УЧЕНЫЕ ЗАПИСКИ КАЗАНСКОГО УНИВЕРСИТЕТА.
СЕРИЯ ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ

2016, Т. 158, кн. 2 ISSN 1815-6126 (Print)
С. 348–358 ISSN 2500-2171 (Online)

ОБЩИЕ ВОПРОСЫ ГРАЖДАНСКОГО, ЖИЛИЩНОГО И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО ПРАВА

УДК 34.346.7

ПРОБЛЕМЫ СООТНОШЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ И САМОРЕГУЛИРОВАНИЯ ТОРГОВЛИ

Л.В. Андреева

Московский государственный юридический университет имени О.Е. Кутафина, г. Москва, 123995, Россия

Аннотация

В статье исследованы особенности государственного регулирования и саморегулирования торговли как социально значимого вида предпринимательской деятельности. Рассмотрено понятие социального предпринимательства применительно к торговле и сделан вывод о необходимости разработки в нормативном правовом порядке особого статуса субъекта, который осуществляет деятельность, относящуюся к социальному предпринимательству при наличии определённых признаков. Проанализирована проблема государственного регулирования торговых надбавок к ценам. Определено в качестве особой модели самоорганизации в сфере торговли, наряду с саморегулированием, взаимодействие ассоциаций (союзов) производителей потребительских товаров и розничных торговцев на основе Кодекса добросовестных практик взаимоотношений между торговыми сетями и поставщиками потребительских товаров. Сделаны предложения по совершенствованию действующего торгового законодательства Российской Федерации, в частности о статусе социальных магазинов и др.

Ключевые слова: торговля, оптовая торговля, розничная торговля, социальное предпринимательство в торговле, государственное регулирование торговли, самоорганизация

Государственная торговая политика впервые была определена в Федеральном законе от 28 декабря 2009 г. № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» (далее – Закон о торговле, 381-ФЗ). Закон регулирует две группы общественных отношений: 1) отношения по организации торговли, формированию торговой инфраструктуры и 2) договорные отношения по поставке продовольственных товаров субъектам, осуществляющим розничную торговлю путём создания торговой сети. Соответственно, цели и задачи государственного регулирования торговли как отрасли экономики и торговли как экономической деятельности различаются.

Торговля является жизнеобеспечивающей отраслью экономики. В Стратегии развития торговли в Российской Федерации на 2015–2016 гг. и период до 2020 г., утверждённой Приказом Министерства промышленности и торговли России от 25 декабря 2014 г. № 2733 (П), развитие торговой отрасли рассматривается как создание равных возможностей для беспрепятственного открытия, расширения и ведения бизнеса субъектами торговой деятельности любых размеров (малых, средних, крупных) вне зависимости от выбранного хозяйствующим субъектом торгового формата, при стабильных условиях ведения бизнеса, всесторонней гарантии прав и минимизации административного воздействия. Кроме того, поставлена задача сформировать в регионах «матрицу» торговых форматов, предполагающую наличие на территории максимального количества типов торговли, характеризующихся набором однородных способов ведения бизнеса, видом используемого торгового объекта, ориентацией на определённую группу потребителей (сетевых и несетевых), на конкурентных условиях как для потребителя (с возможностью выбора потребителем разных торговых форматов и хозяйствующих субъектов, осуществляющих розничную торговлю), так и для отечественного производителя (с возможностью осуществления сбыта производимых товаров через различные форматы торговли как каналы сбыта).

Принимаемые меры по развитию торговли Закон о торговле в основном возлагает на субъекты Российской Федерации, которые согласно ст. 6 должны разрабатывать и утверждать программы развития торговли в регионе, устанавливать нормативы минимальной обеспеченности населения площадью торговых объектов, проводить информационно-аналитическое наблюдение за состоянием рынка определённого товара и осуществлять торговую деятельность на территории соответствующего субъекта Российской Федерации (381-ФЗ). Более того, согласно ст. 17 указанного Закона субъекты Российской Федерации разрабатывают меры по стимулированию деятельности торговых предпринимателей, в частности субъектов малого и среднего бизнеса, принимают нормативные правовые акты по организации и осуществлению ярмарочной торговли и выполняют другие мероприятия, содействующие развитию торговой деятельности.

