

УДК 347(075.8)

ББК 67.404я73

А47

Рецензенты:

заслуженный экономист РФ, д-р экон. наук, проф. *М.Ю. Копейкин*  
(зам. руководителя Аппарата Правительства РФ —

нач. Департамента экономики и управления собственностью);

д-р экон. наук, проф. *А.Я. Лившиц*

(зам. генерального директора ОАО «Русский алюминий»);

д-р юрид. наук, проф. *П.В. Крашенинников*

(Председатель Комитета по законодательству Государственной Думы  
Федерального Собрания РФ, ректор Школы частного права при Президенте РФ,

Вице-президент Российского Союза юристов);

*кафедра природоресурсного и предпринимательского права*

*Юридического института МГУПС*

(зав. кафедрой заслуженный деятель науки РФ,

д-р юрид. наук, проф., академик РАЕН Г.В. Чубуков)

Главный редактор издательства

доктор экономических наук *Н.Д. Эриашвили*

**Алексеев С.В.**

**А47**

Правовое регулирование предпринимательской деятельности: Учеб. пособие для вузов. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, Закон и право, 2015 — 502 с. — (Серия «Dura lex, sed lex».)

ISBN 5-238-00634-9

Впервые предпринимательская деятельность как объект правового воздействия рассматривается с современных позиций — через призму маркетинга — философии бизнеса, средства повышения эффективности, оптимизации экономических процессов. Большое внимание уделяется вопросам взаимосвязи экономики и права, роли государственных органов и органов местного самоуправления в становлении и развитии предпринимательской деятельности в России, а также проблемам защиты прав и интересов предпринимателей.

Для студентов, аспирантов и преподавателей юридических и экономических специальностей, научных сотрудников, юристов-практиков, предпринимателей, работников государственных и муниципальных органов власти.

Пособие может быть полезно при изучении дисциплин «Предпринимательское право», «Коммерческое право» и других смежных с ними дисциплин.

**ББК 67.404я73**

ISBN 5-238-00634-9

© С.В. Алексеев, 2004

© ИЗДАТЕЛЬСТВО ЮНИТИ-ДАНА, 2004

Воспроизведение всей книги или любой  
ее части запрещается без письменного  
разрешения издательства



# ОГЛАВЛЕНИЕ

---

<b>ОТ АВТОРА</b>	<b>5</b>
<b>Глава 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ О ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ</b>	<b>10</b>
1.1. История возникновения и развития предпринимательства	10
1.2. Понятие, признаки и основные функции предпринимательской деятельности	21
1.3. Маркетинг как современная концепция эффективного предпринимательства	27
<b>Глава 2. ОСНОВЫ ПРАВОВОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ</b>	<b>38</b>
2.1. Понятие и значение правового регулирования предпринимательской деятельности	38
2.2. Принципы правового регулирования предпринимательства	45
2.3. Российское законодательство о предпринимательской деятельности	49
2.4. Применение законодательства, регулирующего предпринимательскую деятельность	58
2.5. Правоотношения в механизме правового регулирования предпринимательской деятельности	68
<b>Глава 3. ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ</b>	<b>75</b>
3.1. Общие положения о получении, использовании и распространении информации в сфере предпринимательства	75
3.2. Правовые основы информационных ресурсов в сфере предпринимательской деятельности	102
3.3. Правовая охрана коммерческой тайны	135
3.4. Правовые основы банковской тайны	152
3.5. Государственное управление в информационной сфере	168

3.6. Правовые формы информационного обеспечения предпринимательской деятельности	192
3.7. Регулирование сбора и использования рыночной информации за рубежом	222
<b>Глава 4. ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ КАК ТОВАРОПРОИЗВОДИТЕЛЯ</b>	<b>236</b>
4.1. Товар и товарная политика	236
4.2. Правовое регулирование создания и охраны товарного знака	240
4.3. Правовые вопросы упаковки	259
4.4. Понятие и нормативная основа конкурентоспособности	265
4.5. Позиционирование и товарный ассортимент: правовое регулирование	273
4.6. Правовые основы сервиса	276
4.7. Правовые особенности сроков поставки товаров (выполнения работ, оказания услуг)	288
<b>Глава 5. ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ БИЗНЕС-КОММУНИКАЦИЙ</b>	<b>295</b>
5.1. Понятие и виды коммуникаций в сфере предпринимательства	295
5.2. Международное регулирование продвижения	303
5.3. Нормативно-правовая база рекламной деятельности в Российской Федерации. Юридическое понятие рекламы	310
5.4. Участники рекламной деятельности	313
5.5. Современные требования к рекламе	316
5.6. Государственный контроль и саморегулирование в области рекламы	332
5.7. Понятие и виды ненадлежащей рекламы. Ответственность за ненадлежащую рекламу	336
5.8. Правовое регулирование public relations (PR)	344
5.9. Продвижение продукции на ярмарках и выставках: правовая регламентация	351
<b>Глава 6. ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ</b>	<b>356</b>
6.1. Понятие и особенности ценообразования в сфере предпринимательской деятельности	356
6.2. Правовые основы государственного регулирования цен	360
6.3. Правовые аспекты формирования и применения свободных рыночных цен	363
6.4. Ответственность предпринимателей в сфере ценообразования	375

<b>Глава 7. ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ СБЫТА</b>	<b>379</b>
7.1. Общие положения о товародвижении	379
7.2. Договор поручения в сфере сбыта	384
7.3. Договор комиссии в сбытовых системах	388
7.4. Особенности агентирования как механизма взаимодействия звеньев коридора сбыта	396
7.5. Простое товарищество в сфере товародвижения: правовое регулирование	399
7.6. Вертикальные сбытовые системы и договор коммерческой концессии	407
7.7. Торги как механизм сбыта в современном предпринимательстве: правовые основы	419
7.8. Биржа как инструмент сбыта: правовые аспекты регулирования	425
7.9. Понятие, виды и нормативно-правовая основа финансовой аренды (лизинга)	458
7.10. Сетевой маркетинг как система сбыта в сфере современного предпринимательства: понятие, значение, нормативная основа	476
<b>РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА</b>	<b>497</b>