

УДК 347.4

## Виды электронной торговли, осуществляемой посредством сети Интернет: вопросы теории

Попова Марина Владимировна, магистрант, Волгоградский институт управления — филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, [marino4ka.popova2001@mail.ru](mailto:marino4ka.popova2001@mail.ru)

В статье на основе анализа отечественных и зарубежных теоретических источников предпринята попытка классификации форм и способов электронной торговли. Электронная коммерция рассматривается с гражданско-правовой позиции — как процесс заключения и исполнения договоров дистанционной купли-продажи, совершаемых в сети Интернет. Особое внимание уделено правовому статусу иностранных участников электронной торговли.

Ключевые слова: предпринимательская деятельность, купля-продажа, дистанционная торговля, маркетплейс, безопасность транзакций.

Многообразие видов предпринимательской деятельности, осуществляемой посредством информационно-телекоммуникационных систем, предполагает их определенную классификацию, отражающую не только развитие технического прогресса, но и естественный ход гражданского оборота, связанный с возникновением все новых и новых видов сделок, а также специфику правового положения отдельных субъектов экономической деятельности в национальном законодательстве, их публично-правовой статус.

Наиболее обоснованной представляется позиция авторов, которые выделяют четыре основных вида электронной коммерческой деятельности — в зависимости от характера взаимосвязи между субъектами отдельных видов трансграничных предпринимательских операций:

— взаимоотношения между двумя субъектами, имеющими статус предпринимателей (модель «бизнес — бизнес»), согласно которой электронная торговля либо оказание специальных услуг посредством электронных систем реализуются между субъектами, обладающими признаками зарегистрированных юридических лиц в пределах юрисдикции своих государств, а также с участием транснациональных корпораций. Примером таких предпринимательских отношений могут служить различные подрядные работы, осуществляемые более мелкими экономическими субъектами по заказам крупных компаний, а также приобретение предпринимателями (вне зависимости от их статуса и размера выручки) специального программного обеспечения у уполномоченных компаний-производителей (например, системы антивирусной защиты, облачные хранилища и т. д.). Отметим, что именно такой характер электронной коммерции является исторически первым, поскольку первыми сделками были сделки по предоставлению услуг и продаже специализированных программных продуктов [1];

— операции между субъектами предпринимательской деятельности и государственными структурами (модель «бизнес — государство»); основным содержанием таких коммерческих правоотношений является оказание услуг по поддержанию и обслуживанию серверов, антивирусное обеспечение, предоставление услуг, связанных с выполнением отдельных государственных функций, обусловленных правоприменительной и правоохранительной деятельностью (например, закупка антивирусных программ для повышения устойчивости государственных регистрационных баз). Обращение к международным субъектам предпринимательства в такой модели, как правило, носит исключительный характер (при объективной невозможности предоставить или произвести соответствующий продукт силами отечественной IT-индустрии). Отметим, что устойчивость таких отношений напрямую зависит от текущей политической ситуации, поскольку введение санкций в отношении

Российской Федерации поставило под угрозу не только безопасность информации, но и саму возможность приобретения и эксплуатации государственными структурами отдельных видов товаров и услуг (например, программных средств видеоконференцсвязи, операционных систем, графических редакторов и др.);

— модель «потребитель — потребитель», заключающаяся в том, что потребители взаимодействуют между собой по поводу конкретных благ и объектов имущества, приобретаемых в результате экономических операций. В контексте международного электронного предпринимательства данная модель может реализовываться в формате так называемых совместных закупок, предполагающих объединение нескольких (от двух до неограниченного количества) покупателей с целью формирования общего заказа и единой оплаты, с последующей рассылкой товаров ответственным лицом — инициатором закупки. Такая форма взаимодействия особенно актуальна для крупных зарубежных маркетплейсов с обширным и эндемичным (уникальным, не представленным в отечественных интернет-магазинах либо по завышенным ценам) ассортиментом. При этом индивидуальные заказы часто затруднены из-за высокой стоимости доставки, необходимости таможенного оформления или языкового барьера.

