

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЕ И КОРПОРАТИВНОЕ ПРАВО

DOI: 10.17803/1994-1471.2020.117.8.118-125

Н. Н. Карпов*

Понятие торговой сети в контексте действующего антимонопольного регулирования

Аннотация. Статья посвящена анализу и критической оценке легального определения понятия «торговая сеть», содержащегося в Федеральном законе от 28.12.2009 № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации», а также исследованию квалифицирующих признаков торговых сетей. Указанные признаки рассматриваются в контексте установления антимонопольных ограничений с учетом отраслевой специфики. Автором по результатам анализа нормативной базы, теоретических исследований и судебной практики выявлены проблемы правоприменения, связанные с определением понятия торговой сети, и сформулированы предложения по совершенствованию законодательства, которые могут быть использованы законодателем для совершенствования легального определения данного понятия. В работе анализируется опыт правового регулирования деятельности ритейлеров в Российской Федерации, Республике Казахстан и Республике Беларусь.

Ключевые слова: торговая деятельность; торговая сеть; антимонопольное регулирование; конкуренция; доминирующее положение; хозяйствующие субъекты; группа лиц; коммерческое обозначение.

Для цитирования: Карпов Н. Н. Понятие торговой сети в контексте действующего антимонопольного регулирования // Актуальные проблемы российского права. — 2020. — Т. 15. — № 8. — С. 118—125. — DOI: 10.17803/1994-1471.2020.117.8.118-125.

The Concept of a Trading Network in the Context of the Current Antimonopoly Regulation

Nikolay N. Karpov, Postgraduate student, Kutafin Moscow State Law University (MSAL)
ul. Sadovaya-Kudrinskaya, d. 9, Moscow, Russia, 125993
knn001@bk.ru

Abstract. The paper analyses and qualifies the concept of "trading network" contained in the Federal Law of 28.12.2009 No. 381-FZ "On the basics of state regulation of trading activities in the Russian Federation" and studies the qualifying features of retail chains. The author considers these features in the context of establishment of antitrust restrictions, taking into account the industry specifics. Based on the results of the analysis of the regulatory framework, theoretical research and judicial practice, the author identifies the problems of law enforcement associated with the definition of the concept, and formulates proposals for improving legislation that can be

© Карпов Н. Н., 2020

* Карпов Николай Николаевич, аспирант Московского государственного юридического университета имени О.Е. Кутафина (МГЮА)
Садовая-Кудринская ул., д. 9, г. Москва, Россия, 125993
knn001@bk.ru

used by the legislator in order to improve the definition of this concept. The paper analyzes the experience of legal regulation of the retailers' activities in the Russian Federation, the Republic of Kazakhstan and the Republic of Belarus.

Keywords: trading activity; commercial network; antitrust regulation; competition; dominant position; business entities; group of persons; business name.

Cite as: Karpov NN. [Ponyatie torgovoy seti v kontekste deystvuyushchego antimonopolnogo regulirovaniya [The Concept of a Trading Network in the Context of the Current Antimonopoly Regulation]. *Aktualnye problemy rossiyskogo prava*. 2020;15(8):118-125. DOI: 10.17803/1994-1471.2020.117.8.118-125. (In Russ., abstract in Eng.).

В Закон о торговле имплементирован ряд норм, направленных на совершенствование антимонопольного регулирования и устранение дискриминационных практик во взаимоотношениях с участием хозяйствующих субъектов, осуществляющих торговую деятельность посредством создания торговой сети (далее — ритейлеры). С учетом отраслевой специфики торговой деятельности в Законе устанавливаются специальные антимонопольные требования в отношении деятельности ритейлеров, поскольку именно сфера правоотношений с их участием наиболее подвержена антимонопольным нарушениям, а также именно на долю торговых сетей приходится 32,6 % в общем объеме оборота розничной торговли¹ и в силу эффекта масштаба они обладают большой рыночной властью.

В основе легального определения понятия «торговая сеть», сформулированного в Законе о торговле, закреплены два альтернативных квалифицирующих признака, для которых общим является то, что торговой сетью признается совокупность двух и более торговых объектов, принадлежащих хозяйствующему субъекту (хозяйствующим субъектам) на законном основании. При этом торговые сети не классифицируются в зависимости от того, какие торговые объекты — стационарные или нестационарные — входят в нее.

