

12.00.00 ЮРИДИЧЕСКИЕ НАУКИ**12.00.00 LAW SCIENCES**

УДК 342.9
ББК 67.404.06

Bratanovsky Sergey Nikolaevich,
doctor of law, professor,
professor of the department
of the administrative and financial law
Plekhanov Russian Academy of Economics,
Moscow,
e-mail: bratfoot@mail.ru

Pantelev Vadim Yuryevich,
candidate of law, associate professor,
chairman of the Authorized Court of Sverdlovsk region,
Yekaterinburg,
e-mail: info@ustavsud.ur.ru

Братановский Сергей Николаевич,
д-р юрид. наук, профессор,
профессор кафедры административного и финансового права
Российского экономического университета
им. Г. В. Плеханова,
г. Москва,
e-mail: bratfoot@mail.ru

Пантелеев Вадим Юрьевич,
канд. юрид. наук, доцент,
председатель Уставного Суда Свердловской области,
г. Екатеринбург,
e-mail: info@ustavsud.ur.ru

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА**CURRENT STATE OF THE LEGISLATION IN THE AREA OF CONSUMER MARKET**

12.00.14 – Административное право; административный процесс

12.00.14 – Administrative law; administrative procedure

В статье рассматривается ряд вопросов, касающихся особенностей системы законодательства в сфере потребительского рынка, диалектического сочетания его внутреннего единства и особенностей составляющих его элементов. На основе анализа научных разработок в этой области дана оценка перспектив развития и обозначены проблемные моменты, связанные с его совершенствованием. Методологическая основа исследования состоит в применении как общенаучных приемов и методов, так и специальных научных методов, выработанных в правоведении. Установлено, что законодательство в сфере потребительского рынка представляет собой комплексный межотраслевой институт, в рамках которого требуется не только тщательная урегулированность разнородных общественных отношений, но и строгая согласованность между собой правовых норм.

The article examines the number of issues relating the features of the system of legislation in the area of consumer market, dialectic combination of its internal unity and the features of its elements. On the basis of the analysis of scientific works in this area the assessment of the prospects of development is given and the problem areas connected with its enhancement are designated. The methodological basis of research consists in application of both general scientific tools and methods, and the special scientific methods developed in jurisprudence. It is established that the legislation in the area of consumer market represents complex cross-industry institute, within which the careful balance of the diverse public relations is required, as well as the strict coordination of the legal regulations.

Ключевые слова: потребительский рынок, законодательство, система, общественные отношения, межотраслевой институт, развитие, урегулированность, совершенствование, дифференциация, коллизионность, соотношение, проблемность.

Keywords: consumer market, legislation, system, public relations, cross-industry institution, development, balancing, enhancement, differentiation, collision, ratio, problematical character.

Сфера производства и торговли товарами, оказания услуг и выполнения работ, определяемая как сфера потребительского рынка, является важной составной частью социально-экономического строя общества и требует комплексного и развернутого правового регулирования, прежде всего, для защиты законных интересов, прав и свобод граждан, безопасных условий жизни, потребления материальных и духовных благ. Поэтому проблемы эффективного законодательного обеспечения в этой сфере определяют первоочередные задачи правовой политики современного российского государства. Это происходит в трудных условиях выбора концептуальных путей становления рыночной экономики и формирования правовой системы в России, где согласно теории частного права и новых экономических концепций развивается мысль о свободной активности частного предпринимательства и саморегуляции рынка, ограничении государственного управления и государственного сектора в экономике, в том числе в области прогнозирования и регулирования этих отношений. Изменения в многоукладной российской экономике, развитие рыночных отношений, возникновение разнообразных форм собственности — с одной стороны, существующая реальная опасность для здоровья и жизни населения, осуществляющего личное материальное и духовное потребление, обязанность органов публичной власти обеспечить безопасность населения России от некачественной и опасной продукции в сфере потребительского рынка — с другой, требуют новых подходов к ее государственному управлению, в том числе посредством правовых регуляторов, стыковки с другими областями общественных отношений. Ведущее ценностное основание такого регулирования — защита граждан.