Вместе с тем практика применения Закона о торговле показала, что возложение обязанностей по регулированию торговли преимущественно на субъекты Российской Федерации негативно повлияло на состояние торговли. В связи с этим была утверждена Концепция развития выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации (РП1), в которой определено, что данные виды деятельности нуждаются в регулировании на федеральном уровне, и поручено Правительству РФ разработать проект Федерального закона «О выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в РФ». Представляется также необходимым разработать федеральную целевую программу развития торговли в Российской Федерации, в которой должны быть предусмотрены меры по межрегиональной организации торгового оборота, гармонизированные с законодательством Евразийского союза.

Закон о торговле в п 1 ст. 2 закрепил понятие «торговая деятельность (торговля)» как вид предпринимательской деятельности, связанный с приобретением и продажей товаров (381-ФЗ). Оптовая торговля определяется в Законе как вид торговой деятельности, связанный с приобретением и продажей товаров для

использования их в предпринимательской деятельности (в том числе для перепродажи) или в иных целях, не связанных с личным, семейным, домашним и иным подобным использованием (п. 2 ст. 2 381-ФЗ). Под розничной торговлей понимается вид торговой деятельности, связанный с приобретением и продажей товаров для использования их в личных, семейных, домашних и иных целях, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности (п. 3 ст. 2 381-ФЗ). Таким образом, торговля в качестве предпринимательской деятельности имеет единую экономическую сущность, но разграничивается по видам на оптовую и розничную, которые отличаются назначением и формами осуществления, а также степенью государственного регулирования.

Роль оптовой торговли во внутренней торговле состоит в преобразовании производственного ассортимента товаров в торговый и включении товаров в рыночный оборот, в организации товародвижения между регионами. Оптовая торговля в наименьшей степени подлежит государственному регулированию. Взаимоотношения между товаропроизводителями и оптовыми торговыми предпринимателями, а также между последними и розничными торговцами регулируются заключаемыми между ними договорами. Розничная торговля, в свою очередь, должна осуществить максимально полное удовлетворение потребностей населения в товарах высокого качества, обеспечить физическую и ценовую доступность товаров и сопутствующих услуг, в связи с чем в целях соблюдения интересов населения подвергается государственному регулированию в большей степени, чем оптовая торговля.

Торговля является социально значимым видом деятельности. В литературе социальное предпринимательство рассматривается как средство государственного регулирования торговли [1]. Под социальным предпринимательством понимается предпринимательская деятельность, нацеленная на смягчение или решение социальных проблем, которая характеризуется следующими признаками: социальное воздействие, инновационность, самоокупаемость и финансовая устойчивость, масштабируемость и тиражируемость, предпринимательский подход [2, с. 37]. Основные направления социального предпринимательства – охрана окружающей среды и борьба с голодом и бедностью.

Социальное предпринимательство, как отмечает Я.С. Гришина, можно рассматривать в узком и широком смысле. В первом случае это такая предпринимательская деятельность, которая направлена на интеграцию социального и экономического эффекта с применением инновационных методов. При этом приоритет социального результата выше, чем экономического. В широком смысле под социальным предпринимательством следует понимать межсекторное взаимодействие государства, бизнеса, гражданского общества, обеспеченное системой частных и публичных правовых средств [3, с. 15].

В настоящий момент идеи социального предпринимательства достаточно широко распространены в зарубежных странах, чей опыт показывает, что возложение решения социальных проблем не только на государство, но и на предпринимателей вполне эффективно. Не случайно законы о социальной экономике и социальном предпринимательстве приняты в Мексике, Словении, Великобритании и Португалии (см. [3, с. 5]). Практика социального предпринимательства развивается и в России. Решением Комитета Совета Федерации по социальной

политике Федерального собрания Российской Федерации создана рабочая группа Комитета в области регулирования социального предпринимательства и осуществления предпринимательской деятельности в социальной сфере (п. 3 ИКСФ). В условиях кризисных явлений, на наш взгляд, создание правового механизма решения социальных проблем с использованием потенциала предпринимательского сообщества представляется важной задачей.

