

вытекающего из предоставления клиентом товаров, выполнения им работ или оказания услуг третьему лицу, а клиент уступает или обязуется уступить финансовому агенту это денежное требование.

Ассоциация факторинговых компаний (АФК) даже обратилась в ФАС с предложением внести изменения в ч. 7 ст. 9 Закона о торговой деятельности, предусматривающие распространение действия указанной нормы только на хозяйствующих субъектов, которые не находятся на факторинговом обслуживании. Однако Протоколом N 1 совместного заседания Экспертного совета по развитию конкуренции в сфере розничной торговли и Экспертного совета по защите конкуренции на рынке финансовых услуг ФАС России от 20.01.2011 данное предложение было отклонено.

Более того, в своем Методическом пособии²² ФАС не только не одобрила позицию АФК, но и дала прямо противоположные разъяснения: «В случае заключения договора финансирования под уступку денежного требования, согласно которому финансовый агент передает или обязуется передать клиенту - хозяйствующему субъекту, осуществляющему поставки продовольственных товаров, денежные средства в счет денежного требования поставщика к третьему лицу - хозяйствующему субъекту, осуществляющему торговую деятельность, возникающего при реализации заключенного между поставщиком и торговой организацией договора, а поставщик уступает или обязуется уступить финансовому агенту это денежное требование, торговая организация должна погасить денежное требование финансового агента с учетом правил определения сроков оплаты продовольственных товаров, установленных в ч. 7 ст. 9 Закона о торговой деятельности. Несоблюдение указанных правил будет рассматриваться ФАС в качестве нарушения Закона о торговле».

ФАС также разъяснила, что в случае уступки поставщиком финансовому агенту денежного требования к торговой организации по договору

²² Урюкина Е.В., Кузнецова Е.А., Кандрашин Я.А., Кожевников А.В., Шубин А.Н. Антимонопольное регулирование в области торговой деятельности. Методическое пособие для предпринимателей

факторинга торговая организация должна погасить это денежное требование в сроки, указанные в ч. 7 ст. 9 Закона о торговле.

Важно отметить, что торговая сеть не вправе настойчиво рекомендовать своему поставщику какую-либо конкретную факторинговую компанию - в этом ФАС также может усмотреть нарушение норм антимонопольного законодательства. Как это произошло в 2009 году, еще до вступления в силу Закона о торговле. ФАС вынесло решение²³ в отношении АО «Тендер» (супермаркет «Магнит»), где выявило в действиях Общества признаки нарушения Закона о конкуренции, которые выразились в том, что Общество настоятельно «рекомендовало» своим поставщикам работать с определенными факторинговыми компаниями.

Таким образом, подобная координация экономической деятельности хозяйствующих субъектов может привести к разделу товарного рынка по составу продавцов и экономически не обоснованному отказу от заключения договоров с определенными продавцами.

Важное положение также содержит часть 10 статьи 9 Закона о торговле. В договоре поставки продовольственных товаров не допускается установление запрета на перемену лиц в обязательстве по такому договору путем уступки требования, а также ответственности за несоблюдение указанного запрета сторонами такого договора. Исполнение (реализация) указанного договора в соответствующей части не допускается.

На практике, помимо случаев с несвоевременной оплатой по договору поставки, часто встречаются случаи, когда торговые сети оспаривают решения Федеральной антимонопольной службы о привлечении к ответственности по признакам нарушения данных положений статьи 9 Закона о торговле. Суды нередко встают на сторону хозяйствующих субъектов, осуществляющих торговую деятельность, признав административное правонарушение, ответственность за которое предусмотрено частью 3 статьи 14.42 Кодекса об административных

²³ Решение УФАС г. Москвы по делу №1 11/115-09 в отношении ЗАО «Тендер» от 12.10.2009

правонарушениях, малозначительным, в связи с отсутствием существенной угрозы охраняемым общественным отношениям и отягчающих вину обстоятельств (например, Определение Верховного Суда РФ от 05.10.2018 N 302-АД18-16266 по делу N А19-19227/2017, Постановление Арбитражного суда Центрального округа от 18.04.2018 N Ф10-762/2018 по делу N А48-5178/2017).

Как мы видим, сам этап исполнения договора поставки практически не регламентируется Законом о торговой деятельности, так как вполне достаточно общих положений Гражданского Кодекса Российской Федерации о договорах поставки. Дополнением к нормам закона служит Кодекс добросовестных практик взаимоотношений между торговыми сетями и поставщиками потребительских товаров (далее – Кодекс добросовестных практик, Кодекс), утвержденный Федеральной антимонопольной службой Российской Федерации. На данный момент к Кодексу присоединились многие торговые сети, так как он ориентирует участников гражданского оборота на добросовестное и разумное поведение, учет экономических факторов и интересов партнеров при обсуждении и исполнении контрактов, а также изменении их условий.

Кодекс добросовестных практик содержит рекомендации в части обеспечения поставщиком бесперебойных поставок в торговую сеть продукции в соответствии с условиями договора поставки. Вывод тех или иных товаров из ассортиментной матрицы торговой сети, равно как и прекращение поставок поставщиком, должны быть предсказуемыми, чтобы стороны договора поставки имели возможность осуществить поиск альтернативного контрагента и на весь период сворачивания сотрудничества в этой части завершили полное выполнение взаимных обязательств.

Определенные рекомендации рассматриваемый Кодекс предусматривает для сторон договора поставки при согласовании неустоек за нарушение обязательств, ориентируя их на разумное поведение, учет соразмерности процентных ставок последствиям нарушения, хотя вряд ли те штрафы,

которые включают ритейлеры в свои типовые договоры поставки, можно назвать разумными. Финансовые санкции во многих случаях носят карательный характер и не соответствуют компенсационной природе неустойки, позволяя тем самым ритейлерам дополнительно зарабатывать прибыль за счет нарушений со стороны поставщика или экономить на оплате в случае удержания начисленных штрафов из суммы оплаты за товар, причитающейся поставщику.

Также согласно Кодексу при размещении торговой сетью заказа на поставку потребительских товаров заказ считается согласованным сторонами и обязательным для его исполнения после подтверждения возможности его исполнения поставщиком в порядке, определяемом договором поставки. Поставщик и торговая сеть согласуют минимальный объем заказа в одну точку доставки («квант заказа») за единицу времени, максимальный единовременный объем заказа в одну точку доставки, адреса доставки, а также процедуру размещения и согласования заказа.

В целом положения Кодекса добросовестных практики позволяют качественно улучшить процедуру исполнения договоров поставки и устранять конфликтные ситуации между поставщиками и ритейлерами, которые могут передать свой спор относительно условий применения данного документа на разрешение специальной Комиссии по применению Кодекса добросовестных практик – своеобразный «третейский суд» для ритейлеров и поставщиков. Решение указанной комиссии при этом не препятствует обращению в суд, если стороны договора поставки не согласны с ним и намерены продолжать отстаивать свою позицию.

Торговая сеть также может отказаться применять нормы Кодекса, ссылку на которые сама же закрепила в договоре с поставщиком. Нельзя сказать, что это влечет прямые негативные последствия для поставщиков, но риски нарушений в этом случае возрастают. Торговым сетям такой отказ ничем не грозит: ни антимонопольная служба, ни специальная Комиссия по применению Кодекса не могут повлиять на их решение.

В марте 2017 года стало известно об отказе двух крупных торговых сетей применять нормы Кодекса. Есть вероятность, что отказ участников рынка следовать разработанным ими же нормам заострит внимание ФАС к подобной практике. Антимонопольная служба может разработать новый пакет ужесточенных правил ведения торговой деятельности.

Организация продажи продовольственных товаров через торговые сети зачастую сопровождается оформлением мероприятий по продвижению товара.

Законом о торговой деятельности также дается дефиниция понятия услуги по продвижению товаров – это услуги, оказываемые хозяйствующим субъектам, осуществляющим поставки продовольственных товаров в торговые сети, в целях продвижения продовольственных товаров, в том числе путем рекламирования продовольственных товаров, осуществления их специальной выкладки, исследования потребительского спроса, подготовки отчетности, содержащей информацию о таких товарах, либо осуществления иной деятельности, направленной на продвижение продовольственных товаров.

Согласно части 11 статьи 9 Закона о торговой деятельности услуги по продвижению товаров, услуги по подготовке, обработке, упаковке этих товаров, иные подобные услуги могут оказываться хозяйствующим субъектом, осуществляющим торговую деятельность, на основании договоров возмездного оказания соответствующих услуг.

Кодекса добросовестных практик содержит положения о согласовании проведения мероприятий по продвижению товаров, в том числе предусматривающие снижение цены поставщиком и предоставление торговой сетью скидки на товар потребителям. Более того, согласно Кодексу в случае, если проведение мероприятий по продвижению товаров, проводимых одной из сторон не требует от другой стороны изменения ценовых, количественных или других условий поставки или реализации товара, выплат или компенсаций в сторону проводящей акцию стороны по

договорам маркетинговых или прочих услуг, а также не предусматривает использование товаров или брендов (товарных знаков) одного поставщика для продвижения товаров и/или брендов (товарных знаков) другого поставщика, то согласование второй стороны не требуется.

