
ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

© 2012 Ю.С. Кубкина

Южный федеральный университет, г. Ростов-на-Дону

E-mail: juliasapel@gmail.com

Рассматриваются роль и направления развития электронной коммерции в современной мировой экономике и экономике Российской Федерации, преимущества и недостатки ее осуществления. Проведен анализ правовой базы регулирования электронной коммерции. Дан прогноз направления развития электронной коммерции в ближайшей перспективе.

Ключевые слова: электронная коммерция, электронный бизнес, электронная торговля, правовая основа.

История электронной коммерции берет начало с 60-х гг. XX в. и характеризуется внедрением системы бронирования авиабилетов. Далее ее развитию способствуют создание систем управления запасами, появление компьютерных сетей и систем передачи данных, платежных карт и других систем электронных платежей, а также коммерциализация сети Интернет.

Появление новых информационных технологий оказывает сильное влияние на все области жизни современного общества. Для развития электронной коммерции важным фактором является рост числа пользователей сети Интернет. По данным мировой статистики, на 2011 г. в мире насчитывается 2,1 млрд. чел., использующих интернет-технологии. В России эта цифра составляет 59,7 млн. чел., что соответствует 43 % распространения Интернета среди российского населения. В целом, по России интернет-аудитория за последние 8 лет увеличилась в 5 раз¹.

Термин “электронная коммерция” может употребляться в двух смыслах - широком и узком.

В широком смысле электронная коммерция - это любая экономическая деятельность, включающая использование электронных информационных технологий.

В узком смысле это коммерческая деятельность по купле/продаже товаров или услуг в сети Интернет с целью получения прибыли.

С точки зрения употребления термина “электронная коммерция” в широком смысле можно рассматривать ее идентичность термину “электронный бизнес”, поскольку Большой экономический словарь трактует бизнес как “любую экономическую деятельность, направленную на получение прибыли”².

Употребление понятия “электронная торговля” соответствует термину “электронная коммер-

ция” в узком смысле, подразумевая только покупку/продажу товаров или услуг в сети Интернет, заменяя и дополняя традиционные способы взаимодействия покупателей и продавцов, перенося их в электронное пространство.

Исходя из того, что на данный момент в большинстве случаев понятие “электронная коммерция” применяется ко всей экономической деятельности, связанной с использованием информационных технологий, следует уточнять, в каком смысле, узком или широком, оно употребляется в том или ином контексте.

Доступ к электронному информационному обмену позволяет существенно повысить эффективность деятельности экономических субъектов за счет снижения транзакционных издержек, уменьшения времени для организации сделки, а также обеспечивает быстроту и точность получения информации, высокую скорость финансовых расчетов, позволяет уменьшить расходы на доставку (главным образом для товаров, которые могут быть получены электронным способом), улучшить анализ рынка и стратегическое планирование, дает большие возможности для маркетинговых исследований, а также одинаковый доступ к рынку как для крупных корпораций, так и для небольших фирм. Рамки электронной коммерции определяются не географическими или национальными границами, а распространением компьютерных сетей. Поскольку самые важные сети являются глобальными, электронная коммерция позволяет даже самым мелким предприятиям достигать глобального присутствия и заниматься бизнесом в мировом масштабе.

Помимо несомненных преимуществ, осуществление электронной коммерции несет ряд недостатков как для отдельного потребителя, так

и для общества в целом. К ним относятся: несовершенство законодательной базы в области электронной коммерции; привлекательная среда для мошенничества; необходимость обеспечения достаточного уровня безопасности; снижение конкурентоспособности коммерческих предприятий, не имеющих представительства в электронном пространстве; возможность уклонения от уплаты налогов в бюджет государства.

Многие авторы, обращаясь к теме развития электронной коммерции, говорят о неразвитости правовой базы в данной сфере экономических отношений. Безусловно, правовое регулирование торговли в Интернете далеко от совершенства. Однако не стоит драматизировать существующую ситуацию. Если покупатель виртуальных товаров находится в России (и неважно, иностранец он или российский гражданин), то он всегда может обратиться к Закону “О защите прав потребителей”³, причем независимо от гражданства продавца. Если продавец - российское юридическое лицо, то в этом случае сделка будет полностью регламентирована нормами законодательства Российской Федерации. Если продавец - иностранная компания, то вопрос решается несколько сложнее. Конечно, существует проблема идентификации субъекта в Интернете: сервер может физически находиться в одной стране, размещать информацию компании из другой страны, в то время как контрагент по этой сделке находится в третьей, а доставка продукции осуществляется из четвертой и т.д. Однако, если торгующая организация является добросовестным участником экономических отношений, она, естественно, разместит о себе максимально полную и правдивую информацию, включая регистрационные данные и местонахождение. В любом случае покупатель всегда сам может решить, достаточно ли опубликованной информации о продавце и стоит ли иметь с ним дело.

