

accordance with the mechanism of squeeze out and sell out. It is indicated in the article that the relevant procedure does not have unanimous support in the legal literature in the context of violation of the subjective rights of minority shareholders in the context of compulsory deprivation of ownership of shares that are the object of ownership, which is enshrined in the Constitution and the Civil Code of Ukraine. Attention focused on three separate procedures for redemption of shares of minority shareholders a) for the acquisition of a significant stake in the companies; b) acquisition of shares of private joint stock company for the acquisition of a controlling stake in) the acquisition of shares of public joint stock company for the acquisition of a controlling stake or a significant controlling stake.

As to the authors' opinion, forced share repurchase does not violate the rights and interests of participants in corporate relations, since it pursues a public goal in the form of common benefits for the joint-stock company, reducing the company's administrative expenses, preventing the misuse of minority shareholders' shares and creating civilized and legal mechanisms for ousting minority shareholders with full and fair compensation for the value of their shares. Divestment of ownership rights to shares without the will of the minority shareholders, even with fair compensation, should be a last resort when other means of eliminating conflicts of interest and preventing corporate conflict have been exhausted. It is the mechanism of repurchase by the majority shareholder of the shares of minority shareholders that allows achieving a balance in the legal protection of the interests of these categories, and most importantly – to prevent the possibility of corporate conflicts through the stabilization of the company's functioning.

Keywords: joint-stock company, a shareholder, a share, purchase of shares, forced purchase of shares, corporate right, corporate interest.

УДК 347.451

С. В. Зимнева

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ВЕНДИНГОВОЙ ТОРГОВЛИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ И РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Рассмотрены проблемы купли-продажи товаров через вендинговые автоматы, а также преимущества такого вида торговли. Проведен сравнительный анализ положений законодательства, регулирующего продажу товаров через вендинговые автоматы в Российской Федерации и Республике Беларусь. Автор статьи отмечает близость законодательных положений Гражданского кодекса Республики Беларусь и Российской Федерации о продаже товаров с использованием автоматов. Исследование основных проблем правового и иного характера осуществления вендинговой торговли, разработка рекомендаций по совершенствованию организационно-правового механизма развития вендинговой торговли является основной целью настоящей работы. Автор указывает, что с развитием технологий, охватывающих искусственный интеллект и роботов, в мире вендинга становится все больше. Помимо преимуществ купли-продажи товаров через торговые автоматы, имеются проблемы осуществления вендинговой торговли: климатические условия, пробелы правового регулирования вендинговой торговли, зависимость российского и белорусского рынка от зарубежных производителей вендинговых автоматов, большая разница с ценами в магазинах розничной торговли, отсутствие привычки у граждан покупать в вендинговых автоматах, большой перечень товаров, реализация которых посредством вендинговых автоматов запрещена, применение в устройстве вендингового автомата контрольно-кассовой техники (ККТ). Автор делает вывод, что для вендинговой торговли требуется надлежащая правовая основа регулирования отношений, законо-

дательство не успевает за развитием вендинг-бизнеса. Содержащиеся в статье разработки применимы для использования при дальнейшем совершенствовании законодательства, регулирующего продажу товаров с использованием автоматов, а также в правовой работе коммерческих и иных организаций.

Ключевые слова: вендинг, торговый автомат, розничная торговля, правовое регулирование вендинга, бесконтактность сделки, недействительность сделки.

Рынок вендинговых (торговых) автоматов в странах вырос на фоне изменения образа жизни потребителей. Быстрый темп жизни имеет огромное влияние на многих людей, прежде всего, в рационе питания. В таком обществе вендинг-машины обеспечивают идеальное решение, облегчая приобретение продуктовых и промышленных товаров в считанные секунды. Следовательно, количество торговых автоматов на рынке существенно возрастает. По разным подсчетам аналитиков количество подключенных вендинговых автоматов в мире вырастет к 2021 году от 3,6 млн до 24 млн единиц [1]. Согласно данным портала «Век Вендинга» [2], российский рынок вендинга входит в первую десятку в рейтинге крупнейших рынков по количеству вендинговых автоматов в Европе.

