

К ВОПРОСУ О ПРАВОВОМ РЕГУЛИРОВАНИИ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ

ON THE ISSUE OF LEGAL REGULATION OF ELECTRONIC COMMERCE

N. Orekhova

Summary. The article discusses current issues and problems of regulation of electronic commerce, which has been developing more and more actively in recent years. It is accompanied by many problems and factors that require the elaboration of a high-quality system of legislative regulation. In particular, the article examines the problems of regulating marketplaces, provides a critical overview of a possible draft law currently being considered by the government of the Russian Federation. The difficulties and specifics of the application of legislation on violations of personal data and the protection of cryptographic cryptography and personal data of market participants are also identified. It is concluded that it is necessary to improve and increase the transparency of legislation in the field of electronic commerce, taking into account the balance of interests of all market participants.

The purpose of the article is to study the problems related to the legal regulation of electronic commerce.

Keywords: e-commerce, commerce, identity identification, marketplaces, regulation, problems.

Орехова Наталья Леонидовна

кандидат юридических наук, доцент, Северо-Западный институт управления — филиал РАНХиГС при Президенте РФ (г. Санкт-Петербург)
nataliaorekhova@bk.ru

Аннотация. В статье рассмотрены актуальные вопросы и проблемы регулирования электронной торговли, которая в последние годы развивается все более активно. Она сопровождается множеством проблем и факторов, требующих проработки качественной системы законодательного регулирования. В частности, в статье рассмотрены проблемы регулирования маркетплейсов, представлен критический обзор возможного законопроекта, рассматриваемого в настоящее время правительством Российской Федерации. Также определены сложности и специфика применения законодательства о нарушениях персональных данных и защиты криптографической криптографии и личных данных участников рынка. Сделан вывод о необходимости улучшения и повышения прозрачности законодательства в области электронной торговли, учитывающего баланс интересов всех участников рынка. *Цель статьи:* исследование проблем, связанных с правовым регулированием электронной торговли.

Ключевые слова: электронная торговля, коммерция, идентификация личности, маркетплейсы, регулирование, проблемы.

В настоящее время электронная торговля набирает значительные обороты. Она развивается фактически во всём мире, благодаря новым технологиям, онлайн системам продаж, возможностям проведения расчётов в сети, минуя банки.

Электронная торговля может быть представлена разными вариантами, которые в базовом определении разделяют ее на следующие модели [1]:

1. b2b,
2. b2c;
3. c2c.

Первый тип торговых отношений осуществляется между организациями или другими юридическими лицами.

Второй вариант, когда организация реализует товары физическим лицам;

Третий, когда взаимодействуют между собой физические лица.

При этом, каждая система обладает свойственной ей правовой регламентацией, которая включает в себя

основы законодательства, регулирующего торговые отношения в целом, соблюдение прав участников электронного взаимодействия, а также безопасность проводимых сделок.

Кроме того, стоит подчеркнуть, что в настоящее время появилось множество разных форматов проведения торговых операций в электронном виде, преимущество среди которых принадлежит маркетплейсам [2].

Именно маркетплейсы представляют собой площадки с набором огромного количества товаров и услуг, на которых принимают участие множество продавцов из разных стран, реализуемых их в онлайн режиме.

Таким образом, лицо, находящееся в одном городе может приобретать товары у производителей не только из другого города, но и другой страны. При этом, данные операции подлежат нормативному регулированию.

Регулирование электронной торговли следует разделить на несколько подсистем.

В первую очередь, это регулирование, касающееся непосредственно самих торговых отношений, которые

установлены федеральным законодательством о торговле, а также деятельности маркетплейсов и набором законодательных актов, составленных в рамках ЕАЭС при перемещении товаров и страны в страну через территорию союза. В этом контексте регламентируются договорные основы и правовые аспекты продаж и проведения электронных расчётов, а также защиты персональных данных в сфере электронного бизнеса.