Провозглашенный российским государством приоритет прав и свобод личности над интересами государства, переход к идеям гуманизма, закрепленным в международном праве, изменили подход правоведов к регулированию общественных отношений и созданию концептуально новых источников права. В результате принятия Закона РФ от 7 февраля 1992 г. «О защите прав потребителей» в российском праве были закреплены новые понятия «потребитель», «личное, бытовое семейное, домашнее потребление» и др. в различных нормативных правовых актах, которые за эти годы сформировали в стране систему норм права, которые регулируют общественные отношения с участием потребителя как «слабого» субъекта в сфере потребительского рынка, требующего особой административно-правовой защиты его законных интересов прав, жизни, здоровья, безопасности, а также созданы предпосылки обеспечения комплексного регулирования этих отношений. В этих условиях важно научно обоснованная оценка и характеристика современного состояния законодательства в сфере потребительского рынка. Все это делает рассматриваемую нами проблематику **актуальной** как в контексте теоретического, так и прикладного исследования.

В связи с этим основной **целью** данной статьи является проведение научного и правового анализа системы законодательного обеспечения сферы потребительского рынка. Для достижения цели, обозначенной в статье, были поставлены **задачи**. Во-первых, определить рамки функционирования указанной системы законодательства, во-вторых, изучить отдельные нормативно-правовые акты и оценить особенности их воздействия на правовое регулирование отношений в этой системе, в-третьих, внести предложения по совершенствованию законодательства. При работе над статьей были применены общенаучные методы: анализ, синтез, сравнительный анализ, системный метод. **Оценивая степень разработанности** темы, следует отметить, что несмотря на значительную разработанность вопросов, связанных с исследованием системы законодательства в сфере потребительского рынка, в научной литературе позиции ряда ученых имеют некоторые противоречия. Это, в свою очередь, может приводить к разному пониманию как самой системы, так и отдельных входящих в нее элементов. Полагаем, что данное исследование позволит концентрированно охватить ряд вопросов рассматриваемой проблематики, что, в свою очередь, расширит наши знания о направленности реализации того или иного правового акта. Среди работ авторов, специализирующихся в изучаемой нами области, следует отметить научные исследования С. С. Алексеева, Н. А. Барина, А. Ю. Кабалкина, О. А. Красавчикова, О. С. Иоффе, Ю. К. Толстого, Ю. А. Тихомирова, В. Ф. Яковлева и других ученых.

Законодательство в сфере потребительского рынка — это совокупность законов и других нормативных правовых актов, регулирующих отношения, возникающие между потребителями и изготовителями, исполнителями, импортерами, продавцами при производстве, продаже и утилизации товаров (выполнении работ, оказании услуг), государственными и муниципальными органами и общественными объединениями, а также отношения по государственной, муниципальной и общественной защите потребителей, обеспечения безопасности их жизни и здоровья, безопасности и надлежащего качества товаров, работ и услуг, общественной, производственной, продовольственной, экологической и других видов безопасности, связанных с материальным и духовным потреблением.

Определяя таким образом систему законодательства в данной сфере, необходимо отметить, что основополагающая роль в регулировании общественных отношений

по государственной, муниципальной и общественной защите граждан-потребителей принадлежит Конституции РФ, так как ее положения определяют особое место человека в системе конституционных ценностей, выдвигают защиту его прав в качестве принципа, действующего в обществе и государстве [1, с. 173]. Так, например, ч. 4 ст. 29 Конституции РФ закрепляет право свободно искать, получать и передавать информацию, а ст. 33 — обращаться лично и направлять индивидуальные и коллективные обращения в государственные органы и органы местного самоуправления. Причем ст. 45 поощряется правовая активность личности, в том числе защита своих прав и свобод всеми способами, не запрещенными законом. Часть 1 ст. 46 гарантирует судебную защиту гражданам, ч. 2 этой статьи гласит о том, что решения и действия либо бездействия органов государственной власти, органов местного самоуправления, общественных объединений и должностных лиц могут быть обжалованы в суде, а в случае, если исчерпаны все имеющиеся внутригосударственные средства правовой защиты, то согласно ч. 3 ст. 46 граждане вправе обращаться в межгосударственные органы по защите прав и свобод человека. Статьи 42 и 52 Конституции РФ предусматривают возмещение ущерба от экологического правонарушения, а права потерпевших от преступлений и злоупотреблений властью охраняются законом и государством, обеспечивается доступ к правосудию и компенсация причиненного ущерба, а ст. 53 — возмещение вреда, причиненного незаконными действиями (или бездействием) органов государственной власти или их должностных лиц. И эти вопросы закреплены в законодательстве, регулирующим правоотношения в сфере потребительского рынка и в первую очередь в нормах Закона РФ «О защите прав потребителей», которые регламентируют государственную, муниципальную и общественную защиту потребителей.