В Республике Беларусь вендинг активно развивается как альтернативный канал розничной продажи и, по мнению А. А. Сазановича [3, с. 132], имеет большие перспективы в стране. Инновационная продукция и технологический прогресс движут рынок вперед, в частности, применение смарт-карт, которые обеспечивают свободный доступ потребителей к автоматам и не требуют использования денежных купюр и монет, являясь важным фактором прироста продаж.

Актуальность развития вендинговой торговли предопределяется быстрым ростом влияния новых технологий на экономические перспективы современных стран, поэтому разные аспекты развития вендинговой торговли рассмотрены, прежде всего, в работах ученых-экономистов. С правовой точки зрения вендинг представлен в немногочисленных трудах: А. А. Лебедевой, Ю. Канцера, А. А. Сазановича, А. В. Станкевича, С. В. Фомина и других ученых. Вместе с тем отсутствуют полные комплексные исследования, посвященные анализу правовых и организационных проблем осуществления вендинговой торговли. Поэтому целью настоящей статьи является выявление основных проблем правового и иного характера осуществления вендинговой торговли, разработка рекомендаций по совершенствованию организационно-правового механизма развития вендинговой торговли.

Вендинг (англ. vending) – розничная купля-продажа товаров через торговые автоматы. В мире вендинговая торговля распространена в таких странах, как США, Китай, Япония, Сингапур, странах Европы. Например, в Австрии, где очень распространены велосипеды среди граждан самых разных возрастов, установлены автоматы по продаже камер для велосипедных шин. А в городе Перг (Австрия) на территории кладбища установлен автомат по продаже лампад.

В России через вендинговые автоматы реализуются лёгкие закуски и горячие напитки (чай, кофе), готовые цветочные букеты, контактные линзы и другие товары массового спроса.

Как отмечает Ю. Канцер, с момента установки автоматов и начала продаж вендинговый оператор вступает в новые правовые отношения – это купля-продажа. Смысл сводится к тому, что вендинг-оператор (владелец) посредством торгового автомата осуществляют продажу продукта покупателю (потребителю), то есть идет розничная торговля [4, с. 4].

Продажа товаров с использованием автоматов регулируется статьей 498 Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – ГК РФ). Договор рознич-

ной купли-продажи считается заключенным с момента совершения покупателем действий, необходимых для получения товара из автомата.

Владелец автоматов обязан довести до покупателей информацию о продавце товаров путем помещения на автомате или предоставления покупателям иным способом сведений о наименовании (фирменном наименовании) продавца, месте его нахождения, режиме работы, а также о действиях, которые необходимо совершить покупателю для получения товара.

Если покупателю не предоставляется оплаченный товар, продавец обязан по требованию покупателя незамедлительно предоставить покупателю товар или возратить уплаченную им сумму.

В случаях, когда автомат используется для размена денег, приобретения знаков оплаты или обмена валюты, применяются правила о розничной торговле, если иное не вытекает из существа обязательства.

В Гражданском кодексе Республики Беларусь продаже товаров с использованием автоматов посвящена статья 468. В целом содержание данной статьи схоже со статьей 498 ГК РФ, владелец вендинговых автоматов имеет аналогичные обязанности.

Понятия «вендинговый автомат» или «торговый автомат» не содержится в Гражданском кодексе РФ и иных нормативных актах, регулирующих торговлю. Понятие торговый автомат (вендинговый автомат) – можно найти в действующем Национальном стандарте РФ ГОСТ Р 51303-2013[5]. Согласно данного стандарта, торговый автомат (вендинговый автомат) – это нестационарный торговый объект, техническое устройство, без участия продавца. Устройство предназначено для автоматизации процессов продажи, оплаты и выдачи штучных товаров.

Не содержит понятия «вендинговый (торговый) автомат» и Гражданский кодекс Республики Беларусь. Определение понятию «торговый автомат» дано в п. 3.5.32 Государственного стандарта Республики Беларусь СТБ 1393-2003 [6]. Это техническое средство для автоматизации процесса продажи товаров с купюроприемным устройством и встраиваемым кассовым суммирующим аппаратом. Торговля осуществляется в режиме самообслуживания.

Таким образом, техническая конструкция вендинговых (торговых) автоматов позволяет владельцу осуществлять торговлю в любом месте установки автомата.