Кроме того, здесь имеет место специфика рекламы в сети интернет, антимонопольные и иные аспекты действия онлайн-платформ и экосистем.

Так, Федеральный закон «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» [3], устанавливает методы регулирования торговой деятельности и правовые отношения в области торговли. Он касается и проведения торговли в электронном виде, а потому подлежит обязательному исполнению участниками этого рынка.

Данный закон устанавливает требования к отношениям, связанным с реализацией разных видов товаров на рынках, а также устанавливает полномочия Правительства РФ в области государственного регулирования торговли. В нём приводится методика расчёта и порядок установления субъектами Российской Федерации минимальной обеспеченности населения площадью торговых объектов, также перечень товаров, которые подлежат обязательной маркировке.

При этом стоит отметить, что маркировка и идентификация товаров является вопросом, который сопровождает и электронные продажи.

Основой нормативного регулирования системы маркировки товаров в России является Федеральный закон № 487-ФЗ от 31 декабря 2017 г. «О внесении изменений в статью 4.7 Федерального закона «О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием электронных средств платежа» и статьи 5 и 8 Федерального закона «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» [4].

Согласно данному закону Правительство РФ вправе устанавливать дополнительный обязательный реквизит кассового чека или бланка строгой отчетности — «код товара», определяемый Правительством Российской Федерации и позволяющий идентифицировать товар или код товарной номенклатуры.

Статья 2 внесла дополнения в Федеральный закон от 28 декабря 2009 года № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Рос-

сийской Федерации», а также ввела понятие маркировки товаров, определив ее цели и задачи, установив запрет на оборот немаркированных товаров.

Еще одним документом, регламентирующим порядок маркировки товаров, выступает Распоряжение Правительства РФ № 792-р от 28 апреля 2018 г. В нем приведен перечень товаров подлежащих обязательной маркировке [4].

Согласно законодательства, в 2024 году все представители розничного звена должны иметь сопряженные с контрольно-кассовой техникой сканеры двухмерных кодов Data Matrix, и заключить договор с оператором фискальных данных о передаче документов по маркированной продукции в систему Честный ЗНАК». Это касается и участников рынка электронной торговли.

В последние годы Правительство Российской Федерации ведёт значительную работу над регулированием деятельности маркетплейсов. Их деятельность развивается быстрыми темпами, а отдельного закона, регулирующего их функционирование в настоящее время нет.

При этом работа маркетплейсов сопровождается огромным количеством исков, поступающих от продавцов к потребителям и платформам, а также и покупателям маркетплейсов.

В настоящее время отношения внутри маркетплейсов выстраиваются на Законе «О защите прав потребителей» [5] и ФЗ «О конкуренции» [6]. Однако понятие маркетплейс, как таковое в законах отсутствует, а значит и применение договорных отношений также не всегда возможно.

В настоящее время Правительство РФ ведет работу над законом, регламентирующим работу маркетплейсов. Планируется, что будет снят запрет на продажу собственных товаров с оборотом более 150 млрд руб.

Кроме того, планируется что данным законом будет предусмотрен размер комиссии продавцов, который не может пересматриваться чаще, чем один раз квартал, что оценивается, как значительное повышение финансовой нагрузки на продавцов.

Предполагается и исключение ограниченности доступа к личным кабинетам продавцов и владельцев пунктов, что в целом вызывает определённые риски мошенничества и не добросовестных действий продавцов.

В тоже время, обязательность штрафов дает право возражать продавцам против списаний, проводимых маркетплейсами в автоматическом режиме, что также предполагает уравнение маркетплейсов с торговыми

сетями и в целом приводит к повышенной ответственности маркетплейсов именно за продаваемые товары.