Розничная торговля является жизнеобеспечивающей отраслью экономики, поскольку предоставляет населению доступ к потребительским товарам, прежде всего продуктам питания. В Концепции развития внутренней продовольственной помощи в Российской Федерации, утверждённой Распоряжением Правительства РФ от 3 июля 2014 г. № 1215-р, отмечается необходимость обеспечить экономическую и физическую доступность для малоимущих и некоторых иных категорий граждан Российской Федерации продуктов питания, в том числе через сеть социальных магазинов (РП2). В плане мероприятий по реализации Концепции развития внутренней продовольственной помощи в Российской Федерации, утверждённом Распоряжением Правительства РФ от 11 октября 2014 г. № 2028-р, предусмотрена разработка нормативных правовых актов, направленных на совершенствование правового регулирования отношений, связанных с предоставлением мер социальной поддержки по обеспечению здорового питания отдельных категорий граждан, нуждающихся в социальной поддержке, с использованием пищевой продукции преимущественно отечественного производства (РП3).

Для социального предпринимательства характерно отсутствие основной цели – извлечение прибыли, хотя должна быть обеспечена самоокупаемость. Между тем торговля является предпринимательской деятельностью, направленной на систематическое получение прибыли. Признание коммерческой организации или индивидуального предпринимателя в качестве субъекта, осуществляющего социальную предпринимательскую деятельность, должно повлечь за собой определённые правовые последствия – преференциальный режим деятельности. Следовательно, признаки социального предпринимательства должны быть чётко сформулированы в проекте Федерального закона о социальном предпринимательстве, необходимость принятия которого обосновывается учёными (см. [3]).

Представляется, что в сфере розничной торговли признаками социального предпринимательства обладают социальные магазины, создание которых предусмотрено в Концепции развития внутренней продовольственной помощи в Российской Федерации (РП2). Поскольку в торговом законодательстве магазин рассматривается прежде всего в качестве торгового объекта, с правовой точки зрения под социальным магазином следует понимать хозяйствующего субъекта, осуществляющего продажу социально значимых продовольственных товаров первой необходимости, на которые Правительство РФ вправе устанавливать предельно допустимые розничные цены, социально незащищённым категориям граждан. Статус такого хозяйствующего субъекта в качестве субъекта, осуществляющего деятельность, относящуюся к социальному предпринимательству, на наш взгляд, должен быть определён в нормативном правовом порядке.

Государственное регулирование торговой деятельности должно основываться на конституционных принципах. В ст. 7 Конституции Российской Феде-

рации сформулирован принцип социального государства, в соответствии с которым политика Российского государства направлена на создание условий, обеспечивающих достойную жизнь и свободное развитие человека. Принцип социального государства предполагает социально ориентированный характер рыночной экономики России. В ч. 1 ст. 8 Конституции РФ содержатся сразу несколько принципов, определяющих функционирование рыночной экономики: в Российской Федерации гарантируются единство экономического пространства, свободное перемещение товаров, услуг и финансовых средств, поддержка конкуренции, свобода экономической деятельности (КРФ).

Исследовав соотношение принципов социального государства и свободы экономической деятельности, А.В. Габов пришёл к выводу, что эти принципы являются конкурентами и их баланса достичь нелегко [4]. В качестве наглядного примера такой балансировки Г.А. Гаджиев приводит сформулированную после бурных дискуссий норму в ч. 5 ст. 8 Закона о торговле. Согласно указанной норме, если в течение 30 календарных дней подряд на территории субъекта Российской Федерации рост розничных цен на отдельные виды социально значимых продовольственных товаров первой необходимости составит 30% и более, Правительство Российской Федерации в целях стабилизации розничных цен на данные виды товаров имеет право устанавливать предельно допустимые розничные цены на них на территории таких субъектов на срок не более чем 90 календарных дней [5].

Рассматривая вопрос о пределах вмешательства государства в предпринимательскую деятельность, Конституционный суд РФ определил свою правовую позицию, которая заключается в следующем: ограничение федеральным законом права владения, пользования и распоряжения имуществом, а также свободы предпринимательской деятельности возможно, только если оно отвечает требованиям справедливости, адекватно, пропорционально, соразмерно и необходимо для защиты конституционно значимых ценностей, в том числе частных и публичных прав и законных интересов других лиц, и не затрагивает само существо конституционных прав, то есть не ограничивает пределы и применение основного содержания соответствующих конституционных норм (ПКС1)[1].