Первым квалифицирующим признаком является **принадлежность совокупности двух и**

более торговых объектов на законном основании хозяйствующему субъекту или нескольким хозяйствующим субъектам, входящим в одну группу лиц. Под хозяйствующим субъектом понимается как коммерческая организация, так и индивидуальный предприниматель.

Содержание понятия группы лиц раскрывается в ст. 9 Федерального закона от 26 июля 2006 г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции»² (далее — Закон о защите конкуренции), в котором определен закрытый перечень оснований (признаков) отнесения физических и (или) юридических лиц к группе лиц. Анализ указанных оснований (признаков), носящих распорядительный, договорной, управленческий, родственный и организационно-правовой характер, позволяет сделать вывод о сосредоточении у такой группы лиц значительных полномочий, свидетельствующих о возможности ее воздействия как устойчивого формирования на состояние конкуренции на определенном товарном рынке. Для группы лиц устанавливается правовой режим единого хозяйствующего субъекта, что подтверждается судебной практикой³. Вместе с тем представляется, что хозяйствующие субъекты, входящие в такую группу лиц, не утрачивают самостоятельность в гражданско-правовых отношениях⁴.

Режим единого хозяйствующего субъекта означает, что меры антимонопольного регулирования применяются как к отдельному хозяйствующему субъекту, так и ко всем субъектам,

¹ Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. URL: <https://www.gks.ru/folder/23457> (дата обращения: 10.01.2020).

² Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» // СЗ РФ. 2006. № 31. Ст. 3434.

³ Постановление ФАС Уральского округа от 11.09.2012 № Ф09-6457/12 по делу № А60-41789/2011 // СПС «КонсультантПлюс».

⁴ Постановление Президиума ВАС РФ от 25.05.2010 № 16678/09 по делу № А70-9090/15-2008 // СПС «КонсультантПлюс».

входящим в группу лиц, что прямо предусмотрено ч. 6 ст. 1 Закона о торговле, ч. 2 ст. 9 Закона о защите конкуренции и подтверждается правоприменительной практикой. Например, при определении доли реализованных продовольственных товаров и положения ООО «Ашан» и ООО «Атак» суд исходил из того, что доля ООО «Атак» и хозяйствующих субъектов, входящих с ним в одну группу лиц (ООО «Ашан»), превышала 25 % объема всех реализованных продовольственных товаров в денежном выражении за 2012 г. на территории Одинцовского муниципального района Московской области⁵.

Представляется важным отметить, что, согласно постановлению Пленума ВАС РФ от 30 июня 2008 г. № 30 «О некоторых вопросах, возникающих в связи с применением арбитражными судами антимонопольного законодательства», арбитражным судам следует учитывать, что при нарушении антимонопольного законодательства одним из членов группы лиц предписание может быть дано и иным членам группы в случае, если они способны обеспечить устранение нарушения⁶. Конституционный Суд РФ обратил внимание на еще одно обстоятельство — на необходимость выносить предписание с учетом вины хозяйствующих субъектов в нарушении законодательства о конкуренции⁷.

Определение понятия торговой сети указывает на распространение в отношении ритейлеров требований Закона о защите конкуренции, в том числе касающихся признания хозяйствующих субъектов занимающими доминирующее положение. В статье 5 Закона о защите конкуренции установлены количественные (доля на

рынке товара превышает 50 % или составляет от 35 до 50 %) и качественные критерии, при наличии которых признается, что хозяйствующий субъект (группа лиц) занимает доминирующее положение. Федеральными законами могут устанавливаться случаи признания доминирующим положения хозяйствующего субъекта, доля которого на рынке определенного товара составляет менее 35 %.

Следует отметить, что концепция Закона о торговле предполагала введение особых норм антимонопольного регулирования, предусматривающих снижение размера доли ритейлеров, при достижении которой его положение может быть признано доминирующим, до 15 %, а также снижение размера совокупной доли ритейлеров при установлении коллективного доминирования⁸. Однако принятый Закон о торговле таких норм не содержит.

