УДК 346.1

Соловяненко Н.И., Шапсугова М.Д. Правовое регулирование сетевого ритейла в зарубежных странах Legal regulation of retail in foreign countries

Соловяненко Нина Ивановна

Институт государства и права РАН, Сектор предпринимательского и корпоративного права, старший научный сотрудник, кандидат юридических наук

Шапсугова Мариетта Дамировна

Институт государства и права РАН, Сектор предпринимательского и корпоративного права, старший научный сотрудник, кандидат юридических наук

Solovyanenko Nina I.

Institute of State and Law RAS, Business and Corporate Law Department, Senior Research Fellow, Candidate of Legal Sciences

Shapsugova Marietta D.

Institute of State and Law RAS, Business and Corporate Law Department, Senior Research Fellow, Candidate of Legal Sciences

Аннотация. Правовое регулирование сетевого ритейла в зарубежных странах, в том числе в рамках организаций экономической интеграции исторически направлено на сдерживание его естественного роста. В статье исследуются основные подходы в правовом регулировании сетевого ритейла в зарубежных странах.

Ключевые слова: ритейл, торговые сети, пандемия, правовое регулирование.

Abstract. Legal regulation of retail in foreign countries, including within the framework of economic integration organizations, has historically been aimed at curbing its natural growth. The article examines the main approaches to the legal regulation of retail chains in foreign countries.

Keywords: retail, trading networks, pandemic, legal regulation.

Рецензент: Парушина Наталья Валерьевна – доктор экономических наук, профессор, академик Российской академии Естественных наук, г. Москва

В ЕС (Economic and Financial Affairs Directorate-General, European Commission) выделяют следующие направления государственного регулирования розничной торговли, создающие угрозу конкуренции: нормы создающие входные барьеры на рынок, нормы, ограничивающие операционную деятельность (график работы, нормы, ограничивающие ценовую конкуренцию, регулирование размера торговых объектов и их размещения).

В Италии контроль за входом на рынок осуществляется исходя из площади торгового объекта и количества жителей в муниципалитете в соответствии с Законом Берсани (Bersani Law). Так, все торговые объекты делятся на малые (площадью до 150 кв. м), средние (от 150 до 1500 кв. м) и крупные (свыше 1500 кв. м). В городах с населением свыше 10 тыс. жителей порог для средних и крупных магазинов поднят до

250 и 2500 кв. м соответственно. Для открытия малых торговых объектов более не требуется получать специального разрешения, для открытия средних торговых объектов необходимо обращение в городской совет, а открытие крупных торговых объектов отныне регулировалось на региональном уровне.

Во Франции принят Акт Раффарена (1996) закрепляющий необходимость получения разрешения на открытие нового магазина площадью более 300 кв. м. Опускать розничную цену ниже установленной пороговой запрещено торговым сетям в Бельгии, Люксембурге, Франции, Ирландии, Португалии, Испании, Италии. Розничная, как правило, цена не может быть ниже цены поставщика, ниже цены поставщика с учетом издержек, либо цены поставщика в установленном фиксированным процентом. В Ирландии в Groceries Order в 1987 году были внесены соответствующие поправки. Во Франции Акт Дютрейля (2005), расширил возможности ценовой конкуренции. Торговым сетям разрешалось снижать инвойсную цену до нового минимального порога — на размер маркетинговых бонусов с 1 января 2007 г. — не более 15%. Акт Шатэ (2007) разрешает торговым сетям вычитать из закупочной цены совокупный размер бонусов, запрещает включать в договор поставки дискриминационные условия.

Во Франции Акта Галлана (1996) устанавливает запрет на занижение цен; поставщики наделены правом отказываться от поставки; устанавливаются прозрачности закупочных цен; устанавливается контроль за маркетинговыми кампаниями. Акт Галлана запрещает бонусы за включение в ассортимент новинок, если они не связаны с объемами заказов; использовать делистинг для влияния на определение условий поставки.

В Великобритании развивается система саморегулирования отношений между поставщиками и ритейлерами – принятие отраслевых кодексов добросовестных практик (Groceries Supply Code of Practice).