В соответствии с конституционными принципами Закон о торговле устанавливает пределы регулирования торговой деятельности. В ч. 1 ст. 4 Закона предусмотрено, что государственное регулирование торговой деятельности осуществляется посредством:

1) установления требований к её организации и осуществлению;

2) антимонопольного регулирования в этой области;

3) информационного обеспечения в этой области;

4) государственного контроля (надзора), муниципального контроля в этой области (381-ФЗ).

При этом в ч. 2 ст. 4 381-ФЗ запрещено применять не предусмотренные настоящим Законом иные методы регулирования, за исключением установленных федеральными законами случаев.

[1] См. также Постановления Конституционного суда РФ от 18 июля 2003 г. № 14-П и от 31 мая 2005 г. № 6-П (ПКС2–ПКС3).

Отметим, что в этом перечне не указано государственное регулирование цен на продовольственные товары. Хотя в Законе о торговле предусмотрено право Правительства РФ применять временные меры по регулированию цен в определённых случаях, однако установленный в Законе механизм введения предельных розничных цен на продовольственные товары, как отмечается в литературе, сложен и не оперативен [6, с. 43].

Законом о торговле предусмотрены различные меры государственного воздействия на цены. В частности, установлено ограничение на размер вознаграждения, выплачиваемого субъекту, осуществляющему торговую деятельность, в связи с приобретением им у поставщика определённого количества продовольственных товаров. Так, согласно п. 4 ст. 9 указанного Закона он не может превышать десяти процентов от цены приобретённых товаров (381-ФЗ). Более того, п. 5 ст. 9 не допускается выплата такого вознаграждения по отдельным видам социально значимых продовольственных товаров первой необходимости, указанных в перечне, установленном Правительством РФ (ПП1). Запрещено включать в цену договора поставки продовольственных товаров иные виды вознаграждения за исполнение хозяйствующим субъектом, осуществляющим торговую деятельность, условий этого договора и (или) его изменение (п. 6 ст. 9 381-ФЗ). Данные меры призваны обеспечить баланс прав поставщиков продовольственных товаров и розничных торговцев, которые нередко вынуждали включать в договоры различного рода вознаграждения (бонусы) за навязываемые поставщикам услуги.

Однако указанные правовые меры не могут переломить негативную тенденцию роста цен на потребительские товары. Это связано в том числе с недостатками в законодательном регулировании цен, несоблюдением принципа определённости норм права, вызывающим неоднозначное толкование правовых норм о ценах судебными органами. Так, Законом о торговле в ч. 4 ст. 8 установлено, что, если федеральными законами предусмотрено государственное регулирование цен на отдельные виды товаров, торговых надбавок (наценок) к ценам на них (в том числе установление их предельных (максимального и (или) минимального) уровней органами государственной власти), цены на такие товары, торговые надбавки (наценки) к ценам на них устанавливаются в соответствии с указанными федеральными законами, а также принимаемыми в соответствии с ними нормативными правовыми актами данных органов государственной власти и (или) нормативными правовыми актами органов местного самоуправления (381-ФЗ). Включение в Закон данного правила породило неясность в вопросе о действии установленного Правительством РФ от 7 марта 1995 г. перечня товаров и услуг, в отношении которых органам исполнительной власти субъектов Российской Федерации предоставлено право вводить государственное регулирование тарифов и надбавок. В него вошли наценки на товары, реализуемые на предприятиях общественного питания при общеобразовательных школах, специальных средних и высших учебных заведениях, торговые наценки к ценам на продукты детского питания и др. (ПП2).

Решению проблемы необоснованного роста торговых надбавок (наценок) могло бы способствовать предлагавшееся в литературе установление на федеральном уровне максимального размера торговых надбавок (наценок), превышать

который не вправе соответствующие органы государственной власти субъектов Российской Федерации (см. [7, с. 168–169]).

Закон о торговле ориентирует предпринимателей на создание некоммерческих объединений (ст. 7 381-ФЗ), которые вправе предъявлять к своим членам определённые требования. В Стратегии развития торговли в Российской Федерации на 2015–2016 гг. и период до 2020 г., уточнённой на основе анализа практики применения Закона о торговле, предусмотрено уменьшение административного давления на торговый бизнес и развитие саморегулирования в торговле, особенно в крупном ритейле. В перспективе же саморегулирование, как отмечается в Стратегии, должно стать определяющим механизмом организации деятельности для всех форматов торговли, в том числе малых: профессиональные ассоциации участников торговли с узкой специализацией лучше и действеннее отследят и внешний вид торговых объектов, и качество услуг своих членов. А конкуренция разных ассоциаций между собой будет не просто конкуренцией отдельных хозяйствующий субъектов, а конкуренцией стандартов обслуживания потребителей и стандартов работы с поставщиками и производителями (П).