Часть 12 приведенной статьи содержит запрет на включение в договор поставки условий о совершении торговыми сетями действий, связанных с оказанием услуг по продвижению товаров, услуг по подготовке, обработке, упаковке этих товаров, иных подобных услуг. При заключении и (или) исполнении (реализации) договора поставки продовольственных товаров запрещается понуждение контрагента к заключению договора возмездного оказания услуг (в том числе с третьими лицами), направленного на оказание услуг по продвижению товаров, услуг по подготовке, обработке, упаковке этих товаров, иных подобных услуг, а также иных договоров. Под понууждением понимаются действия лица, которые направлены на заключение договора поставки продовольственных товаров, при условии заключения иного договора.

Наказание за нарушение данных предписаний закона установлено частями 5 и 6 статьи 14.42 Кодекса об административных правонарушениях. Субъектам хозяйственной деятельности за нарушение установленных положений грозит штраф до 5 млн. руб.

§ 1. Создание дискриминационных условий (п. 1 ч. 1 ст. 13 Закона № 381-ФЗ)

П.1 ч.1 ст. 13 Закона о торговой деятельности запрещает торговым сетям и поставщикам создавать дискриминационные условия, определяемые в соответствии с Законом о защите конкуренции.

Дискриминационные условия - условия доступа на товарный рынок, условия производства, обмена, потребления, приобретения, продажи, иной передачи товара, при которых хозяйствующий субъект или несколько хозяйствующих субъектов поставлены в неравное положение по сравнению с

другим хозяйствующим субъектом или другими хозяйствующими субъектами.

По мнению ФАС России, дискриминационные условия могут быть созданы хозяйствующим субъектам, действующим на одном товарном рынке, то есть конкурентам.

Российское антимонопольное законодательство устанавливает запрет на создание **дискриминационных условий** для хозяйствующих субъектов:

1) занимающих доминирующее положение на товарном рынке (п. 8 ч. 1 ст. 10 Закона о защите конкуренции), а также для:

2) торговых сетей и поставщиков продовольственных товаров (ст. 13 Закона о торговой деятельности), **т.е. для двух разных категорий хозяйствующих субъектов.**

При этом для обеих групп хозяйствующих субъектов создания дискриминационных условий, как это следует из содержания п. 1 ч. 1 ст. 13 Закона о торговой деятельности, применяется одно и то же определение понятия таких условий, закрепленное в рассмотренных ранее нормах Закона о защите конкуренции.

В случае нарушения положений п. 8 ч. 1 ст. 10 Закона о защите конкуренции для установления факта создания дискриминационных условий необходимо установить доминирующее положение хозяйствующего субъекта и провести соответствующий анализ товарного рынка.

Согласно п. 1.1 Порядка проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке (далее - Порядок), утвержденного Приказом ФАС России от 28 апреля 2010 г. N 220 (далее - Приказ N 220), соответствующий Порядок разработан и используется для анализа состояния конкуренции в целях установления доминирующего положения хозяйствующего субъекта (хозяйствующих субъектов) и выявления **иных случаев недопущения, ограничения или устранения конкуренции**²⁴. К иным случаям

²⁴ См.: Приказ ФАС России от 28 апреля 2010 г. N 220 "Об утверждении Порядка проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке"

недопущения, ограничения или устранения конкуренции может быть отнесено и создание дискриминационных условий в соответствии с п. 1 ч. 1 ст. 13 Закона о защите конкуренции.

Такое толкование не может не приводить правоприменителя к выводу о том, что для установления факта создания продовольственной торговой сетью (либо поставщиком продовольственных товаров для нее) дискриминационных условий следует изучить условия обращения товара на товарном рынке и состояние конкуренции на нем в соответствии с Приказом N 220.

Кроме того, для установления **дискриминационных условий** в данном случае антимонопольному органу **требуется установить наличие признаков ограничения конкуренции**, указанных в п. 17 ст. 4 Закона о защите конкуренции, что вряд ли позволяет ограничиться простым **указанием на факт ограничения каких-либо прав контрагентов** вне связи с последствиями, перечисленными в п. 17 ст. 4 Закона о защите конкуренции.

Для установления дискриминационных условий применительно к ст. 13 Закона о торговой деятельности, по-видимому, должен применяться тот же Порядок, что и для установления дискриминационных условий, предусмотренных Законом о защите конкуренции. Данный Порядок **не регламентирует какую-либо иную процедуру установления нарушения антимонопольного законодательства** в рассматриваемом случае.

Исходя из определения понятия **дискриминационных условий** для установления факта создания таких условий **необходимо установить, что хозяйствующие субъекты - поставщики продовольственных товаров (торговые сети) находятся в неравных условиях по отношению друг к другу как конкуренты на товарном рынке**, т.е. на рынке, определяемом в соответствии с п. 4 ст. 4 Закона о защите конкуренции. При этом следует разграничивать составы **навязывания невыгодных условий договора** (пп. "а" - "е" п. 4 ч. 1 ст. 13 Закона о торговой деятельности) и **создания**

дискриминационных условий (п. 1 ч. 1 ст. 13 того же Закона), имеющие разные моменты окончания правонарушения.

В соответствии с п. 4 ст. 4 Закона о защите конкуренции товарный рынок - сфера обращения товара (в том числе товара иностранного производства), который не может быть заменен другим товаром, или взаимозаменяемых товаров (далее - определенный товар), в границах которой (в том числе географических), исходя из экономической, технической или иной возможности либо целесообразности, приобретатель может приобрести товар, и такая возможность либо целесообразность отсутствует за ее пределами.

Таким образом, для установления факта наличия дискриминационных условий в отношении одного поставщика или торговой сети вряд ли правильно **ограничиваться изучением рынка одной торговой сети или применительно к одному договору поставки**, в котором могут содержаться дискриминационные условия, а необходимо проводить **анализ товарного рынка в соответствии с Порядком**.

Данный вывод подтверждается анализом соответствующей судебной практики²⁵.

Как правильно указывают суды, для установления факта дискриминации необходимо **провести анализ конкретного товарного рынка**, а также **доказать**, что хозяйствующий субъект поставлен в неравное положение по сравнению с другими хозяйствующими субъектами на исследуемом рынке.

Данный запрет связан с отсутствием объективного обоснования разных цен в отношении одного и того же товара.

Применительно к рассматриваемым отношениям следует признать, что характер дискриминационных условиям договора придает не их формальное

²⁵ Постановление Федерального арбитражного суда Волго-Вятского округа от 17 января 2012 г. по делу N А79-742/2011; Постановление Девятнадцатого арбитражного апелляционного суда от 5 февраля 2014 г. по делу N А36-4330/2013

отличие от условий договоров с иными хозяйствующими субъектами, а ничем не обусловленное неравное положение одних контрагентов по сравнению с другими при прочих равных условиях.

Ответственность за нарушение данного пункта установлена частью 1 статьи 14.40 Кодекса об административных правонарушениях.

В состав данного правонарушения входят следующие четыре элемента:

- 1) Объектом правонарушения являются общественные отношения, связанные с защитой конкуренции при продаже продовольственных товаров посредством организации торговой сети;
- 2) Субъектом правонарушения являются должностные лица и юридические лица;
- 3) Объективную сторону правонарушения составляют действия/бездействия вышеуказанных субъектов, повлекшие создание дискриминационных условий;
- 4) С субъективной стороны такое правонарушение может быть совершено как умышленно, так и по неосторожности.

Особенностью правоприменения данного пункта является то, что дискриминационные условия создаются, в первую очередь, со стороны торговых сетей при взаимодействии с контрагентами, то есть поставщиками. Другая особенность заключается в том, что формулировка рассматриваемого пункта также не отличается четкостью, что порождает спорные моменты квалификации.

В ходе исследования было выявлено три основные группы нарушений, которые повлекли создание дискриминационных условий.

1. Наиболее часто встречалось нарушение, связанное с информированием об условиях отбора контрагентов и об условиях договора поставки (то есть нарушение положений ч.1 и ч.2 статьи 9 Закона № 381-ФЗ).

Ранее мы уже говорили об обязанности торговых сетей и поставщиков обеспечивать доступ к информации об условиях отбора контрагента для

заключения договора поставки продовольственных товаров и о существенных условиях такого договора. Соответствующая информация должна быть размещена на сайте организации в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (см. § 2 Главы 1).

2. Другим наиболее часто встречающимся нарушением п.1 ч.1 ст.13 является установление различной платы за услуги разных поставщиков. Практика по данному вопросу крайне неоднозначна.

Одним из ярких примеров дискриминации торговыми сетями поставщиков служит дело ООО «АТАК» (группа «Ашан»). ФАС России выявила в действиях общества дискриминацию при установлении стоимости услуги по проведению исследования тенденций покупательского спроса, а также в установлении цен на услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов, определяемых в процентах от общей цены поставленных товаров, при взимании различной платы за одинаковый объем. Ведомство выдало предписание, обязав торговую сеть установить фиксированную экономически обоснованную стоимость услуги, довести до сведения поставщиков информацию относительно возможности внесения изменений в договоры, а также предоставлять ее иным поставщикам в рамках процедуры заключения договора возмездного оказания услуг.

