

## ЮРИДИЧЕСКИЕ НАУКИ

### ПОНЯТИЕ ТОВАРА КАК ОБЪЕКТА КОММЕРЧЕСКОГО ПРАВА

*Лапин Сергей Сергеевич*

*студент 3 курса бакалавриата юридического факультета  
Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова  
МГУ, РФ, г. Москва*

### THE CONCEPT OF GOODS AS AN OBJECT OF COMMERCIAL LAW

*Lapin Sergey Sergeevich,*

*3rd year undergraduate student of the Faculty of Law of the Lomonosov  
Moscow State University – MSU, Russia, Moscow*

**Аннотация.** Настоящая статья ставит целью очерчивание исчерпывающей характеристики товара в торговом обороте, а также установление конкретных признаков, раскрывающих сущность товара в этой сфере, которые стоит учитывать контрагентам в настоящее время. Задача исследования заключается в разработке концепции товара как объекта торгового права через формулирование его понятия с учётом всех последних легальных и доктринальных представлений о нём.

**Abstract.** This article aims to outline the exhaustive characteristics of the goods in the trade circulation, as well as to establish specific features that reveal the essence of goods in this area, which should be taken into account by contracting parties nowadays. The task of the research is to develop the concept of an item of goods as an object of commercial law through the formulation of its concept, taking into account all the latest legal and doctrinal ideas about it.

**Ключевые слова:** товар; услуга; имущественный оборот; торговый оборот; оборотоспособность; новое *lex mercatoria*; стоимость; безопасность; система прослеживаемости.

**Keywords:** product; service; property circulation; trade circulation; circulability; new *lex mercatoria*; cost; security; traceability system.

#### Вводная часть

Категория товара является одной из основополагающих в коммерческом праве. От сущности товара и от того, какая процедура с ним совершается на рынке, зависит тот или иной характер торговых правоотношений, выстраиваются конкретные права и обязанности контрагентов на рынке, его свойства, качества и характеристики в зависимости от этого образуют различный правовой статус, из которого вытекает видовое многообразие товаров и разносторонний характер прав и обязанностей лиц, находящихся в коммерческом правоотношении и стремящихся удовлетворить свои потребности.

**Новизна** данной темы состоит не только в установлении сущности товара как объекта взаимоотношений контрагентов в сфере торговли, но и в подчёркивании спорных вопросов, которые характеризуют товар через его понятие. Дискуссионными являются, по мнению автора работы, вопросы о том, как в понятии отражается система элементов, составляющих его, а также о том, как охарактеризована концепция товара в различных документах как международного, так и отечественного частного права вместе с закреплением данных положений в практической деятельности контрагентов.

**Методика исследования:** методология данной статьи состоит в наличии теоретической и эмпирической составляющих. Теоретическая база работы состоит в изучении российского и международного законодательства с особым уделением внимания нормам *soft law*, в частности, нормам нового *lex mercatoria*. Эмпирическая база работы состоит в том, чтобы анализ понятия товара в сфере торговли основывался на практическом применении, которое проявляется в разнообразной судебной практике.

#### Основная часть

Справедливо отметить, что товар служит центральным понятием в коммерческом праве, поскольку любой способ взаимоотношений в данной сфере подразумевает участие в них товара в той или иной форме. Консолидированное доктринальное понимание его концепции относит к нему объекты, имеющие определённое вещественное воплощение, то есть обладающие материальным характером. При этом представляется необходимым отграничить понятие товара от понятия услуги. Несмотря на то, что целью функционирования в обороте норм и правил, касающихся как товара, так и услуги, является удовлетворение нужд потребителей контрагентов надлежащим и благоприятным для них образом, сущность услуги несколько отличается от товара. Прежде всего, услуга представляет собой действие или совершение определённого процесса действий в пользу лица или группы лиц. Товар же носит титул продукта труда, то есть представляет собой вещь или итог какой-то деятельности, которые могут обладать полезными свойствами для контрагента либо несут в себе «полезный эффект живого труда» [7]. Вместе с тем он не может обозначать исключительно продукт труда в имманентном его понимании, так как продукт

