

Аналитическая записка

для руководителя

№ 23

от 23 июня 2025

Подготовлена ООО «Инженеры информации» и Центром Правовой Информации «ЭКСПЕРТ»
с использованием материалов систем КонсультантПлюс



Оплата обратных порожних рейсов по договору

Для кого (для каких случаев):

Для случаев заключения договора перевозки.

Сила документа:

Постановление арбитражного суда округа.

Где посмотреть

комментируемый документ:

Судебная Практика: ПОСТАНОВЛЕНИЕ
АРБИТРАЖНОГО СУДА УРАЛЬСКОГО ОКРУГА ОТ
26.05.2025 N Ф09-701/25 ПО ДЕЛУ N А47-19884/2023

>> Схема ситуации

Компания работала по 223-ФЗ, на торговой площадке разместила документацию о проведении тендера: «Лот N 1: Оказание транспортных услуг по доставке трубной продукции по маршруту из пункта А в пункт Б (и в обратном направлении). Начальная цена договора без учета НДС: 20 000 руб. Указанная стоимость перевозки за одно направление (прим. из А в Б) распространяет свое действие и на обратный рейс (пункт Б – пункт А)».

При такой формулировке как вы думаете, сколько стоит один рейс туда-обратно? 40 000 руб.? Общество, принявшее участие и победившее в торгах, так и подумало.

И даже суд первой инстанции, куда Общество обратилось за взысканием 504 000 рублей, недополученных за 21 обратный (из пункта Б в пункт А) рейс, тоже так условия тендера прочитал.

А вот суды следующих двух инстанций пришли к выводу о том, что условиями тендера оплата порожних рейсов не предусмотрена. Они отклонили ссылку Общества на гарантийное письмо Заказчика, в котором указано, что стоимость услуг включает в себя маршрут "А – Б – А" и составляет 40 000 рублей. По мнению судов, гарантийное письмо не изменяет условий проведенной Заказчиком конкурсной процедуры. Данное гарантийное письмо изменение условий закупки и волеизъявление Заказчика об оплате порожних рейсов не содержит, напротив, исходя из размещенной на сайте информации по спорной закупке, следует, что Компанией проводился тендер на оказание транспортных услуг по доставке трубной продукции. А обратно-то ничего не доставляется!

Правовых оснований для предъявления к оплате стоимости порожних рейсов у Общества в рассматриваемом случае не имеется, ввиду того что ни условиями тендера, ни действующим законодательством РФ в сфере перевозки грузов не предусмотрена обязанность заказчика оплачивать порожние рейсы по стоимости услуг перевозки груза, соглашение, регулирующее данный вопрос, отсутствует.

>> Выводы и Возможные проблемы

Законодательство о грузоперевозках не содержит требований об оплате порожних рейсов, поэтому формулировка договора или конкурсной документации об этом должна быть четкой, не допускающей двоякого толкования.



Цена вопроса:

«оплата порожних рейсов по договору».



Строка для поиска в разделе «Судебная практика»

«оплата порожних рейсов по договору».



Нельзя нарушить то, чего нет

Для кого (для каких случаев):

Для случаев недобросовестной конкуренции.

Сила документа:

Постановление Арбитражного суда округа.

Где посмотреть

комментируемый документ:

Судебная Практика: ПОСТАНОВЛЕНИЕ
АРБИТРАЖНОГО СУДА ЗАПАДНО-СИБИРСКОГО
ОКРУГА ОТ 06.06.2025 N Ф04-1264/2025 ПО ДЕЛУ N А03-
3515/2024

>> Схема ситуации

В одном торгующем Обществе трудился Директор, контактировал с поставщиками из Китая и конечными покупателями в РФ, имел доступ к чертежам запчастей, знал и выстраивал логистическую цепочку от границы Китая до клиента, занимался тендерами. Ну и имел свою фирму с грузоперевозками. В какой-то момент Директор решил «переобуться»: поменял название своей фирмы, сменил юридический адрес и коды ОКВЭД с грузоперевозок на торговлю, в том числе, взял те же, что у Общества-работодателя. Спустя некоторое время Директор уволился и стал рассылать коммерческие предложения контрагентам Общества, но уже предлагая услуги своей собственной фирмы. Обо всех хитросплетениях прознало Общество и пожаловалось в антимонопольный орган, мол, бессовестный Директор недобросовестно конкурирует, нарушает режим коммерческой тайны!

Антимонопольная служба увидела в действиях Директора и его фирмы нарушение п. 3 ст. 14.7 Закона о защите конкуренции, ведь он был ознакомлен с утвержденным в Обществе Положением о коммерческой тайне и был обязан не разглашать ее в течение трех лет после увольнения. Фирме выдано предписание прекратить нарушать законодательство.

