

Имшенник Михаил Владимирович,
Санкт-Петербургский институт (филиал)
ФГБОУ ВО «Всероссийский государственный университет юстиции
(РПА Минюста России)», Санкт-Петербург, Россия

ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ИНТЕРНЕТ – ЭКВАЙРИНГА

Аннотация: Статья посвящена проблемам правового регулирования интернет-торговли и важнейшей ее составной части – интернет-площадок как технологической платформы, предназначенной для взаимодействия субъектов, определенных законом с целью заключения договора.

Ключевые слова: Интернет, торговля, правоотношения в сфере торговли, электронные торговые площадки, онлайн-продажи, торговые операции, договор.

Электронная коммерция непрерывно набирает обороты, становясь всё более популярной год от года. И хотя на первый взгляд может показаться, что торговля в сети Интернет свободна от каких-либо ограничений и законов, на самом деле это далеко не так. Ведение онлайн-бизнеса требует учета норм и правил как минимум двух важных правовых сфер: информационного и предпринимательского права.

Техническая сторона электронной коммерции носит свои специфические черты. Она включает в себя собственные регулятивные механизмы, такие как стандарты для обмена данными, системы доменных имен, универсальные идентификаторы, локаторы ресурсов и принципы работы интернет-провайдеров. Именно эти аспекты гарантируют стабильность и надежность функционирования электронной торговли.

Законодательство также играет ключевую роль в регулировании онлайн-торговли, определяя правовые рамки, внутри которых должны действовать продавцы и покупатели в интернете. Соблюдение этих законов является обязательным условием для любого, кто стремится вести эффективный и законный бизнес в сети.

Продажа товаров дистанционным способом, в частности через интернет-магазин, – это продажа по договору купли-продажи, заключаемому на основании ознакомления покупателя с предложенным продавцом описанием товара, содержащимся в каталогах, проспектах, буклетах, или иными способами, исключающими возможность непосредственного ознакомления покупателя с товаром, а также с использованием информационно-телекоммуникационной сети Интернет (п. 2 ст. 497 ГК РФ, Постановление Правительства РФ от 27.09.2007 № 612 «Об утверждении Правил продажи товаров дистанционным способом» [3], ст. 26.1 Закона от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей» [4]).

Электронная коммерция через интернет-магазины является разновидностью розничной торговли в современном мире цифровых технологий и глобализации. Взаимодействие между продавцами и покупателями осуществляется как через специализированные телемагазины, так и средствами компьютерных сетей.

Согласно определению, эквайринг – это процедура приема платежа банковской картой. Он может осуществляться за товар или услугу, а занимается его проведением банк-эквайер. Он заключает договор или соглашение с продавцом и предоставляет свои услуги по приему денежных средств, устанавливает и обслуживает платежные терминалы.

Интернет-эквайринг – это банковская услуга, заключающаяся в приеме платежей и переводе средств продавцу посредством использования банковских карт, пластиковых или виртуальных.



Для снижения бизнес-рисков, связанных с онлайн-торговлей, часто прибегают к интеграции интернет-маркетинга с традиционной оффлайн-торговлей. Такой подход позволяет эффективно использовать физические розничные точки, например, в качестве пунктов самовывоза товаров, что уменьшает проблемы с доставкой.

Интернет-магазины открывают перед продавцами и покупателями возможности ведения торговли с минимальными затратами и снятием пространственных ограничений. Платформы для онлайн-продаж наделяют продавцов инструментами для размещения информации о продукции на виртуальных витринах, стимулирования самостоятельного знакомства клиентов с ассортиментом. Это существенно сокращает издержки, связанные с арендой, содержанием торговых площадей и персонала. К тому же, интернет-пространство открывает доступ к неограниченной аудитории потенциальных потребителей, расширяя возможности для бизнеса.

Онлайн-шопинг представляет собой удобный и привлекательный способ покупок, который дополняет бытовые удобства многих семей в эпоху всеобщей цифровизации: нет необходимости лично посещать магазины, заказанный товар доставляется прямо до дверей, часто обладает более низкой ценой, а также предлагает широчайший выбор и упрощает процедуру поиска нужного товара.

Тем не менее, существуют и определенные сложности. Продавцы сталкиваются с риском возврата товара со стороны недовольных клиентов, задержками поставок – особенностью, часто свойственной небольшим компаниям, – а также угрозами кибербезопасности. Покупатели, в свою очередь, могут столкнуться с расхождением ожидаемого и полученного, увеличением времени доставки, риском предварительной оплаты, который усугубляется мошенническими схемами, не исключено несанкционированное использование личных данных. Вдобавок, процесс возврата полученного товара может быть затруднительным, а стоимость заказа может увеличиться из-за скрытых расходов на доставку, что особенно актуально для мелких покупок.