Статья 10 Закона о защите конкуренции включает в себя общий запрет злоупотребления доминирующим положением, а также перечень конкретных форм такого злоупотребления, который не является исчерпывающим. В статье 13 Закона о торговле установлены практически аналогичные по своей сути запреты, однако не применяется такая категория, как доминирующее положение. Закон о защите конкуренции и Закон о торговле содержат практически идентичный иммунитет для хозяйствующих субъектов, чья выручка за последний календарный год не превышает 400 млн руб.

Примечательно, что субъектом, в отношении которого статьей 13 Закона о торговле установлены вышеупомянутые запреты, вы-

⁵ Постановление Арбитражного суда Московского округа от 03.06.2015 № Ф05-6127/2015 по делу № А41-51563/14 // СПС «КонсультантПлюс».

⁶ Постановление Пленума ВАС РФ от 30.06.2008 № 30 «О некоторых вопросах, возникающих в связи с применением арбитражными судами антимонопольного законодательства» // СПС «КонсультантПлюс».

⁷ Постановление Конституционного Суда РФ от 24.06.2009 № 11-П «По делу о проверке конституционности положений пунктов 2 и 4 статьи 12, статей 22.1 и 23.1 Закона РСФСР «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» и статей 23, 37 и 51 Федерального закона «О защите конкуренции» в связи с жалобами ОАО «Газэнергосеть» и ОАО «Нижекамскнефтехим» // СПС «КонсультантПлюс».

⁸ *Киреева Ю.* Законопроект о торговле прошел мимо фармрозницы // Фармацевтический вестник. 2009. № 23. URL: <https://pharmvestnik.ru/articles/zakonoproekt-o-torgovle-proshel-mimo-farmroznitsy.html> (дата обращения: 10.01.2020).

ступает ритейлер, осуществляющий продажу продовольственных товаров, вне зависимости от того, какую долю рынка он занимает, занимает ли он доминирующее положение или нет и вне зависимости от его влияния на конкуренцию⁹. Наложение одинаковых ограничений на торговые сети, значительно отличающиеся по величине оборота, также вызывает сомнение у отдельных исследователей¹⁰.

Представляется, что установление в ст. 13 Закона о торговле запретов в отношении ритейлеров, осуществляющих продажу продовольственных товаров, безотносительно такой категории, как доминирующее положение, связано с перевесом рыночной власти торговых сетей ввиду возможности влиять на формирование розничной цены товара для конечного потребителя, и, как следствие, возможностью торговых сетей оказывать влияние на состояние конкурентной среды. Исходя из приоритета обеспечения продовольственной безопасности Российской Федерации, законодатель предусмотрел более строгие требования в отношении субъектов, осуществляющих продажу таких товаров.

В научной литературе и среди практиков высказываются различные точки зрения относительно введения в Закон о торговле норм о доминировании и «коллективном» доминировании. А. В. Спиридонова считает целесообразным ввести понятие коллективного доминирования торговых сетей с установлением размеров рыночных долей в зависимости от количества доминантов¹¹. Идею о введении в Закон о торговле понятия «доминирование» также поддержива-

ют Л. В. Андреева¹², Ю. С. Харитонов¹³, Е. А. Лихущина¹⁴. Полагаем, что такой подход должен быть тщательно взвешен, основан на оценке фактического воздействия Закона о торговле, в противном случае введение таких положений может привести к крайне отрицательным социально-экономическим последствиям, в особенности на рынке продовольственных товаров.

В отсутствие установленных особенностей в части признания субъекта занимающим доминирующее положение на ритейлеров распространяются в полной мере требования ст. 5 Закона о защите конкуренции для определения доминирующего положения. Для установления доминирующего положения антимонопольным органом проводится анализ товарного рынка, в том числе определяются его продуктовые и географические границы, а также оценивается рыночная сила хозяйствующего субъекта. Например, арбитражным судом при рассмотрении дела № А76-1043/2019 был подтвержден вывод антимонопольного органа, основанный на анализе состояния конкуренции на рынке розничной торговли продовольственными товарами на территории учреждений уголовно-исполнительной системы Челябинской области, о том, что доля ФГУП «Промсервис», соответствующего признакам отнесения к торговой сети, составляет более 50 % по итогам 2016, 2017 гг. и 11 месяцев 2018 г., а также о том, что в исследуемых временных границах предприятие на указанном товарном рынке занимало доминирующее положение¹⁵.