Суды в трех инстанциях поддержали выводы ФАС России, мотивируя свои решения тем, что поставщики получают одни и те же услуги, при предоставлении которых торговая сеть несет равные затраты. При взимании с поставщиков различной платы создаются дискриминационные условия, препятствующие доступу на рынок, поскольку отдельные поставщики получают явное преимущество по затратам на услугу (Постановление АС Московского округа от 24.12.2014 № Ф05-14759/2014 по делу № А40-149833/2013).

ФАС России признала, что ООО «МЕТРО Кэш энд Керри» создавало дискриминационные условия для поставщиков рыбы и рыбной продукции путем установления цены на услугу по рекламированию от оборота

и различной платы за одинаковый объем услуг. Суды поддержали данную позицию, при этом в части обжалования постановления о привлечении к административной ответственности дело было направлено на новое рассмотрение (Постановление ФАС Московского округа от 10.04.2014 № Ф05-2235/14 по делу № А40-55495/12-21-533). По информации, опубликованной антимонопольным органом на официальном сайте, в итоге было возбуждено и рассмотрено 65 дел об административных правонарушениях. Антимонопольный орган отмечает это дело как наиболее значимое по признакам нарушения п. 1 ч. 1 ст. 13 Закона № 381-ФЗ.

Далее антимонопольный орган признал сеть устанавливающей дискриминационные условия, когда для различных поставщиков молочной продукции была предусмотрена плата за размещение рекламы на страницах журнала в зависимости от товарооборота в диапазоне 2,5–18%, что поставило их в неравные условия. Однако суды сочли, что торговая сеть не занимает доминирующее положение и не создает дискриминационных условий для поставщиков, стороны соглашения свободны в установлении цены услуги, а договор возмездного оказания услуг заключался обществом с поставщиками по их волеизъявлению и без принуждения (Постановление ФАС Северо-Кавказского округа от 03.10.2013 по делу № А53-32909/2012, Определение ВАС РФ от 24.01.2014 № ВАС-19922/13).

Также подтверждением неоднозначности позиции судов в отношении установления различных цен на услуги в зависимости от оборота, процента поставленных или закупленных товаров служат также дела ООО «Любавушка» и ООО «Партнер-маркет» (Постановление ФАС Северо-Западного округа от 20.08.2012 по делу № А56-55379/2011, ФАС Западно-Сибирского округа от 01.11.2012 по делу № А70-1572/2012). В обоих случаях суды не согласились с точкой зрения антимонопольного органа, мотивируя решение недоказанностью факта создания дискриминационных условий.

Позднее ФАС России опубликовало разъяснения "По некоторым вопросам применения Федерального закона от 28.12.2009 N 381-ФЗ "Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации" в редакции Федерального закона от 03.07.2016 N 273-ФЗ". В 4 пункте антимонопольная служба окончательно закрепило свою позицию по вопросу допустимости установления различных отпускных цен на одни и те же товары для различных контрагентов: «характер дискриминационных условиям договора придает не их формальное отличие от условий договоров с иными хозяйствующими субъектами, а ничем не обусловленное неравное положение одних контрагентов по сравнению с другими при прочих равных условиях». Причем под различными условиями понимаются как условия, предусмотренные договором, так и фактические условия сотрудничества.

3. Другое не менее распространенное нарушение положений п.1 ч.1 ст.13 Закона о торговле касается так называемого «места на полке». Практика судов в этом вопросе тоже двояка.

В 2011 г. Управление ФАС по Кемеровской области признало дискриминационными условия установления различных сроков оплаты товаров для поставщиков одной группы продовольственных товаров, а также пункт договора с поставщиком о выделении специального полочного пространства для его продукции. Суды поддержали данную позицию, аргументируя ее тем, что подобные условия свидетельствуют о предоставлении одному поставщику более выгодного положения по сравнению с другими (Постановление ФАС Западно-Сибирского округа от 19.10.2011 по делу № А27-2209/2011).

Интересно, что в 2013 г. тот же суд в аналогичном деле ООО «Алые паруса» утверждал, что само по себе включение в договор условия о предоставлении поставщику части торговой площади под размещение его товаров во всей торговой сети не является дискриминацией остальных поставщиков. Согласно позиции суда для установления факта

дискриминации необходимо определить, каким образом указанное условие повлияло на всех поставщиков на рынке, провести анализ иных положений договоров, т. к. одно из них может нивелироваться другими (Постановление ФАС Западно-Сибирского округа от 06.03.2013 по делу № А27-11460/2012).

В целом, на основании проведенного анализа можно сделать вывод, что суды, в большинстве своем, не признавали наличие дискриминационных условий в случае, если такие условия согласованы сторонами в договоре и не были навязаны. Другими словами, суды, ссылаясь на свободу договора, в целом достаточно лояльно относятся к не всегда справедливым их положениям.

Например, условие в договоре поставки о том, что в случае, если поставленные товары не будут реализованы, они подлежат возврату продавцу, не являются созданием дискриминационных условий и не противоречат законодательству (постановление Одиннадцатого арбитражного апелляционного суда от 9 февраля 2017 г. по делу N А65-21924/2016).

Также не является созданием дискриминационных условий установление дополнительных положений о вознаграждении, об ответственности поставщика и других подобных условий договора, если они не оспариваются самими поставщиками (постановление Одиннадцатого арбитражного апелляционного суда от 25 июля 2017 г. по делу N А65-22926/2016).

Однако стоит отметить, что не всегда суды идут по такому принципу, давая сторонам договора возможность самостоятельно избрать условия сотрудничества. В одном судебном решении суд пришел к выводу, что необоснованное установление и взимание различной платы за рекламирование и продвижение товаров является созданием дискриминационных условий (постановление Девятого арбитражного апелляционного суда от 6 июня 2017 г. N 09АП-11013/2017).

Необходимо также иметь в виду, что не всегда в соглашениях хозяйствующих субъектах прямо усматривается создание дискриминационных условий.

Некоторые условия договора могут быть нарушением других требований антимонопольного законодательства, которые, в свою очередь, могут привести к созданию дискриминационных условий.

В частности, п.4 ст.9 Закона № 381-ФЗ установлено, что соглашением сторон договора поставки продовольственных товаров может предусматриваться включение в его цену вознаграждения, выплачиваемого хозяйствующему субъекту, осуществляющему торговую деятельность, в связи с приобретением им у хозяйствующего субъекта, осуществляющего поставки продовольственных товаров, определенного количества продовольственных товаров. Однако п.5 этой же статьи установлено, что такие вознаграждения недопустимы в отношении социально значимых товаров, перечень которых установлен постановлением Правительства.

Таким образом, в ситуации, когда были нарушены приведенные нормы и установлено вознаграждение при торговле хлебом, суд усмотрел нарушение установленного порядка ценообразования, что могло привести к созданию дискриминационных условий (постановление Четвертого арбитражного апелляционного суда от 18 апреля 2017 г. по делу N A19-17792/2016).

Интерес представляет судебное решение, в котором суд не посчитал созданием дискриминационных условий длительное (более трех лет) рассмотрение предложения о заключении договора поставки. Суд аргументировал свое решение тем, что не установлен круг субъектов, по сравнению с которыми истец поставлен в неравное положение и не доказан факт воспрепятствования его к доступу на товарный рынок (определение ВС РФ от 15 сентября 2017 г. N 309-КГ17-12762).

Тем не менее, в другом деле, когда наравне с длительным рассмотрением предложения имело место неразмещение информации об условиях договора в сети интернет, суд в совокупности квалифицировал эти

обстоятельства как создание дискриминационных условий (постановление Федерального Арбитражного Суда Северо-Кавказского округа от 18.12.2013 по делу N А53-7183/2013).

Наконец, судебной практикой сформулировано справедливое правило, в соответствии с которым любые поставщики, независимо от длительности их деятельности на рынке, не должны подвергаться дискриминационным условиям (Постановление ФАС Северо-Кавказского округа от 18.12.2013 по делу N А53-7183/2013).

Основной проблемой правоприменения п.1 ч.1 ст.13 ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в РФ» является отсутствие единообразия практики по поводу спорных положений договоров с поставщиками. А именно одни суды не признают противоречащими закону такие положения договоров, которые устанавливают дополнительные нормы об ответственности, вознаграждении или возврата товаров отдельным поставщикам, а другие указывают, что необходимо устанавливать одинаковые условия для всех поставщиков, относящихся к одной группе.

Следовательно, высшим судебным инстанциям, на наш взгляд, следовало бы дать легальное толкование закона по этому поводу и поставить точку в вопросе, какие положения договоров могут различаться в отношениях с поставщиками, а какие следует привести к единообразию.

§ 2. Нарушение установленного нормативными правовыми актами порядка ценообразования (п. 3 ч. 1 ст. 13 Закона № 381-ФЗ)

Пунктом 3 части 1 статьи 13 Закона № 381-ФЗ хозяйствующим субъектам, осуществляющим торговую деятельность по продаже продовольственных товаров посредством организации торговой сети, и хозяйствующим субъектам, осуществляющим поставки продовольственных товаров в торговые сети, запрещено нарушать установленный нормативными правовыми актами порядок ценообразования.

Ответственность за нарушение данного пункта установлена частью 3 статьи 14.40 Кодекса об административных правонарушениях.