Государственное регулирование деятельности ритейлеров производится в нескольких областях. 1) В социальных целях и защиты малого бизнеса национальные государства принимают меры по сдерживанию органического роста и укрупнения розничных сетей, включая территориальное зонирование и ограничения деятельности. 2) В целях обеспечения равных рыночных условий регулируют процесс ценообразования. Наиболее распространенным методом является установление предела, ниже которого торговые предприятия не могут опускать цены. Установление нижнего ценового порога приводит к тому, что у ритейлеров снижается возможность повлиять на закупочные цены, и переводит соперничество между ними из сферы ценовой конкуренции в плоскость неценовых форм состязания. 3) Государство пытается способствовать гармонизации отношений в цепи поставок. Известно, что

слаженность работы ритейлеров и их поставщиков положительно влияет на оптимизацию розничных цен. В то время как непрозрачность и конфликтность этих отношений приводит к снижению их эффективности.

Этот сектор в настоящее время претерпевает фундаментальные изменения с быстрым развитием электронной коммерции, которая не только влияет на то, как потребители делают покупки (они могут делать покупки онлайн в любой момент, часто с веб-сайтов, расположенных далеко от того места, где они живут), но и изменяет ландшафт розничного сектора. Тенденции указывают на то, что в будущем будет осуществляться многоканальная розничная торговля, причем розничные торговцы будут активны как в автономном режиме, так и онлайн (либо через свой собственный интернет-магазин, либо через платформы). Еще одна тенденция - создание платформ, которые предлагают розничным торговцам возможность продавать свою продукцию в онлайн - "торговых центрах". Некоторые из этих платформ не только предоставляют такой виртуальный торговый центр, но и запустили свой собственный ассортимент продуктов, конкурирующих непосредственно со своими розничными клиентами.

Динамичный и конкурентоспособный розничный сектор важен для потребителей, бизнеса и, следовательно, для всей экономики ЕС. Сама величина вовлеченных компаний и рабочих мест, а также вклад в добавленную стоимость ЕС делают розничную торговлю ключевым фактором для стимулирования долгосрочного экономического роста.

Движимый растущими потребительскими потребностями и техническим прогрессом, этот сектор быстро трансформировался и является катализатором инноваций и повышения производительности труда. Эффективно работающий розничный сектор в результате будет генерировать положительные побочные эффекты для всей экономики. Единый рынок позволяет розничным торговцам получить доступ к примерно 500 миллионам потенциальных потребителей. Однако для этого требуется благоприятная деловая и нормативная база, отвечающая потребностям как онлайн-овых, так и офлайн-ритейлеров и способствующая реагированию на вызовы, затрагивающие розничный сектор на глобальном уровне.

Стремительный рост электронной коммерции трансформирует этот сектор, создает как новые возможности, так и проблемы. Развитие многоканальной розничной торговли и стирание границ между оф-лайном (физические помещения) и он-лайн (электронная коммерция) способствуют развитию конкуренции и стимулируют инновации в этом секторе. Для обеспечения функционирования единого рынка Европейская комиссия отмечает необходимость принятия соответствующих мер. на национальном, региональном и местном уровнях. Несколько государств-членов ЕС уже

провели реформы, направленные на улучшение нормативно-правовой базы для розничных торговцев.

Накопление регулирования оказывает негативное влияние на его эффективность. Розничные торговцы должны соблюдать совокупность разнообразных и зачастую сложных нормативных рамок, установленных на национальном, региональном и местном уровнях. Такие ограничительные правила приводят к менее динамичным розничным рынкам с меньшим количеством входов и выходов розничных предприятий и более низкими перспективами занятости. Современный розничный сектор нуждается в большем объеме инвестиций и благоприятной деловой среде. Инвестиционный план для Европы поддерживает дальнейшее углубление единого рынка, в частности путем устранения барьеров для инвестиций, содействия большей предсказуемости регулирования и сокращения чрезмерного регулирования.

