

Научная статья

<https://doi.org/10.24412/2220-2404-2026-9-2>

УДК 347



Attribution

cc by

К ВОПРОСУ О ПУБЛИЧНО-ПРАВОВОЙ ПРИРОДЕ ДОГОВОРА
О ПРЕДОСТАВЛЕНИИ ТОРГОВОГО МЕСТА НА РОЗНИЧНОМ РЫНКЕ

Вострухин С.М.

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

Аннотация: В статье анализируется дискуссионный вопрос о квалификации договора о предоставлении торгового места на розничном рынке в качестве публичного договора. В статье, помимо общенаучных, используются методы формально-юридического, системного толкования и сравнительного правоведения. Научная новизна работы заключается в анализе целого ряда проблем соотношения конструкции публичного договора и договора о предоставлении торгового места, не находивших своего решения в исследовательской среде. Автор рассматривает доктринальные подходы к определению материальных признаков публичного договора, исследует соотношение формальных критериев, установленных законом, и содержательного наполнения деятельности управляющей рынком компании. На основе анализа норм законодательства, правовых позиций высших судов и доктринальных источников делается вывод об отсутствии оснований для распространения на указанный договор положений ст. 426 Гражданского кодекса Российской Федерации.

Ключевые слова: публичный договор, договор о предоставлении торгового места, розничный рынок, управляющая рынком компания, свобода договора, ограничение свободы договора, аренда, торговое место.

Финансирование: инициативная работа.

Original article

ON THE ISSUE OF THE PUBLIC-LAW NATURE OF THE AGREEMENT
ON THE PROVISION OF RETAIL SPACE IN THE RETAIL MARKET

Stepan M. Vostrukhin

Saint Petersburg State University of Economics

Abstract: The article analyzes the controversial issue of the qualification of a contract for the provision of retail space in the retail market as a public contract. The author examines doctrinal approaches to determining the material features of a public contract, examines the relationship between the formal criteria established by law and the substantive content of the activities of a market management company. Based on the analysis of the norms of legislation, the legal positions of the higher courts and doctrinal sources, it is concluded that there are no grounds for extending the provisions of art. 426 of the Civil Code of the Russian Federation.

Keywords: public agreement, agreement on the provision of a trading place, retail market, company managing the market, freedom of contract, restriction of freedom of contract, lease, trading place.

Funding: Independent work.

Введение.

Институт публичного договора (ст. 426 Гражданского кодекса Российской Федерации, далее – ГК РФ) является одной из ключевых гарантий защиты экономически слабых участников оборота. Однако его применение к договорам, опосредующим деятельность розничных рынков, вызывает дискуссии. Законодатель не предусмотрел норм, однозначно подтверждающих или опровергающих отнесение договора о предоставлении торгового места к публичным договорам. Это порождает множественность доктринальных и судебных толкований, создавая правовую неопределенность для управляющих рынком компаний и продавцов.

Особую значимость проблема приобретает в свете Федерального закона от 30.12.2006 № 271-ФЗ "О розничных рынках и о внесении изменений в Трудовой кодекс Российской Федерации" (далее – Федеральный закон № 271-ФЗ), который возлагает на управляющие компании значительный объем административных обязанностей, но не определяет их гражданско-правовой статус и пределы свободы договора. Квалификация договора о предоставлении торгового места как

публичного предопределяет возможность понуждения к его заключению и допустимость установления региональными органами власти закрытых перечней оснований для отказа от заключения договора, что придает исследованию как теоретическую, так и прикладную ценность.

Цель работы — обосновать вывод о невозможности отнесения договора о предоставлении торгового места на розничном рынке к числу публичных договоров по смыслу ст. 426 ГК РФ. Для достижения данной цели поставлены следующие задачи:

- Проанализировать доктринальные подходы к определению формальных и материальных признаков публичного договора в российской цивилистике.

- Обосновать, что деятельность управляющей рынком компании по предоставлению торговых мест носит инфраструктурный (обеспечивающий), а не торговый характер, в связи с чем на нее не распространяется режим регулирования розничной торговли, оговоренный в ст. 426 ГК РФ.