Не используя категорию «доминирующее положение», Закон о торговле в сфере рознич-

⁹ Постановление Двенадцатого арбитражного апелляционного суда от 05.06.2014 по делу № А12-32511/2013 // СПС «КонсультантПлюс».

¹⁰ См.: Варламова А. Н. Отраслевой аспект в конкурентном праве // Конкурентное право. 2015. № 3. С. 3—7.

¹¹ Спиридонова А. В. Антимонопольные ограничения доли торговых сетей на рынке продовольственных товаров // Актуальные проблемы российского права. 2018. № 11. С. 107.

¹² Андреева Л. В. Антимонопольные нормы в законодательстве о торговле: проблемы правоприменения // Юрист. 2017. № 9. С. 4—8.

¹³ Харитонов Ю. С. Признаки торговой сети в законодательстве о торговле и конкуренции // Журнал предпринимательского и корпоративного права. 2018. № 1. С. 20—22.

¹⁴ Лихущина Е. А. Оценка «рыночной власти» торговой сети с точки зрения монополии — доминирующего положения покупателя // Конкурентное право. 2016. № 3. С. 7—10.

¹⁵ Постановление Восемнадцатого арбитражного апелляционного суда от 11.09.2019 № 18АП-9874/2019 по делу № А76-1043/2019 // СПС «КонсультантПлюс».

ной торговли продовольственными товарами устанавливает 25 %-ный порог доли реализованных торговой сетью продовольственных товаров в денежном выражении от объема всех реализованных продовольственных товаров в денежном выражении за предыдущий финансовый год в границах административно-территориального образования, при достижении которого применяется запрет на приобретение или аренду в границах соответствующего административно-территориального образования дополнительной площади торговых объектов. При этом суды при рассмотрении дел о применении последствий недействительности соответствующих сделок исходят не только из фактического достижения установленной статьей 14 Закона о торговле доли, но и из того, произошло ли в результате совершения оспариваемых сделок увеличение площади торговых объектов¹⁶.

Совершен ли такой подход к установлению запрета на увеличение торговых площадей? Ведь статистические данные о реализованных торговой сетью продовольственных товарах представляются ритейлерами и могут быть искажены. Не исключена ситуация, при которой ритейлер, реализующий менее установленной доли продовольственных товаров, имеет право свободно приобрести или арендовать любое количество площадей или торговых объектов, тем самым увеличив указанную долю и достигнув значений, в разы превышающих предусмотренный Законом о торговле порог. При этом в требованиях о признании недействительным соответствующего договора судом может быть отказано при условии устранения допущенного нарушения путем отчуждения иных торговых площадей по согласованию с антимонопольным органом¹⁷.

Следует отметить, что Закон о защите конкуренции не содержит подобных ограничений для развития бизнеса, предусматривая разрешительный порядок совершения особо крупных сделок в зависимости от анализа возможных последствий совершения такой сделки. При этом Закон о торговле, введя институт ограничения торговых площадей, предусматривает особый антимонопольный режим, по сути ограничивающий органический рост торговой сети вне зависимости от последствий такого роста.

Представляется, что наращивание доли реализованных товаров не всегда связано с объемом торговых площадей, но и с иными экономическими показателями деятельности ритейлеров. В данной связи указанное законодательное регулирование представляется несовершенным.

Обращает на себя внимание, что при выборе оснований для установления в ст. 14 Закона о торговле запрета на наращивание торговых площадей, законодатель предпочел исходить из определения доли объема всех реализованных торговой сетью продовольственных товаров в денежном выражении за предыдущий финансовый год в границах административно-территориального образования (очевидно полагая, что отсутствие такого запрета может в дальнейшем привести к доминирующему положению ритейлера на рынке), в то время как в Законе о защите конкуренции при определении доминирующего положения необходимо учитывать долю хозяйствующего субъекта (группы лиц) на рынке определенного товара.

