

Елизарова Роза Генриховна

Магистрант НАЧОУ ВПО СГА

Направление: Юриспруденция

Магистерская программа: Гражданское право, семейное право, международное частное право

**Юридическое значение снижения цены в договоре поставки
продовольственных товаров**

Аннотация. Статья посвящена раскрытию правовых конструкций снижения цены товара в рамках отношений поставщика и покупателя. Одним из методов борьбы на товарном рынке является ценовая конкуренция, при которой конкурентное преимущество в виде расширения рынка сбыта и увеличения объема продаж достигается главным образом путем снижения цены товара по сравнению с ценой конкурентов. Следует отличать снижение цены в экономическом и в юридическом значении.

Ключевые слова: бонус, премия, аванс, вознаграждение.

Актуальность выбранной темы заключается в том, что правовые средства снижения цены являются двигателем торговли и расширения рынка сбыта. В экономическом плане снижением цены является уменьшение средств, главным образом денежных, затраченных покупателем на приобретение товара у поставщика.

Можно выделить следующие правовые конструкции снижения цены приобретения товара покупателем, используемые в договорах поставки продовольственных товаров:

1) включение в договор поставки условия о том, что цена товара для покупателя определяется на основании цен, установленных прайс-листом поставщика, уменьшенных на величину скидки. В таком договоре отсутствует указание на конкретную цену товара в виде спецификации, приложенного

прайс-листа поставщика, иного подобного документа, поэтому поставщик волен по своему усмотрению изменять цены в прайс-листе. Когда в соответствии с условиями договора поставки необходимо будет определить цену, по которой покупатель обязан оплатить товар, она будет равна цене товара, указанной в действующем на этот момент прайс-листе поставщика, уменьшенной на величину скидки. При этом величина скидки (уменьшения прайсовой цены товара) может рассчитываться разными способами, начиная от простой фиксации процента снижения, например, прайсовая цена минус 15%, заканчивая использованием сложной формулы определения цены с несколькими переменными, где прайсовая цена будет выступать в качестве базовой для расчета, а в число переменных войдут объем заказанного товара, способ доставки, вид товара и (или) др.;

2) заключение договора поставки товара, в котором согласовано условие о конкретной цене товара (в виде приложенного прайса, спецификации и т. п.), сниженной по отношению к действующему на этот момент прайс-листу поставщика;

3) изменение условия договора о цене товара в сторону снижения после передачи товара покупателю;

4) включение в договор поставки обязанности поставщика передать покупателю определенную денежную сумму до или после передачи товара. Условиями для передачи денежной суммы может выступать факт заключения договора поставки (входной бонус), исполнение отдельных его условий (например, приобретение товара на определенную сумму) и другие условия;

5) включение в договор поставки однократной или регулярной обязанности поставщика погашать денежную задолженность покупателя на сумму вознаграждения. Такая обязанность может возникать в связи с исполнением покупателем отдельных условий договора, например, приобретением товара определенного количества, или другими обстоятельствами;

б) включение в договор поставки условия о том, что покупатель за исполнение отдельных условий договора получает вознаграждение (бонус, премию), исчисляемую в денежном эквиваленте. Сумма вознаграждения засчитывается в качестве предоплаты (аванса) за товар, который покупатель закажет в будущем.

Федеральный закон от 28 декабря 2009 г. № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» (далее – Закон о торговле) установил ряд требований к ценовой конкуренции на рынке продовольственных товаров, которые распространяются на рассмотренные правовые конструкции снижения цены как средства ценовой конкуренции.

Требования сформулированы в следующем виде (ст. 9):

«4. 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. Размер указанного вознаграждения подлежит согласованию сторонами этого договора, включению в его цену и не учитывается при определении цены продовольственных товаров. Размер вознаграждения не может превышать десять процентов от цены приобретенных продовольственных товаров.

5. Не допускается выплата указанного в части 4 настоящей статьи вознаграждения в связи с приобретением хозяйствующим субъектом, осуществляющим торговую деятельность, отдельных видов социально значимых продовольственных товаров, указанных в перечне, установленном Правительством Российской Федерации.

6. Включение в цену договора поставки продовольственных товаров иных видов вознаграждения за исполнение хозяйствующим субъектом,

осуществляющим торговую деятельность, условий этого договора и (или) его изменение не допускаются».

За нарушение указанных требований Закона о торговле ст. 14.42 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях установлены серьезные административные штрафы: на должностных лиц – в размере от 20 тыс. до 40 тыс. руб.; на юридических лиц – от 1 млн. до 5 млн. руб.

Установленные Законом о торговле правила ценовой конкуренции на рынке продовольственных товаров базируются на понятии «вознаграждение», которое не имеет ни законодательного, ни общепризнанного доктринального определения. Серьезные ограничения, которые налагаются на предоставление вознаграждения Законом о торговле, а также ответственность за нарушение этих требований предполагают наличие законодательной дефиниции этого понятия, однако его нет, что является серьезным недостатком Закона о торговле, препятствующим установлению содержания его норм. В таких условиях нормы Закона о торговле должны быть истолкованы сначала исходя из общей семантики понятия «вознаграждение» и его употребления в гражданском законодательстве (специально-юридическое толкование), затем – их предполагаемых целей принятия Закона о торговле (телеологическое толкование).

Литература

1. Арбитражный процессуальный кодекс Российской Федерации от 24.07.2002 № 95-ФЗ // СЗ РФ. 2014. № 26 (часть I) (с изм. и доп. от 28.06.2014). Ст. 3392.

2. Белых В.С. Правовое регулирование предпринимательской деятельности в России. М.: Проспект, 2013.

3. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ // СЗ РФ. 2014. № 11 (с изм. и доп. от 23.06.2014 г.). Ст. 1100.

4. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14-ФЗ // СЗ РФ. 2013. № 51 (с изм. и доп. от 28.12.2013 г.). Ст. 6699.

5. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 № 195-ФЗ // СЗ РФ. 2014. № 43 (с изм. и доп. от 27.10.2014 г.). Ст. 5801.

6. Федеральный закон от 28.12.2009 № 381-ФЗ (ред. от 28.12.2013) «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» // СЗ РФ. 2013. № 52 (часть I) (с изм. и доп. от 28.12.2013 г.). Ст. 7011.

© Бюллетень магистранта 2014 год № 6