Правила, регламентирующие предпринимательскую деятельность интернет-магазинов, содержатся в пункте 5 [5] официальных Правил продажи товаров. Проблематика, которая вызывает беспокойство среди акторов интернет-торговли, касается особенностей налогообложения при трансграничных сделках в сети и государственной политики в области определения порогов для беспроцентных операций.

Существующие законодательные инициативы, направленные на обеспечение равных условий для осуществления онлайн-бизнеса и формирование критериев управления трансграничной электронной торговлей на территории Российской Федерации, исходят как от бизнеса сообщества, так и от государственных органов власти. Однако эти инициативы пока остаются на уровне предложений, и воплощение их в законодательную практику предположительно займет продолжительное время.

Рассмотрим тему установления юридической дефиниции термина «торговая площадка». Существуют определения, приравнивающие интернет-площадки к другим формам электронной коммерции, в числе которых электронные биржи, интернет-магазины и другие. Под электронной торговой площадкой понимают также интернет-сайт для совершения электронных закупок или унифицированный веб-портал закупок, предоставляющий доступ к информации о процедурах закупок и соответствующим электронным сервисам, если такое предусмотрено законами государства. Итак, электронную торговую площадку можно характеризовать как высокотехнологичную платформу, созданную для обеспечения взаимодействия участников рынка, которым законодательно предоставлено право заключать сделки.

В процессе торгов на электронных торговых площадках выделяют трех основных игроков: оператора площадки, заинтересованного покупателя и организатора торгов.



Программная основа такой площадки предназначена для обеспечения взаимодействия участников торгов. В большинстве случаев, организаторы или операторы платформы выступают как внешние стороны и могут участвовать в заключении сделки, что влияет на структуру договорных отношений.

Кроме главных участников, в процессе работы электронных площадок также могут принимать участие посреднические стороны. Их задачи могут включать ряд действий: размещение коммерческих предложений от имени клиентов, фактическую и юридическую подготовку заявок на покупку, обработку транзакций и прочие услуги, предоставляемые на основе программного обеспечения. Если эти третьи лица выполняют существенные для сделки функции, они могут приобрести статус стороны, ответственной за обязательства по договору. Следовательно, чтобы правильно применять гражданско-правовые нормы и регулировать отношения между организаторами торгов на электронной платформе и их клиентами, необходим детальный анализ выполняемых организатором функций.

Центральной фигурой в экосистеме электронных торгов является оператор торговой площадки. Основное определение оператора содержится в Соглашении о государственных (муниципальных) закупках, где оператор представлен как любое юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, действующий в рамках правового поля, заданного законодательством страны. Такой оператор владеет и управляет электронной площадкой, располагая всеми необходимыми техническими и программными средствами для её стабильной работы. В то же время, Федеральный закон «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» уточняет эту концепцию, ограничивая статус оператора исключительно юридическими лицами, в отличие от более широкого определения, приведенного в Соглашении.

Порядок и критерии для выбора операторов электронных торговых площадок регламентируются правительством Российской Федерации, что позволяет формировать официальный список утвержденных операторов. Для гарантирования стандартизации их работы, установлены специфические единые требования от федерального органа исполнительной власти, ответственного за контрактную систему закупок.

Для подтверждения права участия в электронных аукционах, операторы проводят процесс аккредитации заявителей, что регулируется статьей 61 Федерального закона №44 «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг» [2].

Существуют четкие юридические рамки, касающиеся документов, которые поставщики должны предоставлять оператору для участия в аукционе. Никакие дополнительные документы требовать недопустимо. При нарушении процедуры аккредитации операторы могут нести административную ответственность, в соответствии с частью 10 статьи 7.30 Кодекса об административных правонарушениях [1].

Также закон подробно описывает этапы аккредитации и основания для отказа в ней, дополнения к которым не допускаются. В случае отказа в аккредитации, участники аукциона имеют право подать заявку вновь после исправления недочетов, ставших причиной отказа.

Обязательства участника электронных аукционов включают немедленное информирование оператора электронной торговой площадки в случае любых изменений, касающихся его учредительных документов, что охватывает смену, утрату их действительности, а также аспекты, связанные с усиленной электронной подписью. Это может включать прекращение её действия или внесение изменений, а также выпуск новых доверенностей для действий от имени участника на аукционах. Помимо уведомления, он также обязуется предоставить обновлённые документы и соответствующую информацию.

Ответственность участников аукционов также распространяется на подлинность и достоверность предоставленной информации и электронной подписи. Они также обязаны



своевременно проинформировать оператора площадки о любых изменениях, связанных с документами или с электронной подписью – будь то замена или истечение срока ее действия.

После успешного процесса аккредитации на электронной торговой площадке участник аукциона получает право на участие в аукционах, которые проводятся на данной площадке в течение следующих трех лет. Это период начинается с момента, когда оператор торговой площадки уведомляет участника о решении аккредитовать его [6].