С внедрением стратегии единого цифрового рынка Европейская комиссия предприняла шаги, направленные на то, чтобы сделать единый рынок пригодным для цифровой эпохи. Одной из главных задач было стимулирование трансграничной электронной торговли. Комиссия также предлагает меры в сфере справедливого и эффективного налогообложения цифровой экономики.

Директива об услугах позволяет розничным торговцам легче создавать торговые точки во всех государствах-членах. Европейский суд подтвердил, что розничная торговля является услугой и как таковая подпадает под действие директивы об услугах. Директива гарантирует, что некоторые весьма ограничительные требования к доступу на рынки запрещены, а другие могут существовать только в том случае, если они носят недискриминационный характер, оправданы законной целью государственной политики и соразмерны ей. В этой связи директива также направлена на обеспечение эффективных, объективных и недискриминационных процедур доступа на рынки в разумные сроки. Аналогичные требования предъявляются Договором о функционировании ЕС в ситуациях, выходящих за рамки Директивы об услугах, таких как эксплуатационные ограничения. Европейский Совет подчеркнул, что обеспечение соблюдения действующего законодательства является ключевым фактором для функционирования единого рынка.

Стратегия единого рынка указывала на то, что ограничения на создание розничной торговли и ограничения, влияющие на повседневную розничную деятельность, являются существенными препятствиями для более эффективного функционирования розничного сектора. Как подчеркнул Европейский Совет, ЕС должен продолжать работать над созданием перспективного единого рынка, пригодного для цифровой

эпохи. Розничный сектор все больше полагается на многоканальную дистрибуцию, и эта тенденция будет продолжаться.

Единый рынок товаров имеет особое значение для сектора розничной торговли. В декабре 2017 года комиссия представила два законодательных предложения, призванных облегчить компаниям продажу своей продукции по всей территории ЕС, а также усилить контроль за тем, чтобы предотвратить продажу небезопасных продуктов потребителям. Кроме того, комиссия внесла предложение об устранении ключевых барьеров, препятствующих трансграничной торговле.

Стратегия единого рынка указывает на то, что ограничения на создание розничной торговли и ограничения, влияющие на повседневную розничную деятельность, являются существенными препятствиями для более эффективного функционирования розничного сектора.

Розничные торговцы сталкиваются с многочисленными ограничениями в той или иной степени в плане создания магазинов (например, в отношении размера и местоположения магазина или процедуры получения конкретного разрешения) и операций (например, в отношении часов работы, рекламных акций и каналов сбыта, налогообложения, поиска поставщиков). Многие из этих ограничений могут быть оправданы законными целями государственной политики, однако их накопление может создать непропорциональные барьеры для новых участников и, следовательно, негативно сказаться на производительности сектора. Розничные торговцы подчеркивают, что нормативная база должна быть надежной и гибкой в будущем, чтобы позволить предприятиям быстро адаптироваться к меняющейся реальности.

Европейская комиссия разработала показатель ограничений розничной торговли, который иллюстрирует различные ограничения на создание розничной торговли и повседневную работу магазинов. Его компоненты отражают сложность и разнообразие нормативно-правовой базы, действующей в государствах-членах. В целом этот показатель представляет собой фактический моментальный снимок и показывает весьма разнородную картину ограничений по всему ЕС. Во всех государствах-членах существуют как установочные, так и оперативные ограничения. Однако конкретный тип ограничений, а также их уровень существенно различаются. В некоторых государствах-членах этот уровень может быть в пять раз выше, чем в других. В то время как в наименее жесткой системе регулирования существует лишь несколько видов ограничений, наиболее жесткие могут включать до 12 различных типов ограничений. Это влияет на условия, в которых работают розничные предприятия. Задача регулирования розничного сектора лежит в первую очередь на государствах-членах. Однако, когда они устанавливают правила, государства-члены должны соблюдать

законодательство ЕС и не ограничивать чрезмерно свободу создания или бесплатного предоставления услуг. В результате некоторые ограничения запрещаются, в то время как в других случаях они могут сохраняться или вводиться до тех пор, пока они носят недискриминационный характер, оправданы на основе законных целей государственной политики и соразмерны. Менее ограничительная регулятивная среда будет способствовать повышению конкурентоспособности этого сектора. В этом контексте следует обратить внимание на тот факт, что в силу своего характера правила создания и эксплуатации в основном затрагивают офлайн-ритейлеров. Кроме того, эти ограничения суммируются, и государства-члены должны учитывать их совокупные последствия.