Таким образом, Основной Закон страны определяет основополагающие права граждан, в том числе связанные с материальным и духовным потреблением, устанавливает механизм государственной и муниципальной защиты их интересов, прав, жизни, здоровья и безопасности, а также участие в этом процессе общественных организаций. Учитывая, что в предшествующих наших научных исследованиях [2, с. 252; 3, с. 37; 4, с. 6–14; 5, с. 12–13; 6, с. 38–45] дано более широкое определение общественных отношений в сфере потребительского рынка, отличное от данного в п. 1 ст. 1 Закона РФ «О защите прав потребителей» лишь как защита прав потребителей, нам необходимо выявить всю систему правовых средств, воздействующих на исследуемые отношения. Как мы уже отмечали, общественные отношения в сфере потребительского рынка регулируются нормами различных отраслей права и в первую очередь конституционного права.

Это утверждение о приоритете норм конституционного права является вполне обоснованным, так как базовые положения, направленные на дальнейшее развитие и функционирование потребительского рынка, создание условий, способствующих повышению качества жизни потребителей, комплексной защиты их прав, интересов, жизни, здоровья и безопасности, закреплены именно в конституционном праве. Так, согласно п. 1 ст. 8 Конституции РФ в Российской Федерации гарантируются единство экономического пространства, свободное перемещение товаров, услуг и финансовых средств, поддержка конкуренции, свобода экономической деятельности, что является основными принципами развитой рыночной экономики. На защиту правоотношений в сфере потребительского рынка, создание гарантий для их реального и надлежащего функционирования направлены

конституционные нормы, закрепляющие разнообразие форм собственности, их равноправие (п. 2 ст. 8), право граждан на объединение, свободу деятельности общественных объединений (п. 1 ст. 30), недопущение экономической деятельности, направленной на монополизацию и недобросовестную конкуренцию (п. 2 ст. 34) и ряд других. Кроме того, если ст. 2, 7, 8, 45 Конституции РФ задача по защите прав, интересов, жизни, здоровья, собственности вменяется государству в целом, то судебная защита гарантируется в соответствии со ст. 45, 46, 48, 50, 52, 118, 120, 123, 125–127 Конституции РФ, органам законодательной власти — 102, 103, 106, органам исполнительной власти ст. 71, 113, 114, 115 соответственно. Конституция РФ закрепляет и основы разграничения нормотворческой компетенции Российской Федерации и субъектов РФ. Так, разграничивая нормотворческую компетенцию Российской Федерации и ее субъектов в сфере потребительского рынка, ст. 71 Конституции РФ исходит из того, что гражданское, гражданско-процессуальное законодательства относятся к ведению Федерации. Однако в силу ст. 72 Конституции РФ к совместному ведению относятся защита прав и свобод человека и гражданина, обеспечение законности, правопорядка, общественной безопасности. Из этого можно сделать вывод, что часть отношений, связанных, например, с обеспечением безопасности в сфере потребительского рынка, относится к ведению Российской Федерации, а часть находится в совместном ведении. Разграничение нормотворческой компетенции между Российской Федерацией и ее субъектами должно было бы получить четкое закрепление в Законе РФ «О защите прав потребителей», однако этого не произошло, и такое закрепление в лучшем случае устанавливается законодательными актами об отдельных видах потребления и безопасности и носит несистемный, фрагментарный характер. Положения Закона РФ «О защите прав потребителей» практически исключают регулирование этих общественных отношений органами власти субъектов Российской Федерации и органами местного самоуправления, что, на наш взгляд, необходимо привести в соответствие с Конституцией РФ.