Но Директор оказался «тертым калачом» и оспорил в суде решение УФАС. Говорит, ничего я не нарушал и не разглашал, потому что нет у Общества режима коммерческой тайны. Так что, имею право рассылать свои коммерческие предложения кому хочу и как хочу.

«Антимонопольщики» с ушлым дельцом не согласились и пояснили суду, что тот фактически скопировал идею работы Общества, сведения о рыночной стратегии, методах продвижения товаров, проекты прайс-листов/коммерческого предложения и условия предоставления скидок, данные обо всех контрагентах, деловых партнерах, цели, задачи и тактику переговоров с деловыми партнерами, содержание торговых соглашений, которые по договоренности сторон считаются конфиденциальными.

Суд заслушал доводы сторон и решил прояснить, на всякий случай, что режим коммерческой тайны считается установленным после принятия обладателем информации мер по охране ее конфиденциальности. Это значит, что нужно: определить перечень информации, составляющей коммерческую тайну; ограничить доступ к этой информации, установив порядок обращения с ней и



контроль за соблюдением такого порядка; провести учет лиц, получивших доступ к информации, составляющей коммерческую тайну, и лиц, которым такая информация была предоставлена или передана; установить регулирование отношений по использованию информации, составляющей коммерческую тайну, работниками на основании трудовых договоров и контрагентами на основании ГПД; нанести на материальные носители, содержащие информацию, составляющую коммерческую тайну, или включить в состав реквизитов документов, содержащих такую информацию, гриф «Коммерческая тайна» с указанием обладателя такой информации. Давайте-ка теперь посмотрим Положение Общества о коммерческой тайне. В нем фактически не определен перечень информации, составляющей коммерческую тайну, зато предусмотрены недопустимые Законом возможности не использовать гриф «Коммерческая тайна» и относить к коммерческой тайне Общества «любую частную информацию» от работодателя работнику «в устной форме». Так дела не делаются, господа. Может, Директор поступил некрасиво и не по совести, но законодательство он не нарушал и коммерческую тайну не разглашал. Соответственно, решение антимонопольного органа незаконно.

>> Выводы и Возможные проблемы

Нельзя в положении о коммерческой тайне написать, что «всё-превсё является конфиденциальной информацией». Чтобы иметь возможность привлечь к дисциплинарной, материальной или даже уголовной ответственности за разглашение, нужно конкретизировать перечень такой информации, на каждую «секретную» бумажку поставить гриф «коммерческая тайна» и вести учет сотрудников, имеющих или получивших доступ. Если перечисленные меры не предприняты, режим коммерческой тайны считается неустановленным, а информация не подлежит защите.

Цена вопроса:

нервы, сделки с контрагентами, успех бизнеса, в конце концов.



Строка для поиска в КонсультантПлюс:

«использование информации, составляющей коммерческую тайну».



Про утилизацию товаров маркетплейсами

Для кого (для каких случаев):

Для случаев работы с интернет-площадками.

Сила документа:

Постановление Арбитражного суда округа.

Где посмотреть

комментируемый документ:

Судебная Практика: ПОСТАНОВЛЕНИЕ АРБИТРАЖНОГО СУДА МОСКОВСКОГО ОКРУГА ОТ 28.05.2025 N Ф05-3265/2025 ПО ДЕЛУ N А40-82189/2024

>> Схема ситуации

Акционерное общество решило продавать свою продукцию через известный маркетплейс. Глянуло одним глазком на оферту, заключило договор и поставило товар на склад.



Вот только продукция АО оказалась специфичной и не подлежала хранению на этом конкретном складе. Маркетплейс уведомил Общество о том, что товар нужно забрать. Но оно не сильно торопилось. Когда Общество решило наконец забрать свою продукцию, оказалось, что она уже утилизирована интернет-площадкой. АО вознегодовало: мало того, что оно ничего не заработало, так еще и приличные убытки понесло. И пошло требовать их с маркетплейса.

Вот только «справедливости» АО не добилось. Суд последовательно процитировал пункты и разделы оферты. И выяснилось, что маркетплейс прав: на складе продукцию хранить было нельзя; об этом Общество заблаговременно предупреждали; подождали, сколько положено. А дальше оферта давала право посреднику уничтожить продукцию.

Поставщик за товаром обратился слишком поздно. При нарушении сроков вывоза интернет-площадка имеет право утилизировать товар. Стоимость утилизированного товара не может быть взыскана с ответчика, так как последний действовал в соответствии с условиями договора.

>> Выводы и Возможные проблемы

Семь раз прочитай, один раз – подпиши. Вроде бы известная всем истина. Это касается и оферты. В офертах интернет-площадок обычно много правил, разделов и пунктов. В определенный момент важным может оказаться любое условие. Иначе вместо прибыли будут убытки.

Цена вопроса:

1 797 300,00 рублей.



Строка для поиска в КонсультантПлюс:

«товар утилизирован ответчиком».