В Концепции совершенствования механизмов саморегулирования, утверждённой Распоряжением Правительства РФ от 30 декабря 2015 г. № 2776-р, установлено, что основной долгосрочной моделью саморегулирования должен стать переход от административного назначения публичных профессиональных регуляторов путём введения требований об обязательном членстве в саморегулируемых организациях на основании закона к общественному (публичному) признанию саморегулируемых организаций с добровольным членством в качестве органов, способных осуществлять отдельные публично значимые функции при определённых сложившихся условиях (РП4). В настоящее же время в реестре саморегулируемых организаций[2] практически полностью отсутствуют организации, действующие на потребительском рынке, в сфере сельскохозяйственного и пищевого производства, незначительно представлены союзы товаропроизводителей.

Вместе с тем в сфере торговли сложилась и показала свою эффективность иная модель негосударственного регулирования торговли, основанная на взаимодействии ассоциаций (союзов) производителей потребительских товаров и ассоциаций (союзов) торговых предпринимателей. Как указано в ст. 12 Закона о торговле, такие соглашения заключаются в целях формирования принципа добросовестности при заключении между ассоциациями договоров и исполнении ими договоров (381-ФЗ).

Большое признание в настоящее время приобрёл Кодекс добросовестных практик взаимоотношений между торговыми сетями и поставщиками потребительских товаров (КДП), в котором установлены правила добросовестного поведения при заключении и исполнении договоров поставки различных товаров потребительского назначения (тканей, одежды, моющих средств, бытовой техники, косметических товаров, мобильных телефонов, компьютеров и оргтехники и др.). Данный документ подписали представители ведущих отраслевых ассоциаций

[2] http://www.all-sro.ru/register

и ритейлеров: Ассоциация компаний розничной торговли (АКОРТ), Национальный союз производителей молока (Союзмолоко), Ассоциация производителей и поставщиков продовольственных товаров «Руспродсоюз», сеть продуктовых гипермаркетов «Ашан» (Holding Auchan SA), METRO Cash & Carry и др., а также Союз потребителей Российской Федерации, Комитет по потребительскому рынку Торгово-промышленной палаты Российской Федерации. Продолжается активный процесс присоединения к Кодексу и других крупных ассоциаций и союзов, функционирующих на потребительском рынке.

Целями Кодекса являются внедрение гражданско-правового принципа добросовестности во взаимоотношениях между поставщиками потребительских товаров и торговыми сетями при заключении и исполнении договоров, повышение эффективности взаимодействия между торговыми сетями и поставщиками, а также оптимизация издержек по всей цепочке поставок (КДП).

Для содействия применению Кодекса, анализа эффективности его применения и урегулирования возникающих разногласий между поставщиками потребительских товаров и торговыми сетями создана Комиссия по применению Кодекса добросовестных практик. Она разрабатывает рекомендации по типовым ситуациям и спорам, по изменению Кодекса, осуществляет взаимодействие с государственными органами, средствами массовой информации, общественными организациями. Важными направлениями деятельности Комиссии являются ведение пропаганды Кодекса и преимуществ его применения, консультирование отраслевых ассоциаций и союзов, торговых сетей и поставщиков по вопросам применения Кодекса, подготовка обзоров собственной практики и практик антимонопольных и судебных органов и т. п. Кроме того, Комиссия рассматривает споры между поставщиками и торговыми сетями по вопросам применения Кодекса. Спор может быть передан на рассмотрение Комиссии только с письменного согласия сторон. Решение Комиссии носит рекомендательный характер и не препятствует любой из сторон договора обратиться за разрешением спора в органы исполнительной власти, арбитражного или третейского суда (КДП).