Законы, относящиеся к осуществлению сделок, во всех странах различны, и когда сделку заключают представители разных государств, всегда возникает вопрос, каким правом решать конфликты между сторонами. Этот вопрос возникает с тех пор, как возникло понятие международной торговли. А регулирование международных торговых отношений складывалось веками, и нормы международного права вполне определенно способствуют решению таких конфликтов. Уже давно существуют международные догово-

ры, регламентирующие торговые отношения. В этих договорах нет еще документов, описывающих электронную торговлю, но она принципиально не отличается от, например, заказов по телефону или по каталогу.

Если говорить о российском законодательстве и порядке заключения сделок, то следует отличать простую письменную форму сделки от ее “бумажного” оформления. Гражданский кодекс Российской Федерации не требует, чтобы сделка непременно была отражена на бумажном носителе. Пункт 1 ст. 160 Гражданского кодекса⁴ указывает лишь на то, что сделка должна быть совершена путем составления документа, а на бумаге этот документ или нет - закон не упоминает. Кроме того, следующий пункт этой же статьи допускает использование “электронно-цифровой подписи либо иного аналога собственноручной подписи в случаях и в порядке, предусмотренных законом, иными правовыми актами или соглашением сторон”.

Далее российский Гражданский кодекс утверждает, что “Договор в письменной форме может быть заключен путем составления одного документа, подписанного сторонами, а также путем обмена документами посредством почтовой, телеграфной, телетайпной, телефонной, электронной или иной связи, позволяющей достоверно установить, что документ исходит от стороны по договору” (п. 2 ст. 434). Также согласно российскому Гражданскому кодексу письменный договор может быть вообще не “написан”, если лицо, получившее оферту, выполняет указанные в ней условия (например, производит оплату, указывает ассортимент, наименование товара, адрес доставки). “...Могут совершаться устно все сделки, исполняемые при самом их совершении...” (п. 2 ст. 159). Так может происходить, например, доступ ко всякого рода базам данных или покупка программного обеспечения: покупатель производит платеж и сразу же получает доступ к интересующей информации или скачивает необходимые файлы.

Если рассматривать правовые нормы, регламентирующие именно виртуальную торговлю, то и здесь нет правового вакуума: помещение на сервере информации о предлагаемых товарах предстанет как публичная оферта (ст. 494), а к заключаемым договорам применимы правила продажи товаров по образцам (ст. 494), которые существовали и до принятия действующего Граж-

данского кодекса: Постановление Правительства РФ “Об утверждении Правил продажи товаров по образцам”⁵ и Постановление Правительства РФ “Об утверждении Правил продажи товаров по заказам и на дому у покупателей”⁶.

Итак, российское законодательство имеет определенные средства для регулирования проводимой в Интернете коммерческой деятельности. Следовательно, заключенные через Сеть сделки никак нельзя рассматривать как изначально недействительные, и стороны имеют полное право отстаивать в суде свои интересы по “виртуальным” договорам. И не видно никаких правовых препятствий к тому, чтобы российские судебные органы могли применять в своей практике используемые в Интернете электронные документы (например, рассматривать e-mail-сообщение как улику или доказательство). Другое дело, что работники российских судов еще, возможно, морально и технически не готовы к такому переходу, и им проще решать дела “в соответствии с существующим правосознанием”⁷.

Следует, однако, отметить, что Высший арбитражный суд уже давно выработал рекомендации о возможности подтверждения обстоятельств дела доказательствами, изготовленными и подписанными с помощью средств электронно-вычислительной техники, в которых использована система цифровой (электронной) подписи.

Кроме Гражданского кодекса и Закона “О защите прав потребителей”, существует ряд других законодательных актов, призванных регулировать экономические отношения в сфере электронной торговли.

Федеральный закон “Об электронной подписи”⁸ регулирует отношения в области использования электронных подписей при совершении гражданско-правовых сделок, оказании государственных и муниципальных услуг, исполнении государственных и муниципальных функций, при совершении иных юридически значимых действий.

Федеральный закон “О связи”⁹ устанавливает правовые основы деятельности в области связи на территории Российской Федерации, определяет полномочия органов государственной власти в области связи, а также права и обязанности лиц, участвующих в указанной деятельности или пользующихся услугами связи.

Федеральный закон “Об информации, информационных технологиях и о защите информации”¹⁰

регулирует отношения, возникающие при осуществлении права на поиск, получение, передачу, производство и распространение информации; при применении информационных технологий; обеспечении защиты информации. Положения данного закона не распространяются на отношения, возникающие при правовой охране результатов интеллектуальной деятельности и приравненных к ним средств индивидуализации.

Существовавшие два закона, Федеральный закон “Об авторском праве и смежных правах”¹¹ и Федеральный закон “О правовой охране программ для электронных вычислительных машин и баз данных”¹², ныне утратили силу. Теперь экономические отношения, возникающие в данной сфере, регулируются четвертой частью Гражданского кодекса, разд. 7 “Права на результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации”¹³.