Все государства-члены регулируют создание торговых точек. Очень часто розничные предприятия регулируются на региональном и / или местном уровнях, что добавляет разнообразия правилам, которые должны соблюдать розничные торговцы. Директива об услугах, кодифицируя прецедентное право Европейского суда относительно свободы учреждения, запрещает определенные требования, такие как тесты экономических потребностей; информационные запросы для оценки предложения (например, количество, типы и форматы существующих магазинов) или для измерения рыночного спроса (например, покупательная способность или потребление домашних хозяйств в соответствующих районах). Такие требования были запрещены законодательством ЕС, поскольку они либо преследуют чисто экономические интересы, либо могут быть заменены менее ограничительными средствами. Многие государства-члены, реализуя директиву об услугах, пересмотрели свои условия создания и устранили требования к экономической оценке. Однако в некоторых государствах-членах по закону или на практике экономическая информация все еще требуется или используется. Правила создания розничных магазинов определяются соображениями городского и сельского планирования, часто с целью поддержания жизнеспособности городских центров или защиты окружающей среды. Например, эти правила могут ограничить создание предприятий на периферии городов. Эти цели как таковые разделяются комиссией, которая в рамках городской повестки дня ЕС работает совместно с государствами-членами, городами и другими заинтересованными сторонами над продвижением более благоприятной для городов, эффективной и действенной политики и внесением вклада в территориальную сплоченность. В то же время достижение государствами-членами этих целей должно осуществляться на пропорциональной основе. Европейский суд подтвердил, что Директива об услугах применяется к розничным предприятиям независимо от того, каким образом государства-члены регулируют розничные предприятия, будь то через

систему разрешений или через планирование городов и стран. Европейский суд подтвердил, что Директива об услугах позволяет должным образом учитывать цели государственной политики и что государства-члены имеют определенную свободу усмотрения в том, как выполняются законные цели государственной политики. Однако для того, чтобы быть совместимыми с директивой по услугам в этом отношении, государства-члены должны обеспечить, чтобы нормативные требования, касающиеся розничных предприятий, не только оправдывались главенствующей причиной, связанной с общественными интересами, но и были соразмерными. Соразмерность - это важная особенность свобод единого рынка. Соразмерность очень важна в розничной торговле. Директива об услугах требует, чтобы розничные торговцы не подвергались ограничениям, которые были бы несоразмерными. Это относится к некоторым требованиям, прямо упомянутым в директиве об услугах, которые включают территориальные ограничения. Примером этого могут служить подробные пространственные планы с указанием видов товаров, подлежащих продаже.

Пример: во Франции правила, касающиеся розничной торговли, позволяют розничным торговцам выбирать оптимальное место для своего магазина, не накладывая ограничений на формат магазина и ассортимент продукции. Местные пространственные зоны при разработке местных пространственных планов государственным органам рекомендуется учитывать широкий спектр коммерческой деятельности, осуществляемой в коммерческих зонах. Кроме того, в соответствии с директивой об услугах государственные органы, руководствуясь принципом соразмерности, должны избегать чрезмерно предписывающих правил. Пример: указывая зоны для широкого спектра предпринимательской деятельности в местных планах ("коммерческое использование"), румынские власти допускают гибкость в использовании этого пространства. Пороговые значения размера при установлении пороговых значений размера для розничных предприятий в соответствии с директивой об услугах государственные органы в соответствии с принципом пропорциональности должны оценивать соответствие уровня пороговых значений преследуемым целям государственной политики. Кроме того, государственным органам рекомендуется учитывать их влияние на структуру рынка. Пример: в Латвии порог не применяется, и независимо от размера магазина применяется единый процесс создания розничной сети, если проект планируется в районе, предназначенном для "коммерческого использования". Кроме того, в Дании и Финляндии в результате реформ нормативно-правовой базы розничной торговли были установлены более высокие пороговые значения размеров магазинов и сняты некоторые ограничения на этажность. Реформы были проведены с целью улучшения функционирования сектора, повышения

производительности труда и предоставления потребителям большего выбора и более низких цен.