Таким образом, в сфере торговли действует своеобразный механизм взаимодействия поставщиков потребительских товаров и розничных торговцев – покупателей, который является способом самоорганизации хозяйствующих субъектов. Хотя Кодекс добросовестных практик основан не на единстве отрасли или профессионального вида деятельности, как в случае с саморегулируемой организацией, но его основная цель та же, что и у саморегулируемых организаций, – устанавливать правила, препятствующие недобросовестной конкуренции, совершению действий, причиняющих ущерб потребителям товаров. В настоящее время наблюдается процесс становления организационной основы в лице Комиссии по применению Кодекса добросовестных практик. Если будет принято решение об обязательности исполнения решений данной Комиссии, то может быть поставлен вопрос о новой модели саморегулирования в торговле.

Источники

ИКСФ – Информация об итогах заседания Комитета Совета Федерации по социальной политике Федерального собрания Российской Федерации 4 марта 2014 г. – URL: http://social.council.gov.ru/media/files/41d4c6204937424e7fa9.pdf, свободный.

КДП – Кодекс добросовестных практик взаимоотношений между торговыми сетями и поставщиками потребительских товаров. – URL: http://www.codeofconduct.ru/, свободный.

КРФ – Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12 дек. 1993 г.; с изм. на 21 июля 2014 г.). – URL: http://docs.cntd.ru/document/konstitucija-rossijskoj-federacii, свободный.

П – Приказ Минпромторга России от 25 дек. 2014 г. № 2733 «Об утверждении Стратегии развития торговли в Российской Федерации на 2015–2016 годы и период до 2020 года». – URL: http://docs.cntd.ru/document/420244435, свободный.

ПКС1 – Постановление Конституционного суда РФ от 16 июля 2004 г. № 14-П «По делу о проверке конституционности отдельных положений части второй статьи 89 Налогового кодекса Российской Федерации в связи с жалобами граждан А.Д. Егорова и Н.В. Чуева» // СЗ РФ. – 2004. – № 30. – Ст. 3214.

ПКС2 – Постановление Конституционного суда РФ от 18 июля 2003 г. № 14-П «По делу о проверке конституционности положений статьи 35 Федерального закона “Об акционерных обществах”, статей 61 и 99 Гражданского кодекса Российской Федерации, статьи 31 Налогового кодекса Российской Федерации и статьи 14 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации в связи с жалобами гражданина А.Б. Борисова, ЗАО “Медиа-Мост” и ЗАО “Московская Независимая Вещательная Корпорация”» // СПС КонсультантПлюс. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_43509/, свободный.

ПКС3 – Постановление Конституционного суда РФ от 31 мая 2005 г. № 6-П «По делу о проверке конституционности Федерального закона “Об обязательном страховании гражданской ответственности владельцев транспортных средств” в связи с запросами Государственного Собрания – Эл Курултай Республики Алтай, Волгоградской областной Думы, группы депутатов Государственной Думы и жалобой гражданина С.Н. Шевцова» // Рос. газ. – 2005. – 7 июня. – № 3789.

ПП1 – Постановление Правительства РФ «Об утверждении Правил установления предельно допустимых розничных цен на отдельные виды социально значимых продовольственных товаров первой необходимости, перечня отдельных видов социально значимых продовольственных товаров первой необходимости, в отношении которых могут устанавливаться предельно допустимые розничные цены, и перечня отдельных видов социально значимых продовольственных товаров, за приобретение определённого количества которых хозяйствующему субъекту, осуществляющему торговую деятельность, не допускается выплата вознаграждения» // СЗ РФ. – 2010. – № 30. – Ст. 4103.

ПП2 – Постановление Правительства РФ от 7 марта 1995 г. № 239 «О мерах по упорядочению государственного регулирования цен (тарифов)» // СЗ РФ. – 1995. – № 11. – Ст. 997.

РП1 – Распоряжение Правительства РФ от 10 июля 2014 г. № 1273-р «О Концепции развития выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации» // СЗ РФ. – 2014. – № 29. – Ст. 4177.

РП2 – Распоряжение Правительства РФ от 3 июля 2014 г. № 1215-р «Об утверждении Концепции развития внутренней продовольственной помощи в Российской Федерации» // СЗ РФ. – 2014. – № 28. – Ст. 4106.

РП3 – Распоряжение Правительства РФ от 11 окт. 2014 г. № 2028-р «Об утверждении плана мероприятий по реализации Концепции развития внутренней продовольственной помощи в Российской Федерации» // СЗ РФ. – 2014. – № 43. – Ст. 5928.