– это результат конкретного проявления человеческого труда в определённой отрасли производства без учёта его экономической роли в дальнейшем. В то же время товар имеет целью именно функционирование в качестве объекта по договору купли-продажи, и его необходимым свойством служит оборотоспособность, которая понимается как «его признание товаром – объектом экономического оборота» [2]. Соответственно, понятие товара в себе объединяет универсум предметов-результатов человеческого труда и факт их целевого назначения в виде участия в обороте. Иными словами, суть товара можно описать в виде продукта трудовой деятельности, который предназначен для введения в коммерческий оборот. При этом в качестве товара в большинстве своём выступают материальные объекты, которые включают в себя две группы товаров: потребительские, которые направлены на удовлетворение личных потребностей людей, и товары производственного назначения, то есть «служащие использованию в производстве, – например, сырьё, материалы, комплектующие изделия, оборудование и др.» [6].

Стоит также разграничить понимание товара как объекта гражданских прав и товара как объекта торговых правоотношений. Имущественный оборот предполагает положение товара в виде объекта гражданских прав, который может включать в себя как работы, так и услуги (что было выше опровергнуто касаясь торговых отношений), а также имеет своим предназначением быть элементом отношений как в рамках продажи, так и обмена вещей, более того, Федеральный закон от 26.07.2006 N 135-ФЗ «О защите конкуренции» предусматривает и любые другие способы введения в оборот объекта в качестве товара помимо поименованных двух, то есть, в качестве товара закреплён открытый перечень объектов гражданских прав. Притом, заметим, что в акте, обладающем более существенной юридической силой в данном отношении, коим является Гражданский кодекс РФ, а именно, в статье 128 понятие «товара» не только не упоминается в перечне объектов гражданских правоотношений, но и не отождествляется вовсе с определением объекта. В то же время есть и точка соприкосновения положений данной статьи с коммерческо-правовым характером товара: статья может предусматривать в качестве имущества, относящегося к объектам гражданских прав, и ценные бумаги (Постановление Арбитражного суда Восточно-Сибирского округа от 26.06.2020 N Ф02-3007/2020 по делу N A19-19546/2017), что соответствует характеру торгового оборота в том случае, если в качестве ценной бумаги обозначен коносамент или складское свидетельство. Многозначительность понятия товара закладывается и в Налоговом кодексе РФ, в соответствии с 38 статьёй которого в качестве товара выступает любое имущество, которое реализуется либо имеет данный процесс своим предназначением. Такой же смысл носит и понятие товара, закреплённое в Национальном стандарте РФ ГОСТ Р 51303-2013 «Торговля. Термины и определения». В документе указывается, что товаром служит объект гражданских прав (работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот. Коммерческий же оборот, на самом деле, локализует понятие товара до характеристики, подчёркивающей целевое назначение данной концепции. Так, основной чертой товара является его назначение – прохождение товара через цепочку правоотношений от изготовителя к приобретателю. Тем самым коммерческая правоспособность состоит в возможности служить объектом торговых договоров и менять собственника на свободной основе. Другой аспект различия имущественного и коммерческого понимания товара заключается в его роли. Так, гражданский оборот подразумевает и различный спектр действий по заключению договоров, содержащих безвозмездные действия – например, дарение. Сама сущность этих действий не отвечает важнейшему критерию товара как объекта коммерческого оборота – вовлечённости в экономические связи между контрагентами, что не позволяет согласовать положения данных действий как дающие возможность классифицировать объект в данных правоотношениях как товар. Роль коммерческого оборота же сведена чётко к удовлетворению потребности одного контрагента или группы контрагентов в получении необходимой вещи – продукта труда – в результате продажи со стороны других контрагента или группы контрагентов соответственно.