Расчет доли объема продовольственных товаров, реализованных ритейлером, производится согласно утвержденной Методике¹⁸, а информация об общем объеме всех продо-

¹⁶ Постановление ФАС Поволжского округа от 15.08.2013 по делу № А72-9288/2012 // СПС «КонсультантПлюс».

¹⁷ Постановление Арбитражного суда Уральского округа от 24.08.2016 № Ф09-6364/16 по делу № А76-24556/2014 // СПС «КонсультантПлюс»; постановление Арбитражного суда Уральского округа от 24.08.2016 № Ф09-6364/16 по делу № А76-24556/2014 // СПС «КонсультантПлюс».

¹⁸ Постановление Правительства РФ от 04.05.2010 № 305 «Об утверждении методики расчета объема всех продовольственных товаров, реализованных в границах субъекта Российской Федерации, в том числе городов федерального значения Москвы и Санкт-Петербурга, и в границах муниципального района, городского округа, в денежном выражении за финансовый год и определения доли объема продоволь-

вольственных товаров, реализованных в отчетном году в границах соответствующего административно-территориального образования, в денежном выражении ежегодно размещается Росстатом в сети «Интернет» — до 1 мая года, следующего за отчетным годом.

На практике возникает вопрос о способе расчета доли, установленной в ст. 14 Закона о торговле, и о том, могут ли заключаться ритейлерами договоры об аренде или приобретении торговых объектов до публикации соответствующих данных Росстата¹⁹.

Вопрос о возможности ретроспективного применения данных Росстата был решен Верховным Судом РФ при рассмотрении спора между ритейлером ООО «Агроторг», осуществляющим продажу продовольственных товаров в Дмитровском районе Московской области и входящим в группу лиц ООО «ИКС 5 Ритейл групп», и УФАС Московской области. Верховный Суд РФ пришел к выводу, что сделки, направленные на расширение торговой сети и заключенные до публикации официальных данных, не могут признаваться недействительными, а поведение торговой сети должно считаться разумным и добросовестным²⁰.

Рассмотрим второй квалифицирующий признак — **совокупность двух и более торговых объектов, которые используются под единым коммерческим обозначением или иным средством индивидуализации.**

Перечень средств индивидуализации является исчерпывающим и включает фирменные наименования, товарные знаки и знаки обслуживания, наименования мест происхождения товара, коммерческие обозначения (непосред-

ственно поименованные в Законе о торговле), а также географические указания.

Право на коммерческое обозначение является одним из прав на средства индивидуализации юридических лиц, товаров, работ, услуг и предприятий. Признак использования хозяйствующим субъектом коммерческого обозначения в отношении двух и более торговых объектов применяется арбитражными судами для признания двух и более объектов торговой сетью. Например, суд при рассмотрении дела о признании недействительными решения и предписания антимонопольного органа определил, что заявитель (ООО «Радеж») является коммерческой организацией и имеет 121 торговый объект под единым коммерческим обозначением «Радеж», то есть осуществляет торговую деятельность посредством организации торговой сети²¹.

Указанное свидетельствует о том, что предлагаемые законодателем квалифицирующие признаки торговых сетей являются недостаточными, требуют упорядочивания с точки зрения обеспечения разумного баланса интересов субъектов торговой деятельности.

В данной связи представляется целесообразным закрепление в понятии торговой сети дополнительного общего признака — минимального размера дохода, полученного за предшествующий год, что позволит снизить давление на малый и средний бизнес. Такой подход соответствует и международной практике.

Так, В. А. Маслова обращает внимание на то, что, например, в британском Кодексе поведения при поставках товаров повседневного спроса ритейлерами признаются субъекты, чей оборот

ственных товаров, реализованных хозяйствующим субъектом, осуществляющим розничную торговлю такими товарами посредством организации торговой сети (за исключением сельскохозяйственного потребительского кооператива, организации потребительской кооперации), в границах соответствующего административно-территориального образования, в денежном выражении за финансовый год» // СЗ РФ. 2010. № 19. Ст. 2328.

¹⁹ Спиридонова А. В. Антимонопольные ограничения доли торговых сетей на рынке продовольственных товаров // Актуальные проблемы российского права. 2018. № 11 // СПС «КонсультантПлюс».