В состав данного правонарушения входят следующие четыре элемента:

- 1) Объектом правонарушения являются общественные отношения, связанные с защитой конкуренции при продаже продовольственных товаров посредством организации торговой сети;
- 2) Субъектом правонарушения являются должностные лица и юридические лица;
- 3) Объективную сторону правонарушения составляют действия/бездействия вышеуказанных субъектов, повлекшие нарушение установленного нормативно правовыми актами порядка ценообразования;
- 4) С субъективной стороны такое правонарушение может быть совершено как умышленно, так и по неосторожности.

В виду того, что объективная сторона правонарушения не отличается конкретностью, это порождает свои особенности правоприменения. Судебная практика уточняет положения данного пункта.

Наиболее часто встречающимся нарушением установленного нормативными правовыми актами порядка ценообразования являются нарушения в части завышения установленных розничных торговых надбавок. Такой вывод можно сделать при анализе сложившейся с момент введения в действие Закона о торговле судебной практики.

На основании статьи 424 Гражданского кодекса Российской Федерации в предусмотренных законом случаях применяются цены (тарифы, расценки, ставки и т.п.), устанавливаемые или регулируемые уполномоченными на то государственными органами²⁶.

Постановлением Правительства РФ от 07.03.1995 № 239 «О мерах по упорядочению государственного регулирования цен (тарифов)» утвержден перечень услуг транспортных, снабженческо-сбытовых и торговых организаций, по которым органам исполнительной власти субъектов

²⁶ Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) : федер. закон от 30 ноября 1994 г. № 51 – ФЗ // Собр. законодательства Рос. Федерации. – 1994. - №32. – Ст. 3301. – (в ред. от 29 июля 2017 г.).

Российской Федерации предоставляется право вводить государственное регулирование тарифов и надбавок²⁷.

Многие субъекты предпринимательской деятельности, в нарушение изложенного, устанавливают цены с завышенными тарифами и надбавками.

В результате проводимых уполномоченными органами проверок, они привлекаются к административной ответственности на основании части 1 статьи 14.6 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, устанавливающей, что завышение регулируемых государством цен (тарифов, расценок, ставок и тому подобного) на продукцию, товары либо услуги, предельных цен (тарифов, расценок, ставок, платы и тому подобного), завышение установленных надбавок (наценок) к ценам (тарифам, расценкам, ставкам и тому подобному), по табачным изделиям завышение максимальной розничной цены, указанной производителем на каждой потребительской упаковке (пачке), - влечет наложение административного штрафа на граждан в размере пяти тысяч рублей; на должностных лиц - пятидесяти тысяч рублей или дисквалификацию на срок до трех лет; на юридических лиц - в двукратном размере излишне полученной выручки от реализации товара (работы, услуги) вследствие неправомерного завышения регулируемых государством цен (тарифов, расценок, ставок и тому подобного) за весь период, в течение которого совершалось правонарушение, но не более одного года²⁸.

В рассмотренных судебных актах размер штрафа для индивидуальных предпринимателей, совершивших административное правонарушение по части 1 статьи 14.6. Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях устанавливался в сумме 50 000 рублей (например, Решение Арбитражного суда Волгоградской области от 23 января 2017 г. по делу №

²⁷ О мерах по упорядочению государственного регулирования цен (тарифов) : Пост. Правительства Рос. Федерации от 07 марта 1995 г. № 239 // Собр. законодательства Рос. Федерации. – 1995. - № 11. – Ст. 997.

²⁸ Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях : федер. закон от 30 декабря 2001 г. № 195 – ФЗ // Собр. законодательства Рос. Федерации. – 2002. - №1 (ч.1). – Ст. 1.

A12-67596/2016, Решение Арбитражного суда Владимирской области от 2 ноября 2016 г. по делу № А11-5884/2016).

Не редко при обжаловании вынесенного в таких делах Постановления уполномоченного органа о привлечении к административной ответственности правонарушение было квалифицировано судом как малозначительное. Суд основывался на том, что правонарушение не создавало существенной угрозы охраняемым общественным отношениям, не причиняло вред интересам граждан, общества и государства (Решение Арбитражного суда Ямало-Ненецкого АО от 22 августа 2016 г. по делу № А81-3327/2016, Решение Арбитражного суда Ярославской области от 18 июня 2016 г. по делу № А82-3217/2016).

Однако в рассматриваемой судебной практике встречаются и случаи, при которых суды приходили к выводу, что субъект предпринимательской деятельности не проявил той степени заботливости и осмотрительности, при соблюдении которых событие правонарушения могло не наступить, имел реальную возможность для соблюдения правил и норм, за нарушение которых частью 1 статьи 14.6 КоАП РФ предусмотрена административная ответственность, однако им не было предпринято всех зависящих от него мер по их соблюдению и, соответственно, отказывался признавать совершенное правонарушение малозначительным (Решение Арбитражного суда Краснодарского края от 29 июля 2016 г. по делу № А32-18425/2016, Решение Арбитражного суда Краснодарского края от 11 марта 2016 г. по делу № А32-152/2016).

Ряд субъектов предпринимательской деятельности пытались оспорить вынесенные уполномоченными органами постановления о привлечении к административной ответственности на основании того, что регулирование цен осуществляло определенное должностное лицо, полномочия которого отражались в приказе о назначении на должность и должностной инструкции. Тем не менее, суды приходили к выводу о том, что руководитель субъекта предпринимательской деятельности не принимал все

зависящие от него меры по соблюдению порядка ценообразования и не контролировал правильность ценообразования и, соответственно, привлекался к административной ответственности (Решение Арбитражного суда Республики Башкортостан от 25 января 2016 г. по делу № А07-27172/2015).

Кроме рассмотренного выше правонарушения, на практике встречается привлечение субъекта предпринимательской деятельности к административной ответственности антимонопольным органом за предусмотрение, в нарушение части 12 статьи 9 Закона о торговле, в договорах с контрагентами обязанности покупателя (контрагента) участвовать в продвижении продукции поставщика (общества) на рынках сбыта, в том числе путем размещения рекламы в СМИ, а также участвовать в иных маркетинговых программах поставщика (Постановление Арбитражного суда Восточно-Сибирского округа от 04.06.2015 N Ф02-2387/2015 по делу №А74-6326/2014, Постановление Арбитражного суда Восточно-Сибирского округа от 19.06.2015 №Ф02-2283/2015 по делу N А74-6327/2014).

В рассматриваемых примерах судебной практики, антимонопольный орган считал, что включение в договор поставки торговой сети условий, прямо запрещенных частью 12 статьи 9 Закона о торговле, оказывает влияние на общую цену договора, и, следовательно, нарушает порядок ценообразования договора поставки, в котором цена должна определяться исключительно из цены продовольственных товаров, установленной соглашением сторон.

Тем не менее, суды приходили к выводу о том, что доказанность правонарушения, предусмотренного частью 12 статьи 9 Федерального закона №381-ФЗ не доказывает автоматически нарушение, предусмотренное пунктом 3 части 1 статьи 13 Федерального закона №381-ФЗ.

Таким образом, суды указывали на то, что проверяющими лицами антимонопольного органа указано только на выявленный факт нарушения

заявителем части 12 статьи 9 Закона о торговле, поэтому антимонопольным органом при проведении проверки не установлены нарушения антимонопольных правил, предусмотренных главой 3 Закона о торговле, и, в частности, статьей 13 названного Закона.

Другим часто встречающимся нарушением в сфере нарушения порядка ценообразования является завышение вознаграждений за объемы поставки (ретробонусов). Это также является нарушением части 4 статьи 9 Закона о торговой деятельности, согласно которой размер ретробонусов – вознаграждения за количество поставленных товаров и услуг по их продвижению, в совокупности не может превышать 5 % от их стоимости (ранее – 10%). Условие о вознаграждении можно включать в договор в виде фиксированной суммы или процента от стоимости товаров. На эти правила приходится 22% от общего количества нарушений, которые выявила ФАС, согласно Докладу за 2017 год.

ФАС обнаружила способы, которые используют ритейлеры, чтобы обойти этот запрет:

- торговые сети формально приводят договоры поставки в соответствие с законом, но при этом обеспечивают заключение договоров на оказание услуг с подконтрольной организацией. В результате поставщики платят вознаграждение свыше 5 процентов;
- в договорах с некоторыми поставщиками ритейлеры предусматривают максимальный размер вознаграждения (5 процентов), но одновременно заключают договоры на оказание поставщикам маркетинговых услуг. Это также приводит к превышению 5процентного лимита;
- торговая сеть формально урезает размер бонусов, но вынуждает поставщика поставить товар со скидкой под угрозой отказа от сотрудничества. При этом цена для конечных потребителей не снижается. Так ритейлер компенсирует себе потерю выгоды от снижения ретробонусов.

Согласно части 1 статьи 14.42 Кодекса об административных правонарушениях нарушения в данной сфере влекут наложение штрафов на юридических лиц - от одного миллиона до пяти миллионов рублей.

На практике, суды часто встают на сторону хозяйствующих субъектов, осуществляющих торговую деятельность, признав административное нарушение, ответственность за которое предусмотрено частью 1 статьи 14.42 Кодекса об административных правонарушениях, малозначительным, поскольку не причинило реальный ущерб интересам граждан, общества и государства, не привело к негативным последствиям (Постановление Арбитражного суда Поволжского округа от 16.04.2018 N Ф06-31666/2018 по делу N А65-18473/2017, Постановление Арбитражного суда Поволжского округа от 26.03.2018 N Ф06-30480/2018 по делу N А65-20067/2017).