Как мы уже отметили, нормы, осуществляющие правовое регулирование сферы потребительского рынка, представляют собой комплексный межотраслевой институт, в котором нормы самых разных отраслей права формируют системное единство. При этом существует системообразующее ядро всего института — нормы закона РФ «О защите прав потребителей», который регулирует общественные отношения с особым субъектом — потребителем и направлен на укрепление социальных гарантий граждан, на повышение ответственности продавцов, исполнителей, производителей за качество и безопасность товара, работы или услуги. Закон содержит не только права потребителей, но и устанавливает четкие обязанности производителей, изготовителей и реализаторов продукции, исполнителей работ и услуг, в том числе предприятий торговли и оказания услуг, других организаций, осуществляющих обслуживание граждан. В частности, Закон закрепляет положения о гарантийных и других сроках, о качестве товара или услуги, об информации о продукции, ответственности за нарушения прав потребителей и др. Основная цель регулирования — получение потребителями товаров (работ, услуг) надлежащего качества и безопасных для жизни, здоровья, имущества потребителей и окружающей среды. Нормы Закона тесно связаны с отраслевым законодательством и черпают из него основные, базовые категории (например, договор,

правонарушение, вина, ответственность и т. д.), без которых невозможна его реализация [7, с. 29–33].

Следует отметить, что при наличии единого специализированного законодательного центра — Закона РФ «О защите прав потребителей», законодательство в сфере потребительского рынка отличается наличием целого ряда федеральных законов, регулирующих в той или иной степени эту сферу. Так, Федеральный закон от 21 декабря 2004 г. № 171-ФЗ внес изменения в ст. 1 Закона РФ «О защите прав потребителей», дополнив возможность регулирования рассматриваемых нами общественных отношений, помимо ГК РФ и данного Закона, также и другими федеральными законами и принимаемыми в соответствии с ними иными нормативными актами, на наш взгляд, признав, таким образом, что отношения носят комплексный характер и регулируются различными отраслями законодательства. Эти изменения позволили в специализированных актах урегулировать особенности положения различных категорий потребителей (например, «особо слабых потребителей», «продвинутых потребителей» и т. д.).

Не менее важным является и Федеральный закон от 2 января 2000 г. № 29-ФЗ «О качестве и безопасности пищевых продуктов», который определяет требования к качеству и безопасности пищевых продуктов, материалов при их изготовлении, расфасовке, упаковке, маркировке, хранении, перевозке и реализации, а также порядок государственного регулирования, надзора и контроля в области обеспечения качества и безопасности пищевых продуктов, безопасности потребителей, что мы включили в общественные отношения в сфере потребительского рынка. Его дополняет Федеральный закон от 30 марта 1999 г. № 52-ФЗ «О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения» [8], устанавливающий правила, обеспечивающие потребителям благоприятные условия, безопасные для их жизни и здоровья при осуществлении материального и духовного потребления, различных видов безопасности и т. д. [9; 10; 11].

Исходя из проведенного нами анализа, можно сделать вывод о том, что сегодня законодательство в сфере потребительского рынка представляет собой комплексный межотраслевой институт, в рамках которого требуется не только тщательная урегулированность разнородных общественных отношений для достижения цели защиты прав и законных интересов потребителей, их жизни, здоровья и безопасности, безопасности и качества товаров, работ и услуг, а также общественной, экономической, продовольственной, производственной (технологической), экологической и иных видов безопасности, связанных с материальным и духовным потреблением, но и строгая согласованность между собой правовых норм, относящихся к различным отраслям законодательства. Это в первую очередь относится к административно-правовым (государственное управление в сфере экономики, безопасность общества, экономическая, продовольственная, промышленная, санитарно-эпидемиологическая, экологическая и другие виды безопасности при осуществлении материального и духовного потребления, безопасность и качество продукции, стандартизация, сертификация, маркировка товаров и услуг, лицензирование отдельных видов деятельности, цены и ценообразование и др.) и частноправовым (договоры и другие обязательства, купля-продажа товаров, возмездное оказание услуг) актам, при этом большая часть все же являются публично-правовыми актами, относящимися к отрасли административного права, регулирующего отношения в сфере потребительского рынка.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Братановский С. Н. Конституционное право России учебник для студентов, обучающихся по направлению и специальности «Юриспруденция». 2-е изд. М., 2011. (Сер. Высшее образование).