Осуществление электронной коммерции было бы затруднено без существования банковских платежных карт. Соответственно, также было принято несколько законов, регулирующих данную сферу деятельности: Положение Банка России “Об эмиссии банковских карт и об операциях, совершаемых с использованием платежных карт”¹⁴, Положение ЦБ РФ “О порядке эмиссии кредитными организациями банковских карт и осуществления расчетов по операциям, совершаемым с их использованием”¹⁵.

Продажа товаров населению по безналичным расчетам посредством кредитных карточек подпадает под действие Закона Российской Федерации “О применении контрольно-кассовых машин при осуществлении денежных расчетов с населением”¹⁶.

Также в соответствии с Законом Российской Федерации “О защите прав потребителей” Правительство Российской Федерации утвердило Правила продажи товаров дистанционным способом¹⁷.

Что касается зарубежного законодательства в области регулирования электронной коммерции, то сразу можно назвать типовой закон ЮНСИТРАЛ об электронной торговле, принятый ООН в 1996 г. Сфера действия данного закона распространяется на любую информацию, представленную в цифровом либо аналоговом виде и используемую в торговой деятельности. Закон призван регулировать договорные и недоговорные отношения, связанные с осуществлением следующих

сделок (но не ограничиваясь ими): любые торговые сделки о поставке товаров или услуг или обмену товарами или услугами; дистрибьюторские соглашения; торговое представительство и агентские отношения; факторинг; лизинг; консалтинг; инжиниринг; купля-продажа лицензий; инвестирование и финансирование; банковские услуги; страхование; соглашение об эксплуатации и концессии; совместная деятельность и другие формы промышленного или предпринимательского сотрудничества; перевозка товаров и пассажиров воздушным, железнодорожным и автомобильным транспортом.

В США электронная коммерция регулируется Федеральным законодательством, а также законодательствами штатов. А в Европейском союзе было выпущено несколько директив: Директива 95/46/ЕС, Директива 97/7/ЕС, Директива 97/66/ЕС, Директива 2000/31/ЕС, Директива 2002/58/ЕС.

Итак, способствуя глобализации, размытию национальных границ, ускорению информационного обмена, электронная коммерция представляет собой одну из главных мировых тенденций экономического развития. Экономический эффект от использования технологий электронной коммерции имеет положительный рост, и, несомненно, уже сейчас данная сфера деятельности стала неотъемлемой частью жизни общества.

¹ Сайт мировой интернет-статистики. URL: <http://www.internetworldstats.com>.

² Азрилиян А.Н. Большой экономический словарь / под ред. А.Н.Азрилияна. М., 2008.

³ О защите прав потребителей : закон РФ от 7 февр. 1992 г. № 2300-1.

⁴ Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30 нояб. 1994 г. № 51-ФЗ : [ред. от 6 дек. 2011 г.] [с изм. и доп., вступающими в силу с 1 июля 2012 г.].

⁵ Об утверждении Правил продажи товаров по образцам : постановление Правительства РФ от 19 авг. 1994 г. № 970.

⁶ Об утверждении Правил продажи товаров по заказам и на дому у покупателей : постановление Правительства РФ от 20 февр. 1995 г. № 169.

⁷ Гражданский процессуальный кодекс Российской Федерации от 14 нояб. 2002 г. № 138-ФЗ.

⁸ Об электронной подписи : федер. закон от 6 апр. 2011 г. № 63-ФЗ : [ред. от 1 июля 2011 г.].

⁹ О связи : федер. закон от 7 июля 2003 г. № 126-ФЗ : [ред. от 8 дек. 2011 г.].

¹⁰ Об информации, информационных технологиях и о защите информации : федер. закон от 27 июля 2006 г. № 149-ФЗ : [ред. от 6 апр. 2011 г.].

¹¹ Федеральный закон "Об авторском праве и смежных правах" утратил силу с 1 янв. 2008 г.

¹² Федеральный закон "О правовой охране программ для электронных вычислительных машин и баз данных" утратил силу с 1 янв. 2008 г.

¹³ Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 18 дек. 2006 г. № 230-ФЗ : [ред. от 8 дек. 2011 г.].

¹⁴ Об эмиссии банковских карт и об операциях, совершаемых с использованием платежных карт : положение Банка России от 24 дек. 2004 г. № 266-П.

¹⁵ О порядке эмиссии кредитными организациями банковских карт и осуществления расчетов по операциям, совершаемым с их использованием : положение ЦБ РФ от 9 апр. 1998 г. № 23-П.

¹⁶ О применении контрольно-кассовых машин при осуществлении денежных расчетов с населением : закон Рос. Федерации от 18 июня 1993 г. № 5215-1.

¹⁷ Об утверждении Правил продажи товаров дистанционным способом : постановление Правительства РФ от 27 сент. 2007 г. № 612.

Поступила в редакцию 05.04.2012 г.