²⁰ Определение Судебной коллегии по экономическим спорам Верховного Суда РФ от 17.01.2019 по делу № 305-ЭС18-17616, А41-67497/2017 // СПС «КонсультантПлюс».

²¹ Постановление Арбитражного суда Поволжского округа от 17.12.2018 № Ф06-39354/2018 по делу № А12-2650/2018 // СПС «КонсультантПлюс».

превышает 1 млрд английских фунтов стерлингов по операциям, связанным с товарами повседневного спроса в Великобритании²².

Кроме того, предлагается не признавать входящими в торговую сеть торговые объекты в случае использования единого коммерческого обозначения или иного средства индивидуализации субъектами малого и среднего предпринимательства.

Представляется, что в Законе о торговле целесообразно введение классификации торговых сетей в зависимости от территориального признака на федеральные (осуществляющие свою деятельность на территории Российской Федерации), региональные (осуществляющие свою деятельность на территории одного-двух близлежащих субъектов Российской Федерации) и локальные (осуществляющие свою деятельность в пределах муниципального образования одной территориальной единицы — города, района) с целью установления для указанных категорий торговых сетей различных требований, поскольку они имеют различные возможности по влиянию на состояние конкуренции на рынке. Федеральные сети, имея значительные объемы закупки, способны предлагать покупателю наиболее выгодную цену, вытесняя тем самым более слабые в экономическом смысле региональные и локальные торговые сети.

Законодательство государств — членов Евразийского экономического союза о деятельности ритейлеров отличается от российского законодательства.

В Республике Казахстан (далее — РК) для признания 2 и более торговых объектов торговой сетью необходимо наличие совокупности 2 признаков — нахождение под общим управлением и использование единого коммерческого обозначения и иного средства индивидуализа-

ции²³. При этом торговой сетью не могут признаваться торговые рынки, которые, в отличие от российского законодательства, признаются торговыми объектами.

Важной спецификой регулирования деятельности ритейлеров в законодательстве РК является то, что запреты и ограничения устанавливаются не только в отношении ритейлеров, осуществляющих продажу продовольственных товаров, но и в отношении всех ритейлеров, а также отсутствие ограничений в отношении приобретения или аренды ритейлерами торговых площадей.

В Республике Беларусь (далее — РБ) для признания двух и более торговых объектов торговой сетью используется два альтернативных квалифицирующих признака — принадлежность на законном основании одному субъекту торговли либо группе лиц или осуществление деятельности несколькими субъектами торговли с использованием одного средства индивидуализации, в том числе на условиях договора комплексной предпринимательской лицензии (франчайзинга)²⁴.

При этом в отличие от Закона о торговле торговой сетью в РБ признаются исключительно стационарные торговые объекты. Обращает на себя внимание и субъектный состав — торговые объекты должны принадлежать субъекту торговли (юридическое лицо, индивидуальный предприниматель, осуществляющие торговлю на территории РБ). В российском законодательстве сфера деятельности хозяйствующего субъекта, которому могут принадлежать торговые объекты, для целей отнесения таких объектов к торговой сети не определяется.

Белорусский законодатель специально подчеркивает, что под определение торговой сети подпадают и торговые объекты, использующие одно средство индивидуализации на условиях

²² Маслова В. А. История создания Кодекса поведения при поставках товаров повседневного спроса // Коммерческое право. 2010. С. 168.

²³ Закон Республики Казахстан от 12 апреля 2004 г. № 544-III «О регулировании торговой деятельности» // URL: https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=1047488 (дата обращения: 10.01.2020).

²⁴ Закон Республики Беларусь от 08.01.2014 № 128-З «О государственном регулировании торговли и общественного питания в Республике Беларусь» // URL: <http://www.pravo.by/document/?guid=3871&p0=N11400128> (дата обращения: 10.01.2020).

договора комплексной предпринимательской лицензии (франчайзинга).

В РБ установлен более низкий порог доли ритейлера в объеме розничного товарооборота

продовольственных товаров, при достижении которого устанавливается ограничение в отношении приобретения или аренды ритейлерами торговых площадей — 20 %.