ФАС считает, что само по себе условие о скидке на товар не противоречит закону, и стороны могут включить его в договор (п. 4 ст. 421 ГК РФ). Но такие действия должны быть добровольными. Ритейлер не вправе навязывать поставщику определенные условия (разъяснения ФАС России от 09.06.17 № АК/39035/17), что влечет нарушение п. 4 ч. 1 ст. 13 Закона № 381-ФЗ (см. §4 Главы 2).

В отношении п.3 ч.1 ст. 13 анализ правоприменительной практики²⁹ позволил выявить следующую проблему правоприменительной практики: представители Федеральной антимонопольной службы предполагали, что нарушение статьи 9 Закона о торговле доказывает нарушения по п.3 ч.1 ст. 13 Закона о торговле. Однако совершение первого правонарушения не влечет автоматически совершения второго (по п. 3 ч.1 ст. 13 Закона о торговле). В связи с этим суды отказывали ФАС в привлечении субъекта хозяйственной деятельности к ответственности.

Согласно выше сказанному, на наш взгляд, необходимо вынести соответствующее разъяснение Федеральной антимонопольной службой,

²⁹ Постановление Арбитражного суда Восточно-Сибирского округа от 04.06.2015 N Ф02-2387/2015 по делу N А74-6326/2014, Постановление Арбитражного суда Восточно-Сибирского округа от 19.06.2015 N Ф02-2283/2015 по делу N А74-6327/2014

устанавливающее, что ссылка на конкретный состав одного правонарушения не может являться надлежащим доказательством наличия состава другого правонарушения, так как это порождает спорные моменты квалификации. Вынесение разъяснения позволит полностью исключить из практики такие дела.

§ 3. Заключение посреднических соглашений с поставщиками (п. 5 ч. 1 ст. 13 Закона № 381-ФЗ)

На основании положений пункта 5 части 1 статьи 13 Закона № 381-ФЗ хозяйствующим субъектам, осуществляющим торговую деятельность по продаже продовольственных товаров посредством организации торговой сети, и хозяйствующим субъектам, осуществляющим поставки продовольственных товаров в торговые сети, запрещается заключать между собой для осуществления торговой деятельности договор, по которому товар передается для реализации третьему лицу без перехода к такому лицу права собственности на товар, в том числе договор комиссии, договор поручения, агентский договор или смешанный договор, содержащий элементы одного или всех указанных договоров, за исключением заключения указанных договоров внутри одной группы лиц, определяемой в соответствии с Федеральным законом "О защите конкуренции", и (или) заключения указанных договоров между хозяйствующими субъектами, образующими торговую сеть, либо исполнять (реализовывать) такие договоры.

Как указала ФАС России, правила, приведенные в ст. 13 Закона о торговле, являются составной частью антимонопольного законодательства, ответственность за нарушение которых установлена ст. 14.40 КоАП РФ (Письмо от 22.07.2016 N АК/50406/16). Так, за нарушение запрета, предусмотренного п. 5 ч. 1 ст. 13 Закона о торговле, хозяйствующие субъекты могут быть привлечены к административной ответственности на основании ч. 5 ст. 14.40 КоАП РФ.

В состав данного правонарушения входят следующие четыре элемента:

- 1) Объектом правонарушения являются общественные отношения, связанные с защитой конкуренции при продаже продовольственных товаров посредством организации торговой сети;
- 2) Субъектом правонарушения являются должностные лица и юридические лица;
- 3) Объективную сторону правонарушения составляют действия вышеуказанных субъектов, повлекшие заключение посреднического соглашения с поставщиком;
- 4) С субъективной стороны такое правонарушение может быть совершено умышленно, так как в соответствии с примечанием к данной статье КоАПа административная ответственность, предусмотренная частью 5, устанавливается в зависимости от степени вины хозяйствующего субъекта, осуществляющего торговую деятельность по продаже продовольственных товаров посредством организации торговой сети, и хозяйствующего субъекта, осуществляющего поставки продовольственных товаров в торговые сети. То есть предусматривается привлечение к административной ответственности того субъекта, который инициировал заключение запрещенного договора комиссии или смешанного договора с элементами комиссии.

При рассмотрении уполномоченным лицом дела об указанном нарушении хозяйствующие субъекты вправе представить доказательства допустимости заключения договора комиссии. Согласно ч. 2 ст. 13 Закона о торговле заключение такого договора может быть признано допустимым в соответствии с требованиями ч. 1 ст. 13 Федерального закона от 26.07.2006 N 135-ФЗ "О защите конкуренции". То есть, если такими действиями (бездействием), соглашениями и согласованными действиями, сделками, иными действиями не создается возможность для отдельных лиц устранить конкуренцию на соответствующем товарном рынке, не налагаются на их участников или третьих лиц ограничения, не соответствующие достижению целей таких действий (бездействия), соглашений и согласованных действий,

сделок, иных действий, а также если их результатом является или может являться:

1) совершенствование производства, реализации товаров или стимулирование технического, экономического прогресса либо повышение конкурентоспособности товаров российского производства на мировом товарном рынке;

2) получение покупателями преимуществ (выгод), соразмерных преимуществам (выгодам), полученным хозяйствующими субъектами в результате действий (бездействия), соглашений и согласованных действий, сделок.

Изменения в эту статью внесены в июле 2016 года, в ранее действовавшей редакции схожие положения упоминались в п. 3 ч. 1 ст. 13 381-ФЗ "Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации" (в ред. от 31.12.2014) и излагались следующим образом:

хозяйствующим субъектам, осуществляющим торговую деятельность по продаже продовольственных товаров посредством организации торговой сети, и хозяйствующим субъектам, осуществляющим поставки продовольственных товаров в торговые сети, запрещается осуществлять оптовую торговлю с использованием договора комиссии или смешанного договора, содержащего элементы договора комиссии.

Ответственность за указанное правонарушение была предусмотрена ч. 3 ст. 14.40 КоАП РФ.

Из сказанного выше видно, что в 2016 году данное правило претерпело значительные изменения, что не могло не повлиять на практику правоприменения.

Следовательно, нами проводится анализ судебных актов за периоды до июля 2016 и после, так как после внесения изменений прошло недостаточное количество времени, чтобы утверждать о том, что сформировалась полноценная судебная практика по всем вопросам, возникающим в связи с

применением данной статьи.

Проанализировав 11 решений по данному пункту ч.1 ст.13 Закона № 381-ФЗ, можно утверждать, что истцы (они же правонарушители) при оспаривании решения УФАС, в подавляющем большинстве случаев пытаются оспорить вывод о том, что они являются торговой сетью или же о том, что они занимаются оптовой торговлей, а не розничной, но не ссылаются на допустимость заключения договора комиссии в конкретном случае, как не нарушающего права и законные интересы третьих лиц.

Здесь же стоит отметить, что суды, в свою очередь, не всегда при формулировании мотивировочной части решения обращаются к рассмотрению вопроса о том, оказало ли заключение договора комиссии какое-либо влияние на конкуренцию на соответствующем товарном рынке, хотя это является важным моментом для признания действий юридических лиц нарушающими антимонопольное законодательство, так как если заключением такого соглашения не создается возможность для отдельных лиц устранить конкуренцию на соответствующем товарном рынке, не налагается на их участников или третьих лиц ограничения, то оно может считаться правомерным (в силу положений ч. 1 ст. 13 Федерального закона от 26.07.2006 N 135-ФЗ "О защите конкуренции"). Ссылка на указанную статью имеется в ч. 2 ст. 13 ФЗ о торговле, но отсутствует в формулировке ч. 5 ст. 14.40 КоАП.

Стоит отметить, что суды признают торговыми сетями государственные казённые учреждения даже если они созданы не для целей извлечения прибыли, и даже если в их магазинах отсутствует применение «прямых денежных средств» (Постановление Девятого арбитражного апелляционного суда от 11 июля 2017 г. N 09АП-23845/17). Также суды обращают внимание, что не имеет значения способ заключения договора комиссии (на торгах - Постановление Одиннадцатого арбитражного апелляционного суда от 29.02.2016 N 11АП-1492/2016 по делу N А72-14542/2015). Судебная практика по указанным вопросам складывается однотипно.

По вопросу признания договоров комиссии, противоречащих норме п. 5 ч. 1 ст. 13 Закона о торговле судебная практика не так однозначна. В каких-то решениях суды признают противоречащие антимонопольному законодательству одним из оснований признания договора ничтожным (Постановление Девятого арбитражного апелляционного суда от 11 июля 2017 г. N 09АП-23845/17), но в большинстве случаев, все же, суды считают, что нарушение антимонопольного законодательства само по себе не может повлечь признания договора ничтожным (Постановление Арбитражного суда Северо-Западного округа от 7 июля 2016 г. N Ф07-4896/16 по делу N А56-72312/2015, Постановление Второго арбитражного апелляционного суда от 7 июля 2017 г. N 02АП-3664/17) с формулировкой, что «Нарушение положений Федерального закона от 18.07.2011 N 223-ФЗ "О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц", положение о закупке предприятия, Федерального закона от 28.12.2009 N 381-ФЗ "Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации", Федерального закона от 26.07.2006 N 135-ФЗ "О защите конкуренции" также не говорит о ничтожности указанной сделки, поскольку заявителем доказательств, того что сделка посягает на публичные интересы либо права и охраняемые законом интересы третьих лиц, в материалы дела также не представлено. Довод о нарушении прав и интересов лиц, содержащихся в исправительных учреждениях Пермского края, документально не подтвержден».