Преимуществом вендинговой торговли является не только мобильность, но и бесконтактность, то есть отсутствие работника-продавца, что особенно актуально во время сложных эпидемиологических ситуаций в стране. Покупатель, приобретая товар через вендинговый автомат, не контактирует с другими лицами, поэтому такой способ приобретения товаров для граждан является наиболее безопасным. Кроме того, для владельца торгового автомата отсутствие работника-продавца – это снижение затрат на рабочую силу.

Вместе с тем популярность такого бизнеса в России столкнулась с рядом проблем осуществления вендинговой торговли правового и иного характера, основные из которых необходимо обозначить:

1. Климатические условия.

Торговля через вендинговые автоматы выгодно привлекает предпринимателей отсутствием временных рамок для торговли, возможностью осуществлять торговлю в розницу в любое время суток и быстро.

Обычно торговые автоматы устанавливаются в закрытых помещениях: учреждениях, торговых центрах и иных организациях. Около 70 % торговых автома-

тов в России расположено на рабочих местах [7]. Размещение торговых автоматов на улицах, в парках и других открытых местах ограничивает возможность их эксплуатации продолжительностью теплого сезона. Так как в России климатические условия достаточно суровые, то и установка их на открытой местности коммерчески не выгодна.

В Беларуси климат умеренно континентальный, с частыми атлантическими циклонами, что также ограничивает установку вендинговых автоматов вне помещений.

2. Пробелы правового регулирования вендинговой торговли.

По мнению А. А. Лебедевой, нормативное регулирование в сфере вендинговой торговли в некоторой степени отстает от современной российской действительности [8, с. 9].

Действительно, гражданское законодательство детально не регламентирует розничную торговлю через вендинговые автоматы. Однако присутствие в Гражданском кодексе РФ статьи 498 «Продажа товаров с использованием автоматов» и определение термина «торговый автомат» в ГОСТ Р 51303-2013 позволяет говорить о наличии правового регулирования сделок через торговые автоматы.

В Республике Беларусь помимо Гражданского кодекса правовое регулирование вендинговой торговли осуществляется Законом Республики Беларусь от 8 января 2014 г. № 128-З «О государственном регулировании торговли и общественного питания в Республике Беларусь» [9]. Согласно пункта 21 данного закона, торговля с помощью торговых автоматов относится к разносной торговле. Разносная торговля является видом розничной торговли, характеризуется тем, что осуществляется вне стационарных торговых объектов с использованием передвижных средств, к которым относятся торговые автоматы.

Одним из условий действительности сделки является совершение ее надлежащими субъектами, то есть лицами, обладающими дееспособностью в объеме, достаточном для совершения сделки. Применительно к торговле через вендинговый автомат субъектный состав сделки приобретает особое значение, ведь торговля происходит опосредованно. Так, для заключения сделки к торговому автомату подходит только покупатель, продавец не присутствует, поэтому не может контролировать, может ли данный покупатель совершать сделку. Соответственно, совершение сделок покупателем – лицом, не обладающим дееспособностью в объеме, достаточном для совершения сделки, влечет недействительность сделки. Поэтому вопрос о субъектах заключения сделки через вендинговый автомат является актуальным.

Согласно части 2 статьи 28 Гражданского кодекса РФ малолетние в возрасте от шести до четырнадцати лет вправе самостоятельно совершать мелкие бытовые сделки. Схожее правило содержится в Гражданском кодексе РБ: несовершеннолетние в возрасте до четырнадцати лет вправе самостоятельно совершать мелкие бытовые сделки (статья 27). Таким образом, малолетний вправе совершить с торговым автоматом сделку, попадающую под критерии мелкой бытовой, например, купить напиток, шоколад. Вместе с тем в России применяются вендинговые автоматы, которые осуществляют продажу достаточно дорогих товаров, например, продажу линз (линзомат), стоимость линз одного из знаменитых брендов составляет более 8 тысяч рублей. В таких случаях заключение сделки малолетним, на наш взгляд, не может рассматриваться как совершение мелкой бытовой сделки. Конечно, мелкая бытовая сделка является оце-

ночным понятием [10] и устанавливается в каждом конкретном случае с учетом размера сделки и целей покупки товара [11, с. 19]. Вместе с тем, предполагаем, что заключение малолетним сделки по покупке дорогостоящих линз может выходить за пределы его дееспособности.