- Определить, является ли потребность в полу-

чении торгового места на розничном рынке стандартной (нормальной) для среднестатистического участника гражданского оборота, что позволило бы обосновать распространение на соответствующий договор режима публичного договора.

- Рассмотреть влияние арендной природы договора о предоставлении торгового места на его квалификацию в качестве публичного.

- Определить правовое значение закрытых перечней оснований для отказа от заключения договора, устанавливаемых актами субъектов РФ, для применения ст. 426 ГК РФ к договору о предоставлении торгового места.

Обсуждение.

Проблема отнесения договора о предоставлении торгового места к публичным договорам уже затрагивалась в литературе. Так, Е.В. Голышев высказывал позицию об отнесении данного договора к публичным договорам [2].

В.А. Кондратьев подвергнул критике указанную позицию, отмечая, что для договоров о предоставлении торгового места не закреплена обязанность управляющей рынком компании заключать договор с любым обратившимся лицом [7, с. 32].

М.И. Брагинский и В.В. Витрянский указывали на то, что при отнесении обязательства к числу публичных договоров следует руководствоваться не только формальными признаками, но и материальными [1, с. 255]. Вопрос о распространении положений ст. 426 ГК РФ на договор о предоставлении торгового места на розничном рынке, по сути, сводится к тому, обладают ли эти отношения материальными признаками публичного договора. Ни Федеральный закон № 271-ФЗ, никакой-либо иной федеральный закон не содержат прямого указания на этот счет.

С точки зрения формальных признаков, нет оснований рассматривать указание на розничную торговлю в п. 1 ст. 426 ГК РФ как на обстоятельство, влекущее применение спорных норм к договорам, заключаемым между управляющей рынком компанией и лицами, указанными в п. 9 ст. 2 Федерального закона № 271-ФЗ. Понятие «розничная торговля» (п. 3 ст. 1 Федерального закон "Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации" от 28.12.2009 № 381-ФЗ, далее – Федерального закона № 381-ФЗ) является производным от понятия «торговая деятельность». Как следует из п. 1 ст. 1 Федерального закона № 381-ФЗ, критерием отнесения предпринимательской деятельности к торговой служит ее связь с приобретением и продажей товаров. Представляется, что законодатель имел в виду непосредственное осуществление деятельности по продаже товаров, а не обеспечивающую (инфраструктурную) деятельность. Обратная ситуация угрожала бы созданием предпосылок для *regressum ad infinitum* при толковании критерия связи с приобретением и продажей товаров.

Таким образом, в строгом юридическом смысле сферой розничной торговли на розничном рынке охватывается лишь взаимодействие продавцов и

покупателей. Режим ее регулирования (в том числе посредством ст. 426 ГК РФ) не распространяется на отношения по предоставлению торговых мест управляющей рынком компаний.

Законодатель формулирует материальные признаки публичных договоров (п. 1 ст. 426 ГК РФ) посредством указания на его субъектный состав (заключение лицом, осуществляющим предпринимательскую или иную приносящую доход деятельность) и содержание, обуславливающее обязанность его заключения с каждым обратившимся в силу характера своей деятельности. В доктрине подходы к определению этих признаков существенно различаются.

Так, В.А. Кондратьев выделяет критерии публичного договора способом, максимально приближенным к легальному толкованию: наличие специального субъекта и обязанность последнего заключить договор в порядке п. 1 ст. 426 ГК РФ [7, с. 32].

М.И. Брагинский и В.В. Витрянский, справедливо критикуют законодательный подход к формулированию субъектного признака, поскольку он характерен для всех коммерческих организаций без исключения [1, с. 256]. Вторым признаком они считают не содержание договора, а характер деятельности, осуществляемой коммерческой организацией или индивидуальным предпринимателем [1, с. 257].