БИБЛИОГРАФИЯ

1. Андреева Л. В. Антимонопольные нормы в законодательстве о торговле: проблемы правоприменения // Юрист. — 2017. — № 9. — С. 4—8.
2. Варламова А. Н. Отраслевой аспект в конкурентном праве // Конкурентное право. — 2015. — № 3. — С. 3—7.
3. Еременко В. И., Евдокимова В. И. Совершенствование системы лицензирования в Европейском Союзе // Патенты и лицензии. — 1997. — № 7. — С. 31—36.
4. Киреева Ю. Законопроект о торговле прошел мимо фармрозницы // Фармацевтический вестник. — 2009. — № 23. — URL: <https://pharmvestnik.ru/articles/zakonoproekt-o-torgovle-proshel-mimo-farmroznitsy.html>.
5. Крие А., Жаллэ Ж. Внутренняя торговля. — М. : Прогресс, Универс, 1993. — 192 с.
6. Лихущина Е. А. Оценка «рыночной власти» торговой сети с точки зрения монополии — доминирующего положения покупателя // Конкурентное право. — 2016. — № 3. — С. 7—10.
7. Мамсирова А. А. Ритейлерская сеть в нестабильной внешней среде: проблемы и решения (на примере X5 RETAIL GROUP N.V.) // Вестник АГУ. — 2017. — № 1 (195). — С. 99—107.
8. Маслова В. А. История создания Кодекса поведения при поставках товаров повседневного спроса // Коммерческое право. — 2010. — С. 165—182.
9. Спиридонова А. В. Антимонопольные ограничения доли торговых сетей на рынке продовольственных товаров // Актуальные проблемы российского права. — 2018. — № 11. — С. 103—109.
10. Харитоновна Ю. С. Признаки торговой сети в законодательстве о торговле и конкуренции // Журнал предпринимательского и корпоративного права. — 2018. — № 1. — С. 20—22.

Материал поступил в редакцию 10 января 2020 г.

REFERENCES (TRANSLITERATION)

1. Andreeva L. V. Antimonopolnye normy v zakonodatelstve o trgovle: problemy pravoprimereniya // Yurist. — 2017. — № 9. — S. 4—8.
2. Varlamova A. N. Otrasleyvoj aspekt v konkurentnom prave // Konkurentnoe pravo. — 2015. — № 3. — S. 3—7.
3. Eremenko V. I., Evdokimova V. I. Sovershenstvovanie sistemy licenzirovaniya v Evropejskom Soyuze // Patenty i licenzii. — 1997. — № 7. — S. 31—36.
4. Kireeva Yu. Zakonoproekt o trgovle proshel mimo farmroznicy // Farmaceuticheskij vestnik. — 2009. — № 23. — URL: <https://pharmvestnik.ru/articles/zakonoproekt-o-torgovle-proshel-mimo-farmroznitsy.html>.
5. Krie A., Zhalle Zh. Vnutrennyaya trgovlya. — M. : Progress, Univers, 1993. — 192 s.
6. Lihushina E. A. Ocenka «rynochnoj vlasti» trgovoj seti s tochki zreniya monopsonii — dominiruyushchego polozheniya pokupatelya // Konkurentnoe pravo. — 2016. — № 3. — S. 7—10.
7. Mamsirova A. A. Ritejlerskaya set v nestabilnoj vneshnej srede: problemy i resheniya (na primere X5 RETAIL GROUP N.V.) // Vestnik AGU. — 2017. — № 1 (195). — S. 99—107.
8. Maslova V. A. Istoriya sozdaniya Kodeksa povedeniya pri postavkah tovarov povsednevnogo sprosa // Kommercheskoe pravo. — 2010. — S. 165—182.
9. Spiridonova A. V. Antimonopolnye ogranicheniya doli trgovyih setej na rynke prodovolstvennyh tovarov // Aktualnye problemy rossijskogo prava. — 2018. — № 11. — S. 103—109.
10. Haritonova Yu. S. Priznaki trgovoj seti v zakonodatelstve o trgovle i konkurencii // Zhurnal predprinimatelskogo i korporativnogo prava. — 2018. — № 1. — S. 20—22.