Понятие товара в рамках именно коммерческих правоотношений можно найти в источниках *lex mercatoria*. Так, в Принципах европейского частного права DCFR в разделе IV.A.–1:202 содержится определение договора купли-продажи товаров, которое, в свою очередь, понимает под товаром материальное движимое имущество. В определении товара, содержащемся в части A раздела IV.A.–1:201 приведён перечень особых объектов, подпадающих под определение товара в данном смысле, к которым относятся: корабли, суда, суда на воздушной подушке или самолеты, космические объекты, животных, жидкости и газы. Данное положение закрывает «белое пятно» в регулировании данных объектов Венской Конвенцией ООН 1980 года о договорах международной купли-продажи товаров, в статье 2 которой подчёркивается неприменимость данного акта в отношении судов водного и воздушного транспорта, а также судов на воздушной подушке. В отечественном законодательстве не все из перечисленных объектов обладают свободной оборотоспособностью и могут входить в предмет коммерческого права – например, воздушные суда закрепляются в собственности за государством или муниципальным образованием в соответствии со статьёй 7 Воздушного кодекса РФ. В другом важном документе частноправовой унификации – ИНКОТЕРМС 2010 года (статья 9 Основных черт) – различаются товары как готовые изделия и сырьевые товары, что подтверждается рассмотренным нами выше доктринальным положением по отечественному законодательству о многообразии материальных объектов, которые могут выступать как товар в коммерческом обороте.

Вдогонку к данным положениям следует обратить внимание на отечественное законодательство. В статье 822 ГК РФ содержится норма о товарном кредите. В соответствии с ней одна сторона обязуется передать другой стороне в собственность вещи, определённые родовыми признаками. Однако также стоит отметить, что в коммерческом обороте к существенным условиям договора купли-продажи, предполагающим обязательное достижение договорённости между контрагентами, относится количество товара и его наименование. Если первый признак может служить существенным в рамках ценообразования, то второй позволяет индивидуализировать товар и «обозначить его связь с определёнными производителями» [5], выделить особые свойства данного товара по отношению к другим. Данные критерии также характеризуют товар как объект коммерческого права именно ввиду необходимости их согласования сторонами для того, чтобы объект стал товаром, вследствие чего коммерческий оборот получает юридически значимый статус, связывающий сторон в виде договора купли-продажи, где товар предназначается для продажи одним контрагентом другому. Вследствие этого можно говорить о том, что законодатель делает упор именно на индивидуально-определённый критерий при характеристике товаров как предметов коммерческого оборота. В коммерческом обороте в принципе есть прямая заинтересованность стороны в удовлетворении своих потребностей, что обуславливает целевую направленность товара, и индивидуальные критерии играют более важную роль, чем родовые, так как их сущность включает в себя учёт разных признаков под нужды каждой стороны, которая желает приобрести данный товар.

Далее следует обратить внимание на некоторые характеристики товара как объекта коммерческого права, которые достойны отражения в его понятии. Ввиду нацеленности на экономический оборот каждому товару присуща стоимость – она может иметь разные проявления. Процесс формирования рыночной цены на разные товары носит под собой меновую стоимость, которая выражается через сопоставление различных товаров и установление соотношения цен на различную продукцию. Но более важную роль играет этап формирования потребительской стоимости, которая обуславливает наличие у конкретной вещи стоимости и тем самым превращает вещь в товар. Стоит также отметить, что потребительская стоимость товара имеет в разных случаях именно качественное различие, а не количественное, поскольку стоимостные показатели «разнородны и непосредственно несоизмеримы» [4]. То есть качественный критерий позволяет говорить об удовлетворении конкретных человеческих потребностей, что и свойственно товару как объекту коммерческого права и оборота в том числе.