А.А. Громов формулирует гипотезу п. 1 ст. 426 ГК РФ через указание на характер услуг, оказываемых предпринимателем, который должен предполагать их оказание неопределенной группе лиц, выделенной по объективным критериям, а также на обеспечение ими удовлетворения нормальных человеческих потребностей настоящего времени [3, с. 121]. По существу, приведенные критерии являются результатом разложения признаков публичного договора, закрепленных в законе. Следует признать, что открытый перечень договоров, на которые могут распространяться положения ст. 426 ГК РФ, допускает разнообразие мнений относительно действительных критериев отнесения тех или иных договоров к публичным. Окончательного разрешения этой проблемы в правовой доктрине пока не достигнуто.

Между тем, способ решения указанного вопроса имеет значение и для квалификации договора о предоставлении торгового места на розничном рынке. В буквальном смысле ни Федеральный закон № 271-ФЗ, ни какие-либо иные законы не устанавливают обязанности для управляющей рынком компании заключить договор о предоставлении торгового места с любым обратившимся лицом. Следовательно, необходимо разрешение вопроса о том, с какими обстоятельствами закон связывает содержательное наполнение публичного договора обязанностью коммерческой организации осуществлять продажу товаров, выполнение работ либо оказание услуг в отношении каждого, кто к нему обратится.

В таком случае, нам представляется применимым излагаемый в доктрине критерий «нормальности» той или иной потребности, удовлетворение которой происходит в результате осуществления коммерческой

организацией деятельности, указанной в п. 1 ст. 426 ГК РФ [3, с. 120]. Следовательно, необходимо определить, является ли осуществление деятельности по продаже товаров (выполнению работ, оказанию услуг) на розничном рынке (п. 1 ст. 3 Федерального закона № 271-ФЗ) стандартным для среднестатистического участника гражданского оборота в Российской Федерации.

Представляется, что право на свободное осуществление экономической деятельности (ч. 1 ст. 34 Конституции Российской Федерации) не подразумевает предоставление таких гарантий. С политико-правовой точки зрения именно обеспечение отечественных сельскохозяйственных товаропроизводителей площадкой с минимальным порогом входа на рынок и являлось одной из целей принятия Федерального закона № 271-ФЗ [10]. Кроме того, вероятно, именно такая цель в определенной степени оправдывала бы обременение деятельности управляющих рынками компаний многочисленными административными ограничениями, подвергаемыми критике в экспертной среде [6]. Тем не менее, подобное решение не находит своего основания в действующих нормах законодательства.

В связи с формулировкой п. 1 ст. 426 ГК РФ, которая указывает на обязанность стороны договора продавать товары, выполнять работы либо оказывать услуги, возникает вопрос: имеет ли смысл рассматривать перспективы распространения этих положений на договор о предоставлении торгового места, если квалифицировать его как арендный? Этот вопрос косвенным образом уже становился предметом исследования, в частности, в правовой доктрине стран Содружества Независимых Государств.

Так, С.К. Идрышева указывает, что в данном случае законодатель фактически использует триаду, известную еще в римском праве [4, с. 42].

Как указывал римский юрист Павел, содержание любого обязательства состоит в том, что обязанное лицо должно *dare, facere, praestare*: дать, сделать, предоставить [8, с. 284].

Из этого следует, что законодатель вовсе не имел в виду автоматическое исключение договоров арендной природы из сферы действия п. 1 ст. 426 ГК РФ. Этот вывод подтверждается, например, прямым указанием на то, что договор проката является публичным (п. 3 ст. 626 ГК РФ).

Как справедливо отмечает А.И. Савельев, нормы о публичном договоре направлены на ограничение принципа свободы договора в целях обеспечения гарантий приобретения определенными категориями участниками оборота известных благ [1, с. 858]. Следовательно, такая конструкция направлена на обеспечение баланса интересов сторон. В связи с этим, необходимо отметить, что возложение на управляющую рынок компании обязанности заключить договор в обязательном порядке с каждым лицом, намеревающимся стать продавцом, серьезно нарушило бы этот баланс в пользу ущемления прав стороны, предоставляющей торговое место.