РП4 – Распоряжение Правительства РФ от 30 дек. 2015 г. № 2776-р «Об утверждении Концепции совершенствования механизмов саморегулирования» // СЗ РФ. – 2016. – № 2 (ч. 2). – Ст. 458.

381-ФЗ – Федеральный закон Российской Федерации от 28 дек. 2009 г. № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» // СЗ РФ. – 2010. – № 1. – Ст. 2.

Литература

1. *Занковский С.С.* Социальное предпринимательство как средство государственного регулирования торговой деятельности // Коммерческое право. – 2015. – № 1(16). – С. 5–9.
2. *Барков А.В.* О некоторых тенденциях развития российского законодательства о социальном предпринимательстве // V Пермский конгресс учёных-юристов: Избр. материалы. – М.: Статут, 2015. – С. 34–37.
3. *Гришина Я.С.* Концептуальная модель правового обеспечения российского социального предпринимательства: Автореф. … д-ра юрид. наук. – М., 2016. – 60 с.
4. *Габов А.В.* Баланс конституционных принципов свободы экономической деятельности и социального государства (на примере правовых позиций Конституционного Суда) // Сб. науч.-практ. ст. II Междунар. науч.-практ. конф. «Актуальные проблемы предпринимательского и корпоративного права в России и за рубежом» (22 апр. 2015 г., М.). – М.: Юстицинформ, 2015. – 214 с.
5. *Гаджиев Г.А.* Принцип правовой определённости и роль судов в его обеспечении. Качество законов с российской точки зрения // Сравнит. конституцион. обозр. – 2012. – № 4. – С. 23–27.
6. *Кванина В.В.* Государственное регулирование цен продовольственных товаров // Юрист. – 2015. – № 20. – С. 41–46.
7. Правовое регулирование торговой деятельности в России (теория и практика) // Отв. ред. Л.В. Андреева. – М.: Проспект, 2014. – 304 с.

Поступила в редакцию
10.02.16

Андреева Любовь Васильевна, доктор юридических наук, профессор кафедры предпринимательского и корпоративного права

Московский государственный юридический университет имени О.Е. Кутафина
ул. Садовая-Кудринская, д. 9, г. Москва, 123995, Россия
E-mail: *andlaw.@mail.ru*

ISSN 1815-6126 (Print)
ISSN 2500-2171 (Online)

UCHENYE ZAPISKI KAZANSKOGO UNIVERSITETA. SERIYA GUMANITARNYE NAUKI
(Proceedings of Kazan University. Humanities Series)

2016, vol. 158, no. 2, pp. 348–358

Problems of Correlation between State Regulation and Self-Regulation in Trade

L.V. Andreeva

O.E. Kutafin Moscow State University of Law, Moscow, 123995 Russia
E-mail: *andlaw.@mail.ru*

Received February 10, 2016

Abstract

The peculiarities of state regulation and self-regulation of trade as a socially important type of business activity are considered in the paper. The concept of social entrepreneurship with regard to

trade is discussed. The conclusion is made about the necessity of development in the normative legal order of the special status of an entity performing the activities related to social entrepreneurship in the presence of certain signs. The problem of state regulation of trade margins to prices is analyzed. Interaction between the associations (unions) of consumer goods manufacturers and retailers on the basis of the Code of Good Practice of Relations between Trade Networks and Suppliers of Consumer Goods is identified as a particular model of self-organization in the field of trade along with self-regulation. Suggestions are made on improvement of the trade legislation, including those concerning the status of social shops, etc.

Keywords: trade, wholesale trade, retail trade, social entrepreneurship in trade, state regulation of trade, self-organization

---

***Для цитирования*:** *Андреева Л.В.* Проблемы соотношения государственного регулирования и саморегулирования торговли // Учен. зап. Казан. ун-та. Сер. Гуманит. науки. – 2016. – Т. 158, кн. 2. – С. 348–358.

***For citation*:** Andreeva L.V. Problems of correlation between state regulation and self-regulation in trade. *Uchenye Zapiski Kazanskogo Universiteta. Seriya Gumanitarnye Nauki*, 2016, vol. 158, no. 2, pp. 348–358. (In Russian)