В 2017 году ФАС опубликовала Разъяснения³⁰ к Закону о торговой деятельности, где еще раз почеркнула, что поставщику и торговой сети запрещается заключать между собой "посреднические" договоры, предусматривающие поручения поставщика торговой сети осуществлять реализацию продовольственных товаров поставщика без перехода права

³⁰ Разъяснения Федеральной антимонопольной службы от 10 ноября 2017 г. «По некоторым вопросам применения Федерального закона от 28.12.2009 № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» в редакции Федерального закона от 03.07.2016 № 273-ФЗ»

собственности на данные товары к торговой сети, третьим лицам (приобретателям данных товаров).

Вместе с тем согласно пункту 2 статьи 170 ГК РФ притворная сделка, то есть сделка, которая совершена с целью прикрыть другую сделку, в том числе сделку на иных условиях, с иным субъектным составом, ничтожна.

Таким образом, в тех случаях, когда хозяйствующим субъектом, осуществляющим торговую деятельность по продаже продовольственных товаров посредством организации торговой сети, и хозяйствующим субъектом, осуществляющим поставки продовольственных товаров в торговые сети, заключается договор, который не называется сторонами договором комиссии, договором поручения, агентским договором или смешанным договором, содержащим элементы одного или всех указанных договоров, но по своей природе, предмету и содержанию является таким договором, он может быть рассмотрен как притворная сделка.

Исследование рассматриваемых обстоятельств осуществляется антимонопольным органом в каждом конкретном случае исходя из целей и действующего предмета соответствующего договора.

Анализ решений по п.5 ч.1 ст.13 показал, что истцы (они же правонарушители) при оспаривании решения УФАС, в подавляющем большинстве случаев пытаются оспорить вывод о том, что они являются торговой сетью или же о том, что они занимаются оптовой торговлей, а не розничной, но не ссылаются на допустимость заключения договора комиссии в конкретном случае, как не нарушающего права и законные интересы третьих лиц.

Также УФАС России подчеркнуло в своем Докладе за 2017 год, что редакция нормы, устанавливающей запрет на использование посреднических сделок, вызвало многочисленные обращения в связи с неоднозначностью прочтения.

Здесь же стоит отметить, что суды, в свою очередь, при формулировании мотивировочной части решения в подавляющем большинстве случаев не

обращаются к рассмотрению вопроса о том, оказало ли заключение договора комиссии какое-либо влияние на конкуренцию на соответствующем товарном рынке, хотя это является важным моментом для признания действий юридических лиц нарушающими антимонопольное законодательство, так как если заключением такого соглашения не создается возможность для отдельных лиц устранить конкуренцию на соответствующем товарном рынке, не налагается на их участников или третьих лиц ограничения, то оно может считаться правомерным (в силу положений ч. 1 ст. 13 Федерального закона от 26.07.2006 N 135-ФЗ "О защите конкуренции"). Ссылка на указанную статью имеется в ч. 2 ст. 13 ФЗ о торговле, но отсутствует в формулировке ч. 5 ст. 14.40 КоАП. Следовательно, на наш взгляд, стоит дополнить ст. 14.40 примечанием, что лица не несут ответственность в случае соблюдения требований ч. 1 ст. 13 ФЗ о Защите конкуренции.

§ 4. Перспективы развития законодательства

В феврале 2019 года появилась информация³¹ о том, что Министерство промышленности и торговли Российской Федерации предлагает изменить подход к торговым сетям. Торговые объекты (два и более) смогут **называться сетью**, только если соблюдены оба условия:

- выручка от реализации товаров за предшествующий календарный год более 2 млрд руб.;
- объекты принадлежат одному хозяйствующему субъекту (нескольким хозяйствующим субъектам, входящим в одну группу лиц) либо используются под единым коммерческим обозначением или средством индивидуализации.

На данный момент второй пункт – это единственное условие, которому надо соответствовать. Кроме того, малый и средний бизнес не будет считаться торговой сетью, даже если работает под брендом сети. Цель таких

³¹ Документы: Проект федерального закона (<https://regulation.gov.ru/projects#npa=88372>), Проект федерального закона (<https://regulation.gov.ru/projects#npa=88403>)

изменений - вывести такой бизнес из-под ограничений, которые установлены для торговых сетей и поставщиков.

Также появилась информация³² о том, что в Госдуме разработали поправки в закон «О торговле», которые касаются ответственности за ненадлежащее исполнение договора поставки и формирования цен. Разработчики документа предлагают ввести «зеркальную» ответственность по контрактам для сетей и запретить включать в них условия о санкциях за нарушение или ненадлежащее исполнение обязательств только для одной стороны без равной ответственности за аналогичные нарушения для другой. Сейчас такие договоры, как правило, содержат большое количество санкций для поставщиков за неисполнение условий соглашений. А для торговых сетей предусмотрена минимальная ответственность.

Депутаты также планируют обязать стороны закреплять в договорах максимальных размер розничных цен на продукты и запретить их изменение более чем на 20% за определенный период времени.

Таким образом, в ходе анализа более 70 дел по данной теме можно сделать вывод, что после принятия Закона № 381-ФЗ многие торговые сети постарались формально откорректировать модель построения отношений с поставщиками так, чтобы не оказаться нарушителями. Однако ужесточение правил осуществления торговой деятельности не привело к значительному снижению нарушений. По мнению многих исследователей, диктат торговых сетей сохраняется.

³² <https://pravo.ru/news/210025/>

Заключение.

По итогам проведенного исследования нами были выявлены следующие проблемы и пути их решения:

Во-первых, на данный момент торговые сети занимают доминирующее положение в отношениях с поставщиками продовольственных товаров, хотя, по своей сути, они не являются производителями, а лишь посредниками. Несмотря на изначальную декларацию целей Закона о торговле, по-прежнему отсутствует баланс интересов всех участников продовольственной цепочки: от агрария-производителя до покупателя-потребителя.

Очевидно, среди указанных субъектов торговли, поставщики и особенно производители являются наиболее уязвимыми участниками отношений. Соответственно, больше обязательств и ограничений должно быть именно на стороне торговых сетей.

На наш взгляд, данная проблема может быть решена введением квотирования. Торговой сети необходимо заключить контракты с местными производителями, тем самым обеспечив присутствие местных товаров у себя в продаже не менее определенной доли в процентах от релевантного ассортимента. Если установить минимальное количество поставщиков, торговые сети уже не смогут их свободно «душить» закупочными ценами, более того, у ритейлеров появится необходимость договариваться и приглашать к себе новых поставщиков продукции. Решение вопроса о составе таких поставщиков необходимо оставить региональным властям. Однако по разным товарам могут существовать разные соотношения и уровни регулирования. Например, по сельскохозяйственной продукции квоты надо устанавливать на федеральном уровне, так как на Севере местных производителей может и не оказаться. Таким образом, квота станет именно обязательством для торговой сети и правом для производителя/поставщика.

Во-вторых, в Докладе о состоянии конкуренции в России за 2018 год ФАС указало, что Федеральный закон «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» не делает

различий между понятиями «торговая сеть», «дистрибьютор», «субъект осуществляющий торговую деятельность», что создает ситуацию, при которой дистрибьюторы, торговые сети и небольшие ритейлеры, имея разные бизнес модели последующей реализации приобретаемой у поставщиков продукции, подпадают под единое государственное регулирование (за исключением отдельных дополнительных ограничений для торговых сетей), в частности, в отношении ограничений выплат и допустимых видов услуг, что не позволяет обеспечивать эффективные условия реализации продукции конечному потребителю. Возможным решением данной проблемы будет являться выведение дистрибьюторов в рамки отдельного правового регулирования, в части допустимых соглашений между поставщиками и дистрибьюторами, а также размеров и видов допустимых вознаграждений и иного.

В-третьих, размер штрафных санкций, устанавливаемых торговыми сетями в отношении поставщиков, постоянно растет. При этом такие санкции становятся мерой давления, а сами штрафы - недобросовестным способом получения дополнительной прибыли. Из-за этого число претензий растет, а ситуация на рынке ритейла усложняется. В целом, значительный размер штрафных санкций применительно к юридическим лицам в сфере торговой деятельности по сравнению с субъектами - нарушителями антимонопольных правил в других сферах создает "положение, при котором за одно и то же нарушение - создание дискриминационных условий - хозяйствующие субъекты несут различную административную ответственность"³³.

