

Болтуев У.С.

**О СООТНОШЕНИИ ПРАВОВОГО СТАТУСА
ПОТРЕБИТЕЛЯ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ В ДЕЙСТВУЮЩЕМ
ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВЕ РЕСПУБЛИКИ ТАДЖИКИСТАН**

U.S. Boltuev

**THE RATIO OF THE LEGAL STATUS OF THE CONSUMER AND THE
ENTREPRENEUR IN THE CURRENT LEGISLATION OF THE RT**

УДК:340/154

Автор в данной статье на основе анализа теоретического и нормативно-правового материала пытается определить и обосновать объективную необходимость защиты прав потребителей в условиях перехода к рыночной экономике и зарождения рыночных отношений. При этом акцентируется внимание, прежде всего на то, что институт защиты прав потребителей необходим для обеспечения баланса при создании наиболее благоприятных условий предпринимательству. Также в статье предлагается проводить целенаправленную воспитательно-образовательную работу по формированию грамотного, знающего свои права и охраняемые законом интересы, потребителя в условиях зарождающихся рыночных отношений.

Ключевые слова: объективная необходимость защиты прав потребителей, стадия перехода к рыночным отношениям, реальный сектор экономики, предпринимательское начало, государственно-правовая политика в сфере предпринимательства, правовой статус потребителей, улучшения правового положения предпринимателей, взаимоотношение предпринимателя и потребителя, право потребителя на просвещение.

The author of this article based on the analysis of theoretical and normative-legal material tries to define and explain the objective necessity of consumer rights protection in conditions of transition to market economy and the emergence of market relations. While the focus is primarily on the development of consumer, protection needed to ensure balance when creating neblagopriyatnykh conditions for entrepreneurship. The paper also proposed the conducting of educational work on the formation of competent, knowledgeable of their rights and legally protected interests of the consumer in the conditions of the emerging market economy.

Key words: objective necessity of protection of consumer rights, the stage of transition to market relations, the real sector of economy, business start, state and legal policy in the field of entrepreneurship, the legal status of consumers, improve the legal situation of the entrepreneurs, the relationship between businesses and consumers, consumer's right to education.

Государственно-правовая политика в сфере предпринимательства определяется, прежде всего, конституционным положением о том, что государство гарантирует свободу экономической и предпринимательской деятельности, равноправие и правовую защиту всех форм собственности, в том

числе частной (ст.12 Конституция РТ²²). Даже Закон Республики Таджикистан, регулирующий общественные отношения в сфере предпринимательства так и называется – «О государственной поддержке и защите предпринимательства»²³.

Экономика Республики Таджикистан, также как и других стран постсоветского пространства, в настоящее время находится в стадии перехода к рыночным отношениям. Как известно, сферы хозяйственных отношений, основанных на предпринимательской деятельности, составляют реальный сектор экономики²⁴. Поскольку любая хозяйственная деятельность независимо от формы собственности в условиях рыночной экономики, осуществляется на принципах самофинансирования, самоокупаемости и хозяйственного расчета. А это в конечном итоге означает предпринимательское начало в хозяйственных общественных отношениях. Именно такие предприятия могут обеспечить рентабельность своей деятельности, и, следовательно, могут платить налоги, являющиеся основным источником восполнения государственного бюджета. В этой связи, государство создает все необходимые условия для жизнеспособности и развития всех форм проявления предпринимательства.

В свете всего изложенного мы полагаем, что правовой статус потребителей результатов предпринимательской деятельности против статуса самих предпринимателей, по действующему законодательству Республики Таджикистан, намного проигрывает. Поскольку в последнее время уделяется

²² Здесь и далее имеется в виду: Конституция Республики Таджикистан, принятый всенародным референдумом 06 ноября 1994 года, с дополнениями и изменениями 1999 и 2003 г.г. – www.parlament.tj

²³ Здесь и далее имеется в виду: Закон Республики Таджикистан «О государственной защите и поддержке предпринимательства в Республике Таджикистан», принятый 23 апреля 2002 года. – www.parlament.tj

²⁴ Здесь имеется в виду сектор экономики, который может самостоятельно действовать без государственной поддержки и быть источником восполнения бюджета внесением налоговых и других обязательных платежей.

довольно много внимания для улучшения правового положения именно предпринимателей, закономерность которого в связи с необходимостью стимулирования развития реального сектора экономики, основанной на частной собственности и предпринимательской деятельности, не вызывает каких-либо сомнений. Так, например, достаточно вспомнить принятие Указа Президента и затем Закона Республики Таджикистан «Об объявлении моратория на все виды проверок субъектов малого и среднего предпринимательства». Ведь вседозволенность действий предпринимателей и отсутствие любого контроля над их деятельностью во время действия моратория, несомненно, противоречат интересам потребителей. Поэтому хорошо, что законодатель, спохватившись, уже в принимаемом Законе об этом моратории, оговорил возможность контроля качества продукции в интересах потребителей.²⁵

Также и Закон «О регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей» принятый в новой редакции в 2009 году²⁶ установив упрощенный порядок начала предпринимательской деятельности путем создания принципа «единое окно» облегчает порядок регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей до такой степени, что гарантий государственной охраны интересов потребителей почти не остается. Например, в соответствии со статьей 11 этого Закона к числу документов необходимых для государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей не относят ни Устава, определяющего правовой статус организации, ни документа, подтверждающего формирование уставного капитала, ни справки, подтверждающей ее место нахождения.