Помимо нормативных актов, влияющих на создание розничных магазинов, розничные торговцы сталкиваются с рядом нормативных актов, связанных с их повседневной деятельностью (например, в отношении часов работы, рекламных акций, каналов распределения и поиска поставщиков). Оперативные ограничения часто вводятся для достижения целей государственной политики, таких как защита работников, потребителей, окружающей среды и здоровья населения. Электронная коммерция меняет привычки потребителей к покупкам (потребители привыкли делать покупки в любое время и в любом месте, включая трансграничные). Это позволяет государствам-членам оценивать и модернизировать, по мере необходимости, свою нормативную базу, заимствуя, где это уместно, хорошо функционирующие и менее разрушительные решения, разработанные в других государствах-членах.

Государственные органы должны оценить соразмерность и эффективность оперативных ограничений, влияющих на розничную торговлю в традиционных форматах, чтобы обеспечить равные условия игры с электронной коммерцией. Операционные ограничения могут стать существенным бременем для предприятий, влияющим на их производительность, как неоднократно указывалось. Обеспечение равных условий в розничной торговле должно учитывать новые модели потребления и соответствующим образом адаптировать коммерческую стратегию. Правила, разработанные преимущественно для офлайн-ритейла, ограничивают возможности ритейлеров по адаптации и реагированию на изменения, вносимые электронной коммерцией. Это относится, например, к ограничениям на часы работы магазинов.

Существующие розничные налоги и сборы, зависящие от размера торговой площади, применяются только к крупным магазинам, что может поставить их в невыгодное положение по сравнению с интернет-магазинами и другими предприятиями.

Рекламные акции и скидки могут быть частью стратегии розничного продавца в многоканальной среде или для выхода на новый рынок. Государственные органы должны соблюдать, в частности, принцип недискриминации, обоснованности и соразмерности при установлении правил стимулирования сбыта и скидок; это также будет способствовать обеспечению равных условий для развития электронной торговли. Пример: недавняя реформа в Люксембурге, направленная на облегчение завершения коммерческих продаж и санкционирование продаж ниже себестоимости. Греция продлила сроки окончания сезонных продаж в 2014 году.

Единый рынок ЕС позволяет розничным торговцам покупать продукцию из любой точки ЕС. Это повышает эффективность, может быть более продуктивным и снижает

затраты в конечном счете к выгоде потребителей. Единый рынок привел к увеличению выбора доступных продуктов. Регулятивные барьеры, ограничивающие возможность поставки продукции через границу, рискуют фрагментировать единый рынок и противоречат договорному принципу свободного перемещения товаров. Кроме того, на уровне ЕС и на национальном уровне предпринимаются усилия по содействию сбалансированным цепочкам поставок для снижения воздействия на окружающую среду и поощрения устойчивого потребления.

Библиографический список

1. Bersani Law [Электронный ресурс]
<https://www.jonesday.com/en/insights/2006/09/summary-of-the-main-provisions-of-the-bersani-decree> (дата обращения 05.06.2020)
2. Groceries Order [Электронный ресурс]
<http://www.irishstatutebook.ie/eli/1987/si/142/made/en/print> (дата обращения 01.06.2020)
3. Groceries Supply Code of Practice [Электронный ресурс]
<https://www.gov.uk/government/publications/groceries-supply-code-of-practice> (дата обращения 03.06.2020)
4. Директива 2000/31/ЕС Европейского парламента и Совета Европейского Союза. "О некоторых правовых аспектах информационных услуг на внутреннем рынке, в частности, об электронной коммерции (Директива об электронной коммерции)" [рус., англ.] (Вместе с "Исключениями из статьи 3") (Принята в г. Люксембурге 08.06.2000). [Электронный ресурс] eurasiancomission.org (дата обращения 12.06.2020)