Несмотря на значительную административную нагрузку, возлагаемую на управляющую рынок компанию Федеральным законом № 271-ФЗ, закон не обязывает ее функционировать в качестве непосредственной инфраструктуры поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства. В отличие от, например, системы элементов такой инфраструктуры, представленных в ч. 2 ст. 15 Федерального закона от 24.07.2007 № 209-ФЗ "О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации", обеспечение возможности низкого порога входа на рынок для лиц, перечисленных в п. 9 ст. 3 Федерального закона № 271-ФЗ, является побочным продуктом деятельности управляющей рынок компании как коммерческой организации, извлекающей доход из деятельности по управлению имущественным комплексом.

Более того, можно утверждать, что сама конструкция публичного договора противоречит сути договора о предоставлении торгового места. Ни один из договоров присоединения не предполагает предоставления самостоятельной инфраструктуры для осуществления коммерческой деятельности обратившегося лица. Так, например, согласно ч. 2 ст. 26 Федерального закона "Об электроэнергетике" от 26.03.2003 № 35-ФЗ, договор оказания услуг по передаче электрической энергии потребителю электрической энергии (лицу, действующему в его интересах) является публичным. Однако при передаче электрической энергии лицу, осуществляющему предпринимательскую деятельность, энергоснабжающая организация предоставляет отдельный ресурс, а не инфраструктурный комплекс (например, электростанцию по договору аренды предприятия, ст. 132 ГК РФ). Кроме того, для публичных договоров не характерна взаимозависимость контрагентов, в пользу которых установлены гарантии обрабатывающей стороны по ст. 426 ГК РФ.

Возражением против позиции о нераспространении положений ст. 426 ГК РФ на договор о предоставлении торгового места может служить ссылка на ограниченный перечень оснований для отказа в заключении такого договора. Так, в п. 2.5 Порядка заключения договора о предоставлении торгового места на розничных рынках области, утвержденном Постановлением Администрации Новгородской области от 25.06.2007 № 181, указано, что основаниями для отказа в заключении договора являются: предоставление неполных или недостоверных сведений заявителем; отсутствие свободных торговых мест на рынке; превышение установленной Правительством Российской Федерации допустимой доли иностранных работников, используемых на рынке. Следовательно, исключена ситуация, при которой управляющая рынок компания может отказаться от заключения договора, ссылаясь на ст. 421 ГК РФ. Тем не менее, следует отметить, что закрытый перечень оснований для отказа от заключения договора с обратившимся лицом не предопределяет вопрос о квалификации договора в качестве публичного. Вряд ли, например, следует признавать публичным договор купли-продажи земельного

участка, заключенный в порядке ст. 39.20 Земельного кодекса Российской Федерации.

Изложенное демонстрирует наличие еще не решенной в правовой доктрине проблемы разграничения публичных договоров и договоров, свобода воли одной из сторон которых ограничена закрытым перечнем оснований для отказа. С точки зрения буквального толкования п. 1 ст. 426 ГК РФ такие договоры не являются тождественными, поскольку ограничение круга лиц, с которыми может быть заключен договор, уже свидетельствует об отсутствии признаков публичного договора. Например, не «каждое» лицо может заключить договор о предоставлении торгового места, а лишь то, которое отвечает требованиям п. 9 ст. 3 Федерального закона № 271-ФЗ. С точки же зрения толкования по смыслу, как уже отмечалось, необходимо обращаться к характеру деятельности, осуществляемой обязанным лицом.

Результаты.

На основе проведенного анализа можно сформулировать следующие результаты:

1. Доктринальный анализ показывает, что открытый перечень договоров, подпадающих под действие ст. 426 ГК РФ, допускает множественность подходов к определению материальных критериев публичности. Однако применительно к договору о предоставлении торгового места ни один из рассмотренных подходов (субъектный, деятельностный или критерий «нормальности» потребности) не дает оснований для его квалификации в качестве публичного.