Однако маркетплейсы являются лишь площадками для их распределения, а непосредственную ответственность несут сами продавцы. Кроме того, в этих условиях придётся проверять до продажи все партии, поступающие на склад, что в принципе противоречит бизнес-модели маркетплейса, и значительно увеличивает логистические расходы и повышает риски продавцов участников этих маркетплейсов. В целом, считается, что регулировать деятельность маркетплейса необходимо. Однако следует глубоко и качественно проводить анализ предлагаемых изменений, масштаб рынка, а также правила его работы.

Представленный законопроект, предлагаемый сформировать систему регулирования маркетплейса в имеющейся редакции снижает качество развития экономических отношений, угрожает в принципе существованию таких агрегаторов [7].

Особое недоумение вызывает норма об ответственности маркетплейса за недостатки товаров, которые он несёт наряду с продавцом. Агрегатор выступает стороной сделки купли-продажи и является местом ее заключения.

Таким образом, в настоящее время существует множество правовых недоработок, снижающих качество проведения электронных сделок в целом, и работы маркетплейсов. К тому же имеет место недостаток регулирования безопасности проводимых сделок для покупателей в онлайн сети.

Защита прав и участников электронной торговли, в определенной степени, установлена Законом «Об электронной цифровой подписи» [8]. Он предусматривает что использование электронных цифровых технических средств производится посредством закрепления подписей для идентификации сторон, которые принимают участие в данном соглашении. При этом цифровой формат торговли является допустимым при соблюдении определённых условий.

Цифровой договор обладает признаками удалённости, наличия точной идентификации сторон, заключающих сделку, а также полноты всех реквизитов, включая цифровой код и возможности использования договора на цифровом носителе. При этом, идентификация личности проводится по биометрическим показателям, которые определены Постановлением Правительства РФ № 2463 [9].

В отдельную группу ответственности в данном контексте относится платёжная информация о данных, ко-

торая также включается в состав персональных. Эта информация защищается указанным выше федеральном законом, а кроме того, регламентируется правилами General Data Protection Regulation, или Общими правилами защиты данных [10], определяющими отношения между владельцами личных данных и теми, кто их собирает, обрабатывает и использует в работе.

Стоит отметить, что все цифровые взаимодействия построены на технологии «блокчейн», которая не имеет четкой базы правового регулирования, что снижает устойчивость реализации прав участников данного процесса.

Кроме того, имеет место потребность в проработке правовой базы в части цифровых договоров и других элементов данной схемы в системе электронной торговли на практике.

Вторая проблема: наличие возможностей использования мошеннических схем в рамках электронной торговли, что снижает эффективность защиты и правового обеспечения безопасности участников рынка и повышает риски договоров, заключаемых в виртуальной сети.

Рассматривая более подробно первую группу проблем, стоит отметить, что в виду стремительного развития цифровых технологий, регулирование данного процесса не успевает за появлением новелл в определениях, связанных с цифровыми возможностями. Однако государство довольно быстро откликается на вызовы, с которыми сталкивается общество в рамках электронной торговли, что в целом позволяет выстроить определённую конструкцию правового регулирования, которая тем не менее имеет множество коллизий.

В частности, до сих просматривается необходимость приведения технологии «блокчейна» к единому консенсусу, о чем заявляют многие исследователи [11]. Данные вопросы регулярно обсуждаются на правовых юридических форумах и дискуссионных площадках.

Так на тематическом форуме «Обсерватория блокчейн», в части цифровых прав были выделены ряд причин, по которым необходимо совершенствовать систему правового законодательства данных технологий в Российской Федерации. При этом определено, что необходимо формировать максимально прозрачный и контролируемый широким кругом пользователей инструмент, обеспечивающий защиту хранимой информации, а также недопустимость псевдонимизации платформ, которые используются для заключения цифровых сделок в интернете.

Защита этих прав может быть обеспечена государством посредством использования им соответствующих

правовых инструментов, нацеленных на внедрение в систему законодательства оборота токенов.

В части решения второй проблемы должна быть разработана эффективная система защиты и правовое обеспечение возможности предотвращения мошенничества на рынке электронной коммерции. В этой связи, широкая возможность представляется в обеспечении правового механизма, связанного с формированием законодательства в сфере борьбы с киберпреступлениями.