Другой важной характеристикой понятия товара в торговом обороте может, на мой взгляд, служить его безопасность. Положения о ней сформулированы в статье 7 Закона от 07.02.1992 N 2300-1 "О защите прав потребителей", в соответствии с которой при стандартных условиях использования, хранения, перемещения и утилизации товара он не должен обладать признаками, которые могут тем или иным образом причинить вред здоровью или имуществу потребителя, а также окружающей среде. Обязательность устанавливаемых в законном порядке требований, позволяющих обеспечить исполнение контрагентами данного положения, обуславливает необходимость включения данного признака в понятие товара в коммерческом обороте. Безопасность товаров при этом понимается в качестве состояния, при котором не только отсутствует угроза здоровью или имуществу потребителя, но и предусмотрен механизм защиты от потенциального возникновения такой угрозы, например, в виде «установления правил пользования товаром» [3]. Требования по обеспечению безопасности являются важнейшими для определения оборотоспособности некоторых товаров и проявляются, например, в виде необходимости соблюдения требований технических регламентов в рамках реализации пищевой продукции (Постановление Арбитражного суда Поволжского округа от 21.07.2020 N Ф06-62334/2020 по делу N А72-11768/2019), и реализации туристского продукта (тура или путёвки) в виде предоставления надлежащей и исчерпывающей информации об особенностях путешествия, опасностях, с которыми у туристов есть риск столкнуться, и о предупредительных мерах, направленных на обеспечение безопасности туристов (Апелляционное определение Челябинского областного суда от 28.07.2020 N 11-7611/2020 по делу N 2-293/2020).

Наконец, важным потенциальным и актуальным аспектом понятия товара в коммерческом обороте в связи с цифровизацией экономики представляется закрепление системы прослеживаемости товаров в целях как обеспечения безопасности продукции, так и получения достоверной информации о происхождении товаров посредством их маркировки. Комплекс данных норм получил своё развитие в документах Евразийского экономического союза. Формирование механизма прослеживаемости как в государстве, так и на международном уровне служит ещё одной гарантией полноценного удовлетворения контрагентов в коммерческом обороте. В соответствии с Распоряжением Евразийского межправительственного совета от 12.08.2016 №14 «Об основных подходах к созданию механизма обеспечения прослеживаемости товаров в государствах-членах ЕАЭС» прослеживаемость представляет собой реализацию государственных полномочий по контролю за внешнеэкономической деятельностью по учёту документов на товары и контроль за движением товаров, «производимых на всех стадиях товарооборота, начиная с импорта», причём с развитием технологий происходит адаптация системы таможенных органов путём «переноса деятельности с фактического контроля на информационно-технологическую систему». Товар в данном случае подлежит маркировке и дальнейшей передаче в виде электронного документа на специальный ресурс при условии наличия у него усиленной

квалифицированной электронной подписи. Информационный ресурс маркировки товарными знаками, размещённый в сети «Интернет», обеспечивает «формирование и использование сведений о маркировке товаров контрольными (идентификационными) знаками» [1] в соответствии с Постановлением Правительства РФ от 11.08.2016 г. № 787 «О реализации пилотного проекта по введению маркировки товаров контрольными (идентификационными) знаками по товарной позиции „Предметы одежды, принадлежности к одежде и прочие изделия, из натурального меха“ и признании утратившим силу постановления Правительства Российской Федерации от 24 марта 2016 г. № 235». В свою очередь, приведённые меры отвечают цифровой трансформации рынка товаров, которая является одной из целей улучшения деловой среды для потребителей в соответствии с Решением Высшего Евразийского экономического совета от 11.10.2017 N 12 «Об Основных направлениях реализации цифровой повестки Евразийского экономического союза до 2025 года». Стоит отметить, что комплекс изложенных в приведённых актах мер отвечает необходимости индивидуализации товара в коммерческом обороте, которая позволяет обеспечить удовлетворение потребностей каждого контрагента в зависимости от качественных характеристик данного объекта, а также соответствует свежим тенденциям касательно введения в коммерческий оборот цифровых прав в виде информационного ресурса маркировки, содержащего контрольный идентификационный код товара, который удостоверяет право на данный товар.