Во избежание споров о признании таких сделок недействительными, учитывая возрастающую роль научно-технического прогресса, представляется возможным либо убрать из продажи вендинговыми автоматами дорогостоящие товары, либо предусмотреть для автоматов механизм идентификации возраста покупателя.

3. Зависимость российского и белорусского рынка от зарубежных производителей вендинговых автоматов.

С каждым годом в России количество вендинговых аппаратов (торговых автоматов) увеличивается. Однако наличие вендингового оборудования российских производителей на рынке невелико. Как отмечают специалисты, при росте продаж торговых автоматов на российском рынке вендинга сформировалась импортоориентированная модель: более 95 % рынка составляет продукция зарубежных производителей [12].

Также и в Республике Беларусь преимущественно используются вендинговые автоматы производства Нидерланды, Китая, Италии и других стран.

4. Большая разница с ценами в магазинах розничной торговли.

Как указывается на сайте продавца вендинговых автоматов начинающим вендерам: в снековом автомате цены должны быть выше магазинных, иначе от торговли не будет ощутимого экономического эффекта. Например, если говорить о горячих напитках, то наценка обычно составляет 300–500 %. Наценка на остальную продукцию, как правило, держится в пределах от 30 до 50 % [13].

Кроме того, высокие расходы на обслуживание вендинговых автоматов, поломки и кражи автоматов тоже приводят к тому, что цены на товары, продаваемые с помощью торговых автоматов, на 15–20 % выше обычных.

Таким образом, повышенные цены на товары, по сравнению с ценами в обычных магазинах, компенсируется удобством торговли через вендинговый аппарат.

5. Отсутствие привычки у граждан покупать в вендинговых автоматах.

Возрастающая тенденция осуществления розничной купли-продажи товаров с использованием вендинговых автоматов, установленных в доступных местах для потребителя без постоянного присутствия продавца, сама по себе экономически выгодна продавцу. Однако по данным социологических исследований граждан 25,6 % опрошенных готовы покупать товары в вендинговых автоматах; 47,5 % готовы покупать при условии удобного расположения автомата [14, с. 1042]. Поэтому большинство граждан предпочитают приобретать товары в супермаркетах, магазинах, а покупки же через торговые автоматы осуществляют в связи с близким и удобным расположением.

6. Большой перечень товаров, реализация которых посредством вендинговых автоматов запрещена.

Следует отметить, что в Российской Федерации через торговые автоматы запрещено продавать товары, перечень которых нормативно утвержден (сигареты, вино, лекарства и другие). Так, Федеральным законом от 22 декабря 2008 г. № 268-ФЗ «Технический регламент на табачную продукцию» [15] не предусматривает торговлю через вендинговые автоматы на табачные изделия, то есть продукты, полностью или частично изготовленные из табачного листа в качестве сырьевого материала, приготовленного таким образом, чтобы использовать для курения, сосания, жевания или нюханья.

В Республике Беларусь также имеются ограничения по продаже определенных видов товаров через вендинговые автоматы. Так, в соответствии со статьей 11 Закона Республики Беларусь от 27 августа 2008 г. № 429-З «О государственном регулировании производства и оборота алкогольной, непивной спиртовой содержащей продукции и непивной этилового спирта» [16], розничная торговля алкогольными напитками с использованием торговых автоматов запрещается. Также запрещена продажа и табачных изделий с применением торговых автоматов и иных электронных устройств (п. 33 Декрета Президента Республики Беларусь 24 января 2019 г. № 2) [17].

Вместе с тем, в европейских странах продажа табачной продукции взрослому населению возможна и через вендинговые автоматы. Например, в Австрии в городах установлены вендинговые автоматы по продаже табачной продукции. Для ограничения продажи несовершеннолетним правительство Австрии ввело использование идентификационных карт, подтверждающих возраст покупателя. Аналогичные автоматы также используются на территории почти всех стран, входящих в Европейский Союз.

7. Применение в устройстве вендингового автомата контрольно-кассовой техники (ККТ).