2. Пантелеев В. Ю. Проблемы государственной и общественной защиты потребителей. Екатеринбург : УрО РАН, 2007.
3. Братановский С. Н. Роль и пределы государственного регулирования организации и деятельности потребительской кооперации в условиях перехода к рыночным отношениям // Государство и право. 2001. № 8.
4. Братановский С. Н. Государственное управление: понятие, социальная сущность // Вестник Евразийской академии административных наук. 2011. № 3.
5. Братановский С. Н., Братановская М. С. Государственное управление: сущностные признаки и элементы // Инновационное развитие российской экономики. Материалы конф. М., 2014.
6. Братановский С. Н., Галицкая Н. В. Административно-правовые критерии классификации видов безопасности в Российской Федерации // Правовая культура. 2014. № 3 (18).
7. Галицкая Н. В., Братановский С. Н. Понятие и содержания контроля и надзора в области обеспечения безопасности // Вестник Саратовской государственной юридической академии. 2013. № 6 (195).
8. Федеральный закон от 30 марта 1999 г. № 52-ФЗ «О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения // Собрание законодательства РФ. М. : Юрид. лит., 1999. № 14. Ст. 1650.
9. Ващенко А. А. Образование: государственно-частное партнёрство или противостояние // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. 2008. № 2 (6). С. 47–49.
10. Шилина Е. В., Каменская Р. А. Стратегия развития бизнес-образования // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. 2008. № 2 (6). С. 68–73.
11. Ващенко И. А., Виханская А. В., Киселева И. А. Бизнес-гимназия как ступень непрерывного образования // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. 2008. № 2 (6). С. 89–91.

REFERENCES

1. Bratanovsky S. N. Constitutional law of Russia, textbook for the students studying the course «Law». 2nd ed. M., 2011. (Series Higher education).
2. Panteleev V. Yu. Problems of the state and public consumer protection. Yekaterinburg : OURO RAHN, 2007.
3. Bratanovsky S. N. The role and limits of the state regulation of arrangement and activities of the consumer cooperation in the conditions of transition to the market relations // State and law. 2001. No. 8.
4. Bratanovsky S. N., Bratanovsky S. N. Public administration: concept, social essence // Bulletin of the Eurasian academy of administrative sciences. 2011. No. 3.
5. Bratanovsky S. N., Bratanovskaya M. S. Public administration: intrinsic signs and elements // Innovative development of the Russian economy. Conference's materials. M., 2014.
6. Bratanovsky S. N., Galitskaya N. V. Administrative and legal criteria of classification of the types of safety in the Russian Federation // Legal culture. 2014. No. 3 (18).
7. Galitskaya N. V., Bratanovsky S. N. Concept and contents of control and supervision in the field of safety // Bulletin of Saratov state legal academy. 2013. No. 6 (195).
8. Federal law dated March 30, 1999 No. 52-FZ «On sanitary and epidemiologic wellbeing of the population» // Collection of the RF legislation. M. : Legal literature, 1999. No. 14. Art. 1650.
9. Vashchenko A. A. Education: public-private partnership or opposition // Business. Education. Law. Bulletin of Volgograd Business Institute. 2008. No. 2 (6). P. 47–49.
10. Shilina E. V., Kamensk R. A. Strategy of development of business education // Business. Education. Law. Bulletin of Volgograd Business Institute. 2008. No. 2 (6). P. 68–73.
11. Vashchenko I. A., Vikhanskaya A. V., Kiselyova I. A. Biznes-gimnaziya as step of life-long education // Business. Education. Right. Bulletin of the Volgograd institute of business. 2008. No. 2 (6). P. 89–91.

Как цитировать статью: Братановский С. Н., Пантелеев В. Ю. Современное состояние законодательства в сфере потребительского рынка // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. 2017. № 1 (38). С. 193–196.

For citation: Bratanovsky S. N., Panteleev V. Yu. Current state of the legislation in the area of consumer market // Business. Education. Law. Bulletin of Volgograd Business Institute. 2017. No. 1 (38). P. 193–196.