#### **Заключение**

Понятие товара является одним из ключевых в формировании правоотношений в сфере торгового оборота. В настоящий момент в законодательстве преобладающее понимание товара изложено в гражданско-правовом понимании без конкретизации его коммерческого предназначения. Это вызывает проблемы в описании сущности товара как объекта конкретно данного вида правоотношений. В работе была достигнута цель выявления тех признаков товара в коммерческом обороте, которые представляются автору существенными и могут потенциально составить его понятие. На основании всего вышеизложенного представляется необходимым обозначить само понятие товара как объекта коммерческого права, которое заключается в том, что товар представляет собой предназначенный для введения в коммерческий оборот продукт трудовой деятельности, имеющий целью участие в экономическом обороте и удовлетворение взаимных потребностей контрагентов в продаже вещи одной стороной и её получении другой, а также характеризующийся индивидуально-определённым содержанием, потребительской стоимостью, гарантиями безопасности оборота и возможностью функционирования в информационно-технологической системе в сети «Интернет». Действующая нацеленность на введение товарооборота в лоно цифровых прав в правовом поле Евразийского экономического союза свидетельствует о масштабных перспективах развития данного института не только в России, но и за рубежом, что стимулирует дальнейшее развитие концепций понятия товара как объекта торгового оборота и, соответственно, как объекта коммерческого права в целом.

#### **Список использованной литературы**

1. Андреева Л.В. Создание системы прослеживаемости товаров в евразийском экономическом союзе: цели, перспективы, организационно-правовая основа // Международное сотрудничество евразийских государств: политика, экономика, право. 2018. №2 (15).
2. Белов В.А. Гражданское право: Общая часть: Учебник. М.: Юрайт, 2011. Т. II. Лица, блага, факты. – С. 279.
3. Гафарова Г.Р. Защита прав потребителей: учебное пособие / под ред. З.М. Фаткудинова. М.: Юстицинформ, 2018. 438 с.
4. Горбань С.И. Проблемы стоимости товара // Вестник Московского университета МВД России. 2009. №2.
5. Право интеллектуальной собственности: учебник / А.С. Ворожечевич, О.С. Гринь, В.А. Корнеев и др.; под общ. ред. Л.А. Новоселовой. М.: Статут, 2018. Т. 3: Средства индивидуализации. 432 с.
6. Пугинский Б.И. Коммерческое право. – М.: Изд-во "Зерцало", 2005.
7. Христофорова И.В. Специфические отличия услуги от товара // Сервис+. 2007. №1.

#### **References**

1. Andreeva L. V. Creating a system of traceability of goods in the Eurasian Economic Union: goals, prospects, organizational and legal basis // International cooperation of the Eurasian States: politics, economics, law. 2018. №2 (15). (In Russian).
2. Belov V. A. Civil law: General part: Textbook. M.: Yurayt, 2011. T. II. Person benefits, the facts. – S. 279. (In Russian).
3. Gafarova G. R. Protection of consumers' rights: a textbook / ed. by Z. M. Fatkhudinov. M.: Yustitsinform, 2018. 438 p. (In Russian).
4. Gorban S. I. Problems of the cost of goods // Bulletin of the Moscow University of the Ministry of Internal Affairs of Russia. 2009. №2. (In Russian).
5. The law of intellectual property: textbook / A. S. Vorozhevich, O. S. Grin, V. A. Korneev, etc.; under the general editorship of L. A. Novoselova. M.: Statute, 2018. Vol. 3: Means of individualization. 432 p. (In Russian).
6. Puginsky B. I. Commercial law. - M.: Publishing house "Zertsalo", 2005. (In Russian).
7. Khristoforova I. V. Specific differences between services and goods // Service+. 2007. No. 1. (In Russian).