В настоящее время организации и индивидуальные предприниматели, осуществляющие торговлю с использованием торговых автоматов, обязаны применять в составе таких торговых автоматов контрольно-кассовую технику (ККТ). При этом положения пункта 5.1 статьи 1.2 Федерального закона от 22.05.2003 № 54-ФЗ «О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении расчетов в Российской Федерации» [18] предоставляют возможность владельцам торговых автоматов применять модель «удаленной фискализации», то есть использовать один кассовый аппарат для множества таких автоматов [19].

Не вдаваясь в подробное описание технических возможностей владельца торгового автомата по оснащению торгового автомата онлайн-кассой для вендинга, отметим, что для соответствия законодательству о применении ККТ при вендинговой торговле, продавец несет дополнительные расходы для оснащения торгового автомата таким оборудованием. Как отмечается в юридической литературе, такая ситуация возникает из-за того, что производители вендингового оборудования за рубежом не предусматривают в автоматах такой функции. Поэтому в настоящее время в России спросом пользуются услуги по переоборудованию вендинговых автоматов новыми онлайн-кассовыми аппаратами.

Сравнительный анализ положений законодательства, регулирующего продажу товаров через вендинговые автоматы, в Российской Федерации и Республике Беларусь показал сходство норм Гражданского кодекса Республики Беларусь и Российской Федерации о продаже товаров с использованием автоматов.

Следует отметить, что, несмотря на трудности вендинга в России и Беларуси становится больше. С каждым годом количество новых автоматов увеличивается. С развитием технологий, охватывающих искусственный интеллект и роботов, в мире появляются торговые автоматы, которые выдают такие разнообразные товары, как канцелярские принадлежности, закуски, корма для домашних животных, тонер-картриджи и другие. Вендинг в настоящее время смело можно назвать перспективным направлением торговли в России и Беларуси. Новые способы продажи технологически упрощают процедуру приобретения товаров, экономят время. Однако правовое регулирование не всегда успевает за развитием бизнес-индустрии.

Список литературы

1. Обзор рынка вендинга в России и мире [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://iot.ru/ritye/obzor-rynka-vendinga-v-rossii-i-mire>. – Дата доступа: 05.07.2020.
2. Вендинг в России – год 2019 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://veq.ru/catalog/kolonka-redakciy/doc/6375>. – Дата доступа: 05.07.2020.
3. Сазанович, А. А. Вендинг в Республике Беларусь / А. А. Сазанович, А. В. Станкевич, С. В. Фомин // Тенденции развития юридической науки в Беларуси (к 80-летию Белорусского государственного экономического университета и 15-летию факультета права БГЭУ), Минск, 19–20 ноября 2013 г. – Минск : БГЭУ, 2013. – С. 132–133.
4. Канцер, Ю. Вендинг по-русски / Ю. Канцер // ЭЖ-Юрист. – 2014. – № 19. – С. 4.
5. ГОСТ Р 51303-2013 «Национальный стандарт Российской Федерации. Торговля. Термины и определения» : утв. Приказом Росстандарта от 28.08.2013 № 582-ст. – М. : Стандартинформ, 2014.
6. Государственный стандарт Республики Беларусь «Торговля. Термины и определения» СТБ 1393-2003 [Электронный ресурс] : Постановление Комитета по стандартизации, метрологии и сертификации при Совете Министров Республики Беларусь от 28.04.2003 № 22 // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2020.
7. Вендинг в России – год 2019 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://veq.ru/catalog/kolonka-redakciy/doc/6375>. – Дата доступа: 07.08.2020.
8. Лебедева, А. А. Торговля через вендинговые автоматы в современной России / А. А. Лебедева // Безопасность бизнеса. – 2017. – № 5. – С. 8–12.
9. О государственном регулировании торговли и общественного питания в Республике Беларусь [Электронный ресурс] : Закон Республики Беларусь от 8 января 2014 г. № 128-3 // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2020.
10. Лукьяненко, М. Ф. Оценочные понятия гражданского права: разумность, добросовестность, существенность / М. Ф. Лукьяненко. – М. : Статут, 2010. – 423 с.
11. Кириченко, О. В. К вопросу о юридической природе мелкой бытовой сделки / О. В. Кириченко // Юрист. – 2015. – № 9. – С. 17–21.
12. Рынок торговых автоматов в России – 2018. Показатели и прогнозы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://marketing.rbc.ru/research/37007/>. – Дата доступа: 05.07.2020.
13. Часто задаваемые вопросы начинающих вендеров [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://vendmarket.net/newbie-faq/>. – Дата доступа: 05.07.2020.
14. Антипин, Ф. А. Вендинговая торговля в России: анализ и перспективы развития / Ф. А. Антипин // Российское предпринимательство. – 2016. – Т. 17, № 8. – С. 1037–1048.
15. Технический регламент на табачную продукцию : Федеральный закон от 22 декабря 2008 г. № 268-ФЗ // Собрание законодательства РФ. – 2008. – № 52 (ч. 1). – Ст. 6223.
16. О государственном регулировании производства и оборота алкогольной, пищевой спиртосодержащей продукции и непищевого этилового спирта [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь от 27 авг. 2008 г. № 429-3 // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2020.
17. Об изменении декретов Президента Республики Беларусь [Электронный ресурс] : Декрет Президента Респ. Беларусь, 24 янв. 2019 г., № 2 // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2020.
18. О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении расчетов в Российской Федерации : Федеральный закон от 22.05.2003 № 54-ФЗ // Собрание законодательства РФ. – 2003. – № 21. – Ст. 1957.