Таким образом, целесообразно учитывать баланс между защитой прав и интересов граждан и обеспечением безопасности электронной торговли. Для этого стоит использовать следующие направления:

1. Разработка и внедрение механизмов защиты персональных данных физических лиц в цифровом

пространстве, включая законодательные и технические меры.

2. Создание образовательных программ и инициатив по цифровой грамотности, чтобы граждане были осведомлены о своих правах и обязанностях в электронной торговле.
3. Разработка механизмов для регулирования деятельности интернет-провайдеров и онлайн-платформ с целью защиты проводимых операций в рамках электронных продаж от незаконного контента.

Представленные меры позволят обеспечить безопасность и свободу электронной торговли, сохраняя при этом баланс между защитой прав продавцов и безопасностью всех участников рынка.

ЛИТЕРАТУРА

1. Головенчик Г.А. Сущность, классификация и особенности электронной коммерции // Наука и инновации. 2020. №4 (206). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/suschnost-klassifikatsiya-i-osobennosti-elektronnoy-kommertsii> (дата обращения: 29.06.2024).
2. Литвинов Е.А., Савинов Ю.А., Тарановская Е.В. Современное состояние и перспективы международной торговли на маркетплейсах // Российский внешнеэкономический вестник. 2021. №5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennoe-sostoyanie-i-perspektivy-mezhdunarodnoy-torgovli-na-marketpleysah> (дата обращения: 29.06.2024).
3. Федеральный закон от 28.12.2009 N 381-ФЗ (ред. от 25.12.2023) «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.04.2024) // <https://legalacts.ru/doc/federalnyi-zakon-ot-28122009-n-381-fz-ob/> / <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/71748800/>
4. Распоряжение Правительства РФ от 28.04.2018 N 792-р (ред. от 27.03.2024) «Об утверждении перечня отдельных товаров, подлежащих обязательной маркировке средствами идентификации» // https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_297114/26cdb7be00745ba8727bc131cfd01e77eb7b0a33/
5. Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 04.08.2023) «О защите прав потребителей» // https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/
6. Федеральный закон от 26.07.2006 N 135-ФЗ (ред. от 19.04.2024) О защите конкуренции // <https://sudact.ru/law/federalnyi-zakon-ot-26072006-n-135-fz-o/>
7. Новый проект о торговле через маркетплейсы внесен в Госдуму // <https://www.skolkovo.ru/researches/issledovanie-klyuchevyh-problem-pravovogo-regulirovaniya-rynka-elektronnoj-kommercii/>
8. Федеральный закон от 06.04.2011 N 63-ФЗ (ред. от 04.08.2023) Об электронной подписи (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.09.2023) // <https://sudact.ru/law/federalnyi-zakon-ot-06042011-n-63-fz-ob/>
9. Постановление Правительства РФ от 31.12.2020 N 2463 «Об утверждении Правил продажи товаров по договору розничной купли-продажи, перечня товаров длительного пользования, на которые не распространяется требование потребителя о безвозмездном предоставлении ему товара, обладающего этими же основными потребительскими свойствами, на период ремонта или замены такого товара, и перечня непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих обмену, а также о внесении изменений в некоторые акты Правительства Российской Федерации» // https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_373622/
10. Всеобщая декларация прав человека» (принята Генеральной Ассамблеей ООН 10.12.1948) // https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_120805/
11. Чепелевич, Е.В. Гражданско-правовое регулирование электронной торговли в Российской Федерации / Е.В. Чепелевич. — Текст: непосредственный // Молодой ученый. — 2024. — № 6 (505). — С. 223–225. — URL: <https://moluch.ru/archive/505/111123/> (дата обращения: 29.06.2024).

© Орехова Наталья Леонидовна (nataliaorekhova@bk.ru)

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»