Решением данной проблемы было бы, во-первых, установление «зеркальной» ответственности поставщиков и торговых сетей, а, во-вторых, приведение в соответствие Закона о торговой деятельности, Закона о защите конкуренции и Кодекса об административных правонарушениях. В частности:

³³ Координация экономической деятельности в российском правовом пространстве: Монография / Отв. ред. М.А. Егорова. М.: Юстицинформ, 2015. Параграф 1 главы 5 (автор параграфа - М.А. Егорова)

- Закон о защите конкуренции в ч. 8 ст.4 относит создание препятствия для доступа на товарный рынок или выхода из товарного рынка других хозяйствующих субъектов к дискриминационным условиям, а Закон о торговой деятельности разделяет эти понятия;

- российское антимонопольное законодательство устанавливает запрет на создание дискриминационных условий для хозяйствующих субъектов, занимающих доминирующее положение на товарном рынке (п. 8 ч. 1 ст. 10 Закона о защите конкуренции), а также для торговых сетей и поставщиков продовольственных товаров (ст. 13 Закона о торговой деятельности), т.е. для двух разных категорий хозяйствующих субъектов. При этом для обеих групп хозяйствующих субъектов создания дискриминационных условий, как это следует из содержания п. 1 ч. 1 ст. 13 Закона о торговой деятельности, применяется одно и то же определение понятия таких условий, закрепленное в рассмотренных ранее нормах Закона о защите конкуренции (см. подробнее в §1 Главы 2). В связи с этим появляются трудности в правоприменении. Если законодатель разделил одно и то же правонарушение по субъектному составу, то необходимо также уточнить объективную сторону правонарушения с учетом специфики субъектного состава;

- в настоящий момент в Российской Федерации развивается новая конструкция отношений между торговыми сетями и поставщиками, которая не имеет законодательного закрепления, и может быть расценена, как нарушающая ряд антимонопольных норм, направленных на запрет картельных сговоров. Указанная практика, связанная с объединением мелких и средних, в основном региональных, торговых сетей в торгово-закупочные союзы, которые предлагают поставщикам унификацию бизнес моделей в рамках взаимодействия с несколькими торговыми сетями (единые цены, один логистический центр, единый подход к продвижению товара и иное), при этом, данная практика не

находит своего отражения в правовом регулировании, и фактически может быть рассмотрена как картельный сговор, поскольку торговые сети согласовывают единые условия работы, что нарушает установленные ст.11 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» запреты;

- существует проблема некорреспондирующихся норм Закона о торговой деятельности и КоАП РФ, так, части 1 и 2 статьи 14.41 КоАП необходимо привести в соответствие с требованиями частей 1 и 2 статьи 9 Закона о торговле;

- ряд взаимосвязанных положений Закона о торговле и КоАП содержат разный субъектный состав, что вызывает неоднозначность толкования и правоприменения (пункт 10 статьи 2, части 4 и 6 статьи 9 Закона о торговле, часть 2 статьи 14.42 КоАП);

- прямо не предусмотренное положениями КоАП право антимонопольного органа на проведение административного расследования по некоторым составам административных правонарушений порождает неединообразие практики производства по делам об административных нарушениях за нарушение положений Закона о торговле (часть 1 статьи 28.7 КоАП следует дополнить словами «законодательства об основах государственного регулирования торговой деятельности»).

В-четвертых, торговая сеть – одна из моделей бизнеса, одна из форм организации продаж. Главная проблема в нашей стране, на данный момент, в том, что крупный бизнес выбирает торговые сети именно как средство недобросовестной борьбы на рынке с конкурентами. Потому что сети обладают большими возможностями управлять своими финансами и минимизировать расходы, а также устанавливать демпинговые цены. Поэтому необходимо, во-первых, регулировать их деятельность путем установления прямых запретов и обязательств, ставя их в равные условия с остальными участниками. Это, в свою очередь, позволит увеличить число

конкурентов, так как сейчас эта модель позволяет войти в топ, «задавить» более мелких посредников в продаже продовольственных товаров и затем навязывать свои цены потребителю.

Данную проблему можно также решить введением квот. Стоит создать реестр поставщиков по каждому региону, и обязываем торговые сети закупаться у них в пределах квот. В противном случае – штраф и приостановление деятельности, пока сеть не подпишет портфель контрактов. Для того чтобы попасть в такой реестр поставщикам необходимо пройти сертификацию, а также соответствовать всем требованиям, предъявляемым к качеству товара и т.п.

Таким образом, государство должно создать такие условия, чтобы эта бизнес модель использовала только те преимущества, которые лежат в плоскости интересов потребителя: низкие цены, хорошее качество, логистика, широкий охват поставщиков, сеть складов и т.д., но не те преимущества, которые позволяют устранять с рынка конкурентов.

Список использованной литературы.

1. Нормативно-правовые акты и иные официальные документы Российской Федерации.

- 1.1. Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации : федер. закон от 28 декабря 2009 г. № 381 – ФЗ // Собр. законодательства Рос. Федерации. – 2010. - №1. – Ст. 2.
- 1.2. О защите конкуренции : федер. закон от 26 июля 2006 г. № 135 – ФЗ // Собр. законодательства Рос. Федерации. – 2006. - №31(1 ч.). – Ст. 3434.
- 1.3. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) : федер. закон от 30 ноября 1994 г. № 51 – ФЗ // Собр. законодательства Рос. Федерации. – 1994. - №32. – Ст. 3301. – (в ред. от 29 июл. 2017 г.).
- 1.4. О мерах по упорядочению государственного регулирования цен (тарифов) : Пост. Правительства Рос. Федерации от 07 марта 1995 г. № 239 // Собр. законодательства Рос. Федерации. – 1995. - № 11. – Ст. 997.
- 1.5. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях : федер. закон от 30 декабря 2001 г. № 195 – ФЗ // Собр. законодательства Рос. Федерации. – 2002. - №1 (ч.1). – Ст. 1.

2. Материалы судебной практики Российской Федерации.

- 2.1. Постановление девятого арбитражного апелляционного суда от 20 февраля 2017 г. N 09АП-1659/2017-АК
- 2.2. Постановление одиннадцатого арбитражного апелляционного суда от 9 февраля 2017 г. по делу N А65-21924/2016
- 2.3. Определение ВС РФ от 15 сентября 2017 г. N 309-КГ17-12762
- 2.4. Постановление арбитражного суда московского округа от 23 мая 2017 г. по делу N А40-207325/16

- 2.5. Постановление 9 арбитражного апелляционного суда от 6 июня 2017 г. N 09АП-11013/2017
- 2.6. Постановление 11 арбитражного апелляционного суда от 25 июля 2017 г. по делу N А65-22926/2016
- 2.7. Постановление Четвертого арбитражного апелляционного суда от 18 апреля 2017 г. по делу N А19-17792/2016
- 2.8. Постановление Семнадцатого арбитражного апелляционного суда от 12.12.2013 N 17АП-14431/2013-АК
- 2.9. Определение ВАС РФ от 02.08.2012 N ВАС-9921/12 по делу N А60-35180/2011
- 2.10. Постановление ФАС Северо-Кавказского округа от 18.12.2013 по делу N А53-7183/2013
- 2.11. Постановление АС Московского округа от 24.12.14 по делу № А40-149833/2013.
- 2.12. Определение Верховного Суда РФ от 3 февраля 2015 г. по делу № А65-1736/2014
- 2.13. Решение Арбитражного суда Карачаево-Черкесской республики от 11 июля 2017 г. по делу № А25-2180/2016
- 2.14. Постановление Девятого от 16 августа 2016 г. по делу № А40-5522/2016
- 2.15. Постановлене Пятнадцатого арбитражного апелляционного суда от 4 февраля 2016 г. по делу № А32-47773/2014
- 2.16. Постановление Восемнадцатого арбитражного апелляционного суда от 25 января 2017 г. по делу № А76-14818/2016
- 2.17. Постановление Арбитражного суда Северо-Кавказского округа от 22.02.2017 N Ф08-210/2017 по делу N А32-10854/2016
- 2.18. Постановление Арбитражного суда Северо-Западного округа от 19 октября 2017 г. по делу N А13-16654/2016
- 2.19. Решение Коношского районного суда № 12-15/14 12-15/2014 от 21 апреля 2014 г.

- 2.20. Постановление от 20.06.2017 N 11-А-17-АП об административном правонарушении
- 2.21. Постановление Одиннадцатого арбитражного апелляционного суда от 2 марта 2017 г. по делу N А65-21759/2016
- 2.22. Постановление Арбитражного суда уральского округа от 19 мая 2017 г. N Ф09-2101/17
- 2.23. Постановление Арбитражного суда Московского округа от 15 мая 2017 г. по делу № А40-6197/2016
- 2.24. Постановление ВС РФ от 05.07.2016 № 310-АД16-4893
- 2.25. Постановление Арбитражного суда Уральского округа от 17 марта 2015 г. N Ф09-934/15 по делу N А60-29706/2014
- 2.26. Постановление АС МО от 25.08.2015 по делу № А40-139013/2014
- 2.27. Постановление Тринадцатого арбитражного апелляционного суда от 03.09.2012 по делу N А56-1963/2012
- 2.28. Решение Арбитражного суда Волгоградской области от 23 января 2017 г. по делу № А12-67596/2016
- 2.29. Решение Арбитражного суда Владимирской области от 2 ноября 2016 г. по делу № А11-5884/2016
- 2.30. Решение Арбитражного суда Ямало-Ненецкого АО от 22 августа 2016 г. по делу № А81-3327/2016
- 2.31. Решение Арбитражного суда Краснодарского края от 29 июля 2016 г. по делу № А32-18425/2016
- 2.32. Решение Арбитражного суда Ярославской области от 18 июня 2016 г. по делу № А82-3217/2016
- 2.33. Решение Арбитражного суда Краснодарского края от 11 марта 2016 г. по делу № А32-152/2016
- 2.34. Решение Арбитражного суда Республики Башкортостан от 25 января 2016 г. по делу № А07-27172/2015