19. Письма Минфина России от 03.07.2019 № 03-01-15/48731, от 27.06.2019 № 03-01-15/47319, от 24.06.2019 № 03-01-15/45957 // СПС КонсультантПлюс. – 2020.

FEATURES OF THE VENDING TRADE DEVELOPMENT IN THE RUSSIAN FEDERATION AND THE REPUBLIC OF BELARUS

The article examines the problems of sale and purchase of goods through vending machines, as well as the advantages of this type of trade. The article provides a comparative analysis of the provisions of legislation regulating the sale of goods through vending machines in the Russian Federation and the Republic of Belarus. The author notes the similarity of the legislative provisions of the Civil code of the Republic of Belarus and the Russian Federation on the sale of goods using automatic machines. The study of the main problems of the legal and other nature of the implementation of vending trade, the development of recommendations for improving the organizational and legal mechanism for the development of vending trade are the main purpose of this work. The author notes that the development of technologies covering artificial intelligence and robots increases vending trade in the world. In addition to the advantages of vending trade, there are problems with its implementation: climatic conditions, gaps in the legal regulation of vending trade, the dependence of the Russian and Belarusian markets on foreign manufacturers of vending machines, a big difference with prices in retail stores, the lack of habit among citizens to buy from vending machines, a large list of goods, the sale of which through vending machines is prohibited, use in the device of the vending machine of cash register equipment. The author concludes that vending trade requires a proper legal framework for regulating relations, Russian legislation doesn't keep up with the development of the vending business. The developments contained in the article are applicable for further improvement of legislation regulating the sale of goods using automatic machines, as well as in the legal work of commercial and other organizations.

Keywords: vending, vending machine, retail trade, legal regulation of vending, contactless transactions, invalidity of transactions.

УДК 347

В. С. Каменков

ГОТОВО ЛИ ПРАВО ПРОТИВОСТОЯТЬ ВИРУСНЫМ И ИНЫМ ИНФЕКЦИЯМ?

Проанализированы действующее в Республике Беларусь законодательство, регулирующее общественные отношения в области медицины и здравоохранения по обеспечению противодействия вирусным и иным инфекционным заболеваниям.

Рассматриваются понятия инфекционных заболеваний, правовое регулирование борьбы с ними, согласованность в действиях государственных органов и соседних государств, имеющие основные источники и уровни ее правового обеспечения, иные факторы, влияющие на комплекс правового регулирования этих вопросов. Автор обращает внимание читателей на наличие таких проблем, как недостаточная разработка необходимой правовой базы для эффективной борьбы с инфекциями; необходимость дальнейшего совершенствования этого законодательства на основе серьезных продолжающихся научных исследований, которых явно недостаточно; отсутствие надлежащей координации между государствами-соседами по согласованию мер, направленных на предупреждение завоза, распространения и ликвидацию на таможенной территории ЕЭС инфекционных и массовых неинфекционных болезней (отравлений), опасных для здоровья человека, последствий чрезвычайных ситуаций, а также актов терроризма с применением биологических агентов, химических и радиоактивных веществ. Отстаивается идея о необходимости разра-