2. Федеральный закон № 271-ФЗ не устанавливает обязанности управляющей рынком компании заключить договор с любым обратившимся лицом.

3. Квалификация договора о предоставлении торгового места как арендного сама по себе не исклю-

чает автоматического применения к нему норм о публичном договоре (что подтверждается примером договора проката). Однако содержательный анализ деятельности управляющей компании показывает, что она носит инфраструктурный, а не реализационный характер, что делает необоснованным распространение на нее режима ст. 426 ГК РФ.

4. Наличие закрытого перечня оснований для отказа от заключения договора, установленного региональными актами, не равнозначно признаку публичности. Во-первых, перечень обращающихся лиц ограничен (п. 9 ст. 3 Закона № 271-ФЗ). Во-вторых, сама обязанность заключить договор с каждым обратившимся в законе отсутствует.

Заключение.

Позицию о том, что договор о предоставлении торгового места на розничном рынке не является публичным, следует признать обоснованной. Высший арбитражный суд РФ фактически поддержал эту позицию, указав, что Федеральный закон № 271-ФЗ не предусматривает обязанности управляющей рынком компании заключать договор в обязательном порядке с каждым лицом, намеревающимся стать продавцом[9]. Тем не менее, правовая неопределенность в данной области существует как на уровне доктрины, так и в области правоприменения. Указанные обстоятельства требуют от законодателя как более ясного изложения критериев публичного договора, так и внесения соответствующих указаний относительно применимости положений ст. 426 ГК РФ к договору о предоставлении торгового места на розничном рынке. Однозначное решение данного вопроса имеет не только теоретическое, но и практическое значение, поскольку определяет баланс прав и обязанностей управляющей рынком компании и продавцов.

Конфликт интересов

Не указан.

Рецензия

Все статьи проходят рецензирование в формате double-blind peer review (рецензенту неизвестны имя и должность автора, автору неизвестны имя и должность рецензента). Рецензия может быть предоставлена заинтересованным лицам по запросу.

Conflict of Interest

None declared.

Review

All articles are reviewed in the double-blind peer review format (the reviewer does not know the name and position of the author, the author does not know the name and position of the reviewer). The review can be provided to interested persons upon request.

Список источников:

1. Брагинский М.И., Витрянский В.В. Договорное право. Книга первая: Общие положения. - 3-е изд. - М.: Статут, 2011. - 847 с.
2. Гольшиев Е.В. Отдельные вопросы квалификации и применения договоров о предоставлении торговых мест на розничном рынке // Арбитражный и гражданский процесс. - 2016. - №. 8. - С. 44-49. EDN: WGEKYD
3. Громов А.А. Сфера действия публичного договора // Право. Журнал Высшей школы экономики. - 2023. - №. 4. - С. 103-125. DOI: 10.17323/2072-8166.2023.4.103.125 EDN: JWZZXR
4. Идрышева С.К. О характере деятельности обязательной стороны в публичном договоре // Юридическая наука и правоохранительная практика. - 2010. - №. 3 (13). - С. 41-46. EDN: NEDQNP
5. Карапетов А.Г. Договорное и обязательственное право (общая часть): постатейный комментарий к статьям 307-453 Гражданского кодекса Российской Федерации. - М.: М-Логос, 2017. - 1120 с. ISBN: 978-5-8354-1325-6 EDN: ZJYLSK
6. Кириенко Г.С. Избыточное регулирование торговли на розничных рынках: направления совершенствования законодательства // Государственная власть и местное самоуправление. - 2022. - №. 12. - С. 42-45. DOI: 10.18572/1813-1247-2022-12-42-45 EDN: IFTODC
7. Кондратьев В.А. Правовая природа договора о предоставлении торгового места на розничном рынке // Актуальные проблемы российского права. - 2018. - №. 2 (87). - С. 27-34. DOI: 10.17803/1994-1471.2018.87.2.027-034 EDN: YQTWJE
8. Новицкий И.Б., Перетерский И.С. Римское частное право: учебник. - М.: Кнорус, 2014. - 608 с.
9. Определение Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации № ВАС-16100/10 от 30.11.2010 // <https://kad.arbitr.ru/>. URL: https://kad.arbitr.ru/Document/Pdf/75c67b4b-7399-4f73-b4dc-1c2cd4b63117/7ba4617-feae-42c9-adcf-57e9400aed77/A14-18021-2009_20101130_Opredelenie.pdf?isAddStamp=True (дата обращения: 09.08.2026).