Однако, в сфере защиты прав потребителей, кроме Закона «О защите прав потребителей», принятого во второй редакции, в 2004 году и Постановления Правительства Республики Таджикистан «О мерах по реализации Закона Республики Таджикистан «О защите прав потребителей» от 6 июня 2005 года, другой правовой базы не существует.

Считаем необходимым заметить, что сложившаяся ситуация с ущемленным положением потребителя в рыночных экономических отношениях присуще правовой системе не только Республики

Таджикистан. Оказывается, она имеет всеобщий характер для всех стран постсоветского пространства. Так, российский ученый Ерошкин А.М., указывает: «В настоящий момент потребитель на рынке оказался в неравном положении по сравнению со своими «оппонентами» - изготовителями, исполнителями, продавцами»²⁷.

Это неравенство вызвано не только ограниченностью экономической возможности потребителей по сравнению с хозяйствующими субъектами, но и, как правило, с отсутствием нормативно-правовых актов четко и конкретно регламентирующей правовое положение потребителей. Поскольку правовые нормы, содержащиеся в вышеназванных нормативно-правовых актах о защите прав потребителей, нуждаются в конкретизации с учетом изменений и дополнений, вносимых в действующее законодательство, имеющихся и вновь принимаемых ведомственных, отраслевых нормативно-правовых актов. Конечно же, мы не совсем согласны с позицией Ерошкина А.М. в том, что предпринимателя он называет «оппонентом» потребителя, поскольку по закону рынка они тесно взаимосвязаны между собой и эффективность деятельности предпринимателя всецело зависит от реализации своей продукции потребителю. Поэтому при цивилизованном подходе к данному вопросу взаимоотношение предпринимателя и потребителя должно определяться как сотрудничество заинтересованных друг в друге партнеров. А государственно-правовое регулирование рыночных отношений с участием предпринимателей должно способствовать формированию соответствующего уровня правосознания и его воплощения в жизнь.

Действительно, в статье 4 Закона РТ «О защите прав потребителей» четко предусмотрено: «Право потребителя на просвещение в области защиты прав потребителей обеспечивается посредством включения вопросов по основам потребительских знаний в программы общеобразовательных учреждений, а также посредством организации системы информирования потребителя о его правах и необходимых действиях по защите этих прав». Однако, к величайшему сожалению, ни одно из задач, поставленных перед компетентными органами исполнительной государственной власти в сфере образования и их должностными лицами, не выполнены.

Видимо, нельзя ограничиться только установлением правовых норм; необходимо определить механизм их претворения в жизнь. В этом деле можно было бы заимствовать уже выработанный прогрессивный опыт некоторых зарубежных стран, поскольку аналогичные правовые нормы у них были

²⁵ См. об этом более подробно: Болтуев У.С. Некоторые комментарии Указа «Об объявлении моратория на все виды проверок субъектов малого и среднего предпринимательства»// Вестник ТГУ ПБП. Хучанд. 2008. № 3 (июль-август). С.

²⁶ Здесь и далее имеется в виду: Закон Республики Таджикистан «О регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей», принятый 19 мая 2009 г. №508. – www.parlament.tj

²⁷ Ерошкин А.М. Права потребителей и развитие конкуренции. М., Пресса. 1994. С.72-73.

установлены несколько раньше. Так, например, в ст. 3 Закона Российской Федерации «О защите прав потребителей» от 7 февраля 1992 года приводится следующее: «Право потребителей на просвещение в области защиты прав потребителей обеспечивается посредством включения соответствующих требований в государственные образовательные стандарты и общеобразовательные и профессиональные программы, а также посредством организации системы информации потребителей об их правах и о необходимых действиях по защите этих прав». В рамках этого законоположения по всей территории Российской Федерации проводятся множество мероприятий по повышению уровня знаний учащихся в общеобразовательных учреждениях, средних технических и высших учебных заведениях и самое главное внедрена учебная программа «По защите прав потребителей». Кроме того, систематически

издаются учебные пособия по защите прав потребителей не только для учащихся, но и для широкого круга населения.

На наш взгляд, следовало бы более конкретно озадачить Министерство юстиции, как органа уполномоченного государством в сфере правового воспитания граждан, и Министерство образования, компетентного в вопросах воспитания подрастающего поколения, проводить целенаправленную работу по формированию грамотного, знающего свои права и охраняемые законом интересы, потребителя в условиях зарождающихся рыночных отношений. Результаты этих мероприятий не заставят долго ждать и окажут ощутимое влияние, как на общий уровень правосознания, так и на активную позицию потребителей в реализации предоставленных законодателем возможности по самозащите нарушенных прав.

¹ См.: Шашкова Л.А. Права потребителей и их защита в Российской Федерации гражданско-правовыми средствами. Дисс. ... канд. юрид. наук. Ульяновск. 2004. С.47.

Рецензент: д.ю.н., профессор Арабаев Ч.И.