Модель «покупатель — покупатель» реализуется посредством публичных страниц или личных сообщений в социальных сетях (что повышает риск недобросовестного поведения организатора совместной закупки и затрудняет защиту прав и возврат средств); реже — с использованием специализированных сайтов-агрегаторов, которые позволяют частично минимизировать такие риски (например, за счет страхования средств или ответственности за неполучение товаров). Промежуточной формой подобного взаимодействия являются ресурсы, предлагающие покупателям услуги по доставке товаров, заказанных на зарубежных маркетплейсах (например, Amazon), с последующей более дешевой пересылкой конечным потребителям;

— наиболее распространенной и значимой в контексте настоящего исследования представляется модель «бизнес — покупатель», подробно регулируемая, в том числе, актами международного частного права. Данная модель предполагает прямое взаимодействие предпринимателя (в том числе трансграничного) с конечным потребителем посредством специализированных торговых площадок, зарегистрированных в иностранных юрисдикциях. Предполагаемый в данной модели статус покупателя как неквалифицированного субъекта (не обладающего специальными экономическими или юридическими знаниями и не зарегистрированного в качестве юридического лица) подразумевает необходимость разработки специальных правовых механизмов защиты потребителя от

недобросовестного или противоправного поведения продавца. Такая защита реализуется государством, прежде всего, через институт защиты прав потребителей [2].

Гражданско-правовую специфику уязвимого положения потребителей в трансграничной торговле определяют следующие основные факторы:

— использование договора присоединения как основной организационно-правовой формы заключения сделок на зарубежных маркетплейсах. Потенциальный покупатель должен принять предлагаемые продавцом условия, включая условия, касающиеся дополнительных услуг (например, страхование, подписки, продленные гарантии), без возможности их изменения.

В теории гражданского права подчеркивается затрудненность реализации принципа свободы договора в случае заключения договора присоединения, поскольку потребитель существенно ограничен в выборе и реализации своих интересов. Это уязвимое положение обуславливает необходимость дополнительных механизмов защиты гражданских прав, при этом приоритет отдается интересам потребителей, а не субъектов электронной торговли [3];

— ограниченные возможности защиты прав потребителей, закрепленные в тексте договора присоединения. При возникновении спора потребитель вынужден использовать только те средства защиты, которые прямо предусмотрены договором, без возможности изменить юрисдикцию рассмотрения спора или предложить иные условия. Пересмотр условий договора возможен лишь в судебном порядке при признании их противоречащими закону.

Таким образом, основным критерием классификации видов экономических операций, осуществляемых субъектами предпринимательской деятельности в сети Интернет, выступают особенности правового статуса участников коммерческих отношений, а также характер совершаемых действий и их направленность на достижение конкретных целей посредством заключения и исполнения договоров. Наиболее значимой моделью представляется взаимодействие по схеме «бизнес — потребитель» в форме дистанционной торговли, когда стороны находятся в разных национальных юрисдикциях. Пространственная разобщенность сторон, исключающая личный контакт, делает обязательным использование договора присоединения, что требует развития дополнительных механизмов защиты прав потребителей.

#### Примечания

1. Киселева Л. Ю. Интернет-торговля и особенности ее правового регулирования // Научные записки молодых исследователей. 2021. N 3.
2. Аникин Д. А. Особенности защиты прав потребителей в договоре розничной купли-продажи в сфере дистанционной торговли // Закон. Право. Государство. 2022. N 3.
3. Белова О. А. Актуальные нововведения в области дистанционной торговли розничной купли-продажи товаров // Вестник Евразийской академии административных наук. 2021. N 2.

#### English version

Types of e-commerce conducted via the Internet: theoretical issues

Popova Marina Vladimirovna, master's student, Volgograd Institute of Management — Branch of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration

Based on an analysis of domestic and foreign theoretical sources, the article attempts to classify the forms and methods of e-commerce. E-commerce is considered from a civil law perspective as a process of concluding and performing distance sales contracts carried out via the Internet. Special attention is paid to the legal status of foreign participants in electronic commerce.

Keywords: entrepreneurial activity, sale and purchase, distance trade, marketplace, transaction security.