Оператор площадки несет ответственность за гарантирование доступа аккредитованных участников ко всем аукционам, которые проводятся на его площадке. Вдобавок, оператор должен обеспечивать оперативное размещение на электронной площадке новых документов и информации от участников, а также внесение изменений, если таковые имеют место быть. Важно отметить, что оператор фиксирует время и дату поступления таких документов и сведений.

Операторы торговых площадок, тем не менее, не наделены полномочиями проверять достоверность поданных документов или информации на соответствие законодательным требованиям Российской Федерации. Такая проверка на них не возлагается, и ответственность за точность представленных данных полностью лежит на участниках аукциона.

В рамках регулирования аккредитации на электронных торговых площадках, операторы несут ответственность за информирование участников электронных аукционов о предстоящем окончании срока их аккредитации, отправляя соответствующее уведомление за три месяца до истечения аккредитационного периода. Сами участники, в свою очередь, имеют право инициировать процесс повторной аккредитации за полгода до окончания их текущего аккредитационного срока.

Электронные торговые площадки, как правило, служат платформой для взаимодействия юридических лиц с государственными структурами при заключении различных видов контрактов и сделок. Тем не менее, данные площадки также предоставляют возможность для проведения торгов и сделок между физическими и юридическими лицами, организуя пространство для коммерческой активности с участием различных форм собственности.

Участие в контрактной системе закупок подразумевает активный обмен электронными документами. Участники взаимодействуют, подавая заявки и формируя конкурентные предложения для определения поставщика, подрядчика или исполнителя напрямую через единую информационную систему. Важным аспектом является использование усиленной электронной подписи для всех документов, подтверждающей их юридическую значимость и подлинность.

Электронные торговые площадки расширяют возможности участников, обеспечивая платформу как для открытых конкурсов, так и для закрытых процедур. Открытые конкурсы доступны для всех аккредитованных участников системы, обеспечивая прозрачность и равные возможности. Закрытые же аукционы ориентированы на избранный круг лиц, которым отправляются индивидуальные приглашения для участия, что подразумевает более регламентированный и ограниченный подход к конкурентному отбору.

Список литературы:

1. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях: федер. закон от 30.12.2001 № 195-ФЗ: [ред. от 30.12.2024] // Собр. Законодательства Рос. Федерации. – 2002. – № 1 (I). – Ст. 1.
2. Федеральный закон от 5 апреля 2013 г. № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» (в ред. от 30.11.2024) // Собрание законодательства РФ от 8 апреля 2013 г. № 14 ст. 1652.



3. Закон РФ от 7 февраля 1992 г. № 2300-I «О защите прав потребителей» (в ред. от 08.08.2024) // Российской газете от 7 апреля 1992 г.

4. Постановление Правительства РФ от 27.09.2007 № 612 (в ред. от 16.05.2020) «Об утверждении Правил продажи товаров дистанционным способом» // Собрание законодательства РФ. 2007. № 41. Ст. 4894.

5. Постановление Правительства РФ от 27.09.2007 № 612 (в ред. от 16.05.2020) «Об утверждении Правил продажи товаров дистанционным способом» // Собрание законодательства РФ. 2007. № 41. Ст. 4894.

6. Савельев А.И. Электронная коммерция в России и за рубежом: правовое регулирование. 2-е изд. М.: Статут, 2016. – 640 с.

References:

1. Code of the Russian Federation on Administrative Offenses: federal law of 30.12.2001 No. 195-FZ: [as amended on 30.12.2024] // Coll. Legislation of the Rus. Federation. – 2002. – No. 1 (I). – Art. 1.

2. Federal Law of 5 April 2013 No. 44-FZ "On the contract system in the sphere of procurement of goods, works, services for meeting state and municipal needs" (as amended on 30.11.2024) // Collected Legislation of the Russian Federation of 8 April 2013 No. 14 Art. 1652.

3. Law of the Russian Federation of February 7, 1992 No. 2300-I "On Protection of Consumer Rights" (as amended on August 8, 2024) // Rossiyskaya Gazeta of April 7, 1992

4. Resolution of the Government of the Russian Federation of September 27, 2007 No. 612 (as amended on May 16, 2020) "On Approval of the Rules for the Sale of Goods by Remote Means" // Collected Legislation of the Russian Federation. 2007. No. 41. Art. 4894.

5. Resolution of the Government of the Russian Federation of September 27, 2007 No. 612 (as amended on May 16, 2020) "On Approval of the Rules for the Sale of Goods by Remote Means" // Collected Legislation of the Russian Federation. 2007. No. 41. Art. 4894.

6. Saveliev A.I. Electronic Commerce in Russia and Abroad: Legal Regulation. 2nd ed. Moscow: Statut, 2016. – 640 p.