10. Пояснительная записка к проекту федерального закона "Об организации деятельности розничных рынков" // Система обеспечения законодательной деятельности Государственной автоматизированной системы "Законотворчество". URL: <https://sozd.duma.gov.ru/bill/357580-4> (дата обращения: 03.08.2025).

References:

1. Braginsky M.I., Vitryansky V.V. Contract Law. Book One: General Provisions. – 3rd ed. – Moscow: Statut, 2011. – 847 p.
2. Golyshev E.V. Certain issues of qualification and application of contracts for the provision of retail space // Arbitration and Civil Procedure. – 2016. – No. 8. – Pp. 44–49. EDN: WGEKYD
3. Gromov A.A. The Scope of a Public Contract // Law. Journal of the Higher School of Economics. – 2023. – No. 4. – Pp. 103–125. DOI: 10.17323/2072-8166.2023.4.103.125 EDN: JWZZXR
4. Idrysheva S.K. On the nature of the obligated party's activities under a public contract // Legal Science and Law Enforcement Practice. – 2010. – No. 3 (13). – Pp. 41–46. EDN: NEDQNP
5. Karapetov A. G. Contract and Obligation Law (General Part): Article-by-article commentary on Articles 307–453 of the Civil Code of the Russian Federation. — Moscow: M-Logos, 2017. — 1120 p. ISBN: 978-5-8354-1325-6 EDN: ZJYLSK
6. Kiriienko G. S. Excessive regulation of trade in retail markets: directions for improving legislation // State Power and Local Self-Government. — 2022. — No. 12. - Pp. 42–45. DOI: 10.18572/1813-1247-2022-12-42-45 EDN: IFTODC
7. Kondratyev V.A. The Legal Nature of the Agreement on the Provision of a Trading Space in the Retail Market // Current Problems of Russian Law. - 2018. - No. 2 (87). - Pp. 27–34. DOI: 10.17803/1994-1471.2018.87.2.027-034 EDN: YQTWJE
8. Novitsky I.B., Peretersky I.S. Roman private law: textbook. Moscow: Knorus, 2014. 608 p
9. Definition of the Supreme Arbitration Court of the Russian Federation No. VAS-16100/10 dated 11/30/2010 // <https://kad.arbitr.ru/>. URL: https://kad.arbitr.ru/Document/Pdf/75c67b4b-7399-4f73-b4dc-1c2cd4b63117/7fba4617-feae-42c9-adcf-57e9400aed77/A14-18021-2009_20101130_Opredelenie.pdf?isAddStamp=True (date of reference: 08/09/2026).
10. Explanatory note to the project Federal Law "On the organization of retail markets" // The system for ensuring legislative activity of the State Automated system "Lawmaking". URL: <https://sozd.duma.gov.ru/bill/357580-4> (accessed: 03.08.2025).

Информация об авторе:

Вострухин Степан Михайлович, аспирант кафедры гражданского и корпоративного права юридического факультета Санкт-Петербургского государственного экономического университета, Санкт-Петербург, Российская Федерация; vsm0202@mail.ru
Stepan M. Vostrukhin, Postgraduate Student at the Department of Civil and Corporate Law, Faculty of Law, Saint Petersburg State University of Economics, Saint Petersburg, Russian Federation.

Статья поступила в редакцию / The article was submitted 10.08.2026;

Одобрена после рецензирования / Approved after reviewing 27.08.2026;

Принята к публикации / Accepted for publication 20.09.2026.

Автором окончательный вариант рукописи одобрен.