- 2.35. Постановление Верховного Суда РФ от 18.12.2015 N 310-АД15-11820 по делу N А62-6710/2014
- 2.36. Постановление Арбитражного суда Восточно-Сибирского округа от 04.06.2015 N Ф02-2387/2015 по делу N А74-6326/2014
- 2.37. Постановление Арбитражного суда Восточно-Сибирского округа от 19.06.2015 N Ф02-2283/2015 по делу N А74-6327/2014
- 2.38. Постановление Первого арбитражного апелляционного суда от 09.06.2017 по делу N А43-37438/2016
- 2.39. Постановление Одиннадцатого арбитражного апелляционного суда от 29.02.2016 N 11АП-1492/2016 по делу N А72-14542/2015
- 2.40. Решение Арбитражного суда Удмуртской Республики от 21 ноября 2013 Дело № А71-9034/2013
- 2.41. Постановление Федерального Арбитражного суда Дальневосточного федерального округа от 23 августа 2011 г. По делу N Ф03-3842/2011
- 2.42. Постановление Семнадцатого арбитражного апелляционного суда от 10 октября 2014 г. По делу N 17АП-11624/2014-АК
- 2.43. Постановление Семнадцатого арбитражного апелляционного суда от 6 ноября 2014 г. По делу N 17АП-12855/2014-Аку
- 2.44. Постановление Арбитражного суда Восточно-Сибирского округа от 21.03.2019 N Ф02-725/2019 по делу N А74-12347/2018
- 2.45. Определение Конституционного Суда Российской Федерации от 20.12.2018 N 3149-О «Об отказе в принятии к рассмотрению жалобы акционерного общества "АЯН" на нарушение конституционных прав и свобод частью 2 статьи 9 Федерального закона "Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации».
- 2.46. Определение Верховного Суда РФ от 05.10.2018 N 302-АД18-16266 по делу N А19-19227/2017

- 2.47. Постановление Арбитражного суда Центрального округа от 18.04.2018 N Ф10-762/2018 по делу N А48-5178/2017
- 2.48. Определение ВАС РФ от 02.08.12 по делу № А60-35180/2011
- 2.49. Постановление АС Московского округа от 15.09.15 по делу № А40-139000/2014
- 2.50. Постановление ВС РФ от 05.07.16 № 310АД16-4893 по делу № А64-2325/2015
- 2.51. Постановление Арбитражного суда Волго-Вятского округа от 07.04.2016 по делу N А38-5010/2015
- 2.52. Постановление ФАС Северо-Западного округа от 20.08.2012 по делу № А56-55379/2011
- 2.53. ФАС Западно-Сибирского округа от 01.11.2012 по делу № А70-1572/2012
- 2.54. Постановление ФАС Северо-Кавказского округа от 03.10.2013 по делу № А53-32909/2012
- 2.55. Определение ВАС РФ от 24.01.2014 № ВАС-19922/13
- 2.56. Постановление ФАС Московского округа от 10.04.2014 № Ф05-2235/14 по делу № А40-55495/ 12-21-533
- 2.57. Постановление АС Московского округа от 24.12.2014 № Ф05-14759/2014 по делу № А40-149833/2013
- 2.58. Постановление ФАС Северо-Западного округа от 07.10.2013 по делу № А56-34718/2012
- 2.59. Обзор судебной практики Верховного суда РФ N 1 (2018), утвержденного Президиумом Верховного суда РФ 28.03.2018
- 2.60. Постановление Семнадцатого арбитражного апелляционного суда от 26.01.2018 по делу N А60-57502/2017
- 2.61. Решение АС Иркутской области от 05.04.2018 по делу N А19-4262/2018
- 2.62. Решение АС Воронежской области от 26.03.2018 по делу N А14-24790/2017

- 2.63. Постановление ФАС Западно-Сибирского округа от 19.10.2011 по делу № А27-2209/2011
- 2.64. Постановление ФАС Западно-Сибирского округа от 06.03.2013 по делу № А27-11460/2012
- 2.65. Постановление ФАС Северо-Западного округа от 07.10.2013 по делу N А56-34718/2012, Определением ВАС РФ от 24.01.2014 N ВАС-19836/13 отказано в передаче дела N А56-34718/2012 в Президиум ВАС РФ для пересмотра в порядке надзора данного постановления
- 2.66. Постановление Пятнадцатого арбитражного апелляционного суда от 27 октября 2016г. по делу № А32-10854/2016
- 2.67. Определение ВС от 01.02.2019 по делу № А40-199212/2017
- 2.68. Определение ВС от 17.01.2019 по делу № А41-67497/2017
- 2.69. Постановление АС ПО от 04.10.2016 по делу N А65-20903/2015
- 2.70. Определение ВС РФ от 17.02.2016 N 305-АД15-10488

3. Специальная литература

3.1. Книги

- 3.1.1. Борзило Е.Ю. Конкурентное право России: Учебник / Д.А. Алешин, И.Ю. Артемьев, И.В. Башлаков-Николаев и др.; Отв. ред. И.Ю. Артемьев, С.А. Пузыревский, А.Г. Сушкевич. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2014. – 174 с.
- 3.1.2. Егорова М.А. Коммерческое право: Учебник для вузов. М.: РАНХиГС при Президенте РФ; Статут, 2013. С. 640.
- 3.1.3. Андреева Л.В. Коммерческое (торговое) право: Учебник (3-е издание, переработанное и дополненное). М.: — КНОРУС, 2012.
- 3.1.4. Координация экономической деятельности в российском правовом пространстве: монография / К.М. Беликова, А.В. Габов, Д.А. Гаврилов и др.; отв. ред. М.А. Егорова. М.: Юстицинформ, 2015. 656 с.
- 3.1.5. Петров Д.А. Конкурентное право: теория и практика применения. Учебник / Под общ. ред. В.Ф.Попондопуло. М., 2013.

3.2. Статьи

- 3.2.1. Харитонов Ю.С. Признаки торговой сети в законодательстве о торговле и конкуренции // Журнал предпринимательского и корпоративного права. 2018. N 1. С. 20 - 22.
- 3.2.2. Петров Д.А. Навязывание условий договора как вид злоупотребления доминирующим положением // Юрист. 2010. N 11. С. 34.
- 3.2.3. Кондакова А.А. Место факторинга и схожих финансовых инструментов в торговых отношениях // Торговое право. 2012. N 5. С. 33 - 41.
- 3.2.4. Башлаков-Николаев И.В., Максимов С.В., Стуканов Д.В. Антимонопольный запрет на создание дискриминационных условий: проблемы толкования и правоприменительной практики // Законы России: опыт, анализ, практика. 2018. N 12. С. 95 - 103.
- 3.2.5. Манохова С.В. А был ли сговор? // Торговля: бухгалтерский учет и налогообложение. 2016. N 11. С. 59 - 65.
- 3.2.6. Бычков А. Азбука бизнеса для ретейлеров // Новая бухгалтерия. 2018. N 9. С. 128 - 143.
- 3.2.7. Андреева Л.В. Антимонопольные нормы в законодательстве о торговле: проблемы правоприменения // Юрист. 2017. N 9. С. 4 - 8.
- 3.2.8. Лихущина Е.А. Оценка "рыночной власти" торговой сети с точки зрения монополии - доминирующего положения покупателя // Конкурентное право. 2016. N 3. С. 7 - 10.
- 3.2.9. Куликов С. Аппетит не знает меры // Российская газета. 2017. 21 марта. С. 4.
- 3.2.10. Горина Г.А. Закон о торговле: договорной и ценовой аспекты // Финансовый вестник: финансы, налоги, страхование, бухгалтерский учет. 2017. N 5. С. 46 - 52.

3.2.11. Субботина С.А. Об условиях отбора поставщиков торговой сетью // Пищевая промышленность: бухгалтерский учет и налогообложение. 2015. N 1. С. 62 - 66.

4. Интернет-ресурсы

4.1. Кодекс добросовестных практик: <http://www.codeofconduct.ru/>.

4.2. Урюкина Е.В., Кузнецова Е.А., Кандрашин Я.А., Кожевников А.В., Шубин А.Н. Антимонопольное регулирование в области торговой деятельности. Методическое пособие для предпринимателей // http://www.fas.gov.ru/clarifications/clarifications_30325.html

4.3. Политика выбора поставщика ООО «О'кей» <https://www.okmarket.ru/upload/Politikaviborapostavchika.pdf>

4.4. Критерии выбора поставщика и продукции ООО «Ашан» <https://auchan-supply.ru/for-suppliers/potential/policy/kriterii-vybora-postavshchika-i-produktsii/>

4.5. Политика по работе с поставщиком X5 Retail Group («Пятерочка», «Перекресток», «Карусель») https://www.x5.ru/ru/Documents/politika_po_rabote_s_postavchikami_X5.pdf

4.6. Условия отбора поставщиков ООО «Лента» <https://lenta.com/postavshchikam?citykey=spb>

4.7. Условия отбора поставщиков ООО «Городской супермаркет» («Азбука вкуса») <https://av.ru/about/suppliers/>