

УДК 004.738.5:347.7

Л.В.Кобякова, Г.В.Кукина (3 курс, каф. МБ), А.А.Миролюбов, к.э.н., доц.

ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В РОССИИ

В начале 70-х годов XX века заключение договоров в предпринимательской и потребительской сфере путем электронного обмена данными стало реальностью. В современном мире электронная торговля приобрела глобальный и разветвленный характер. Это потребовало в целом обновления и усовершенствования правовой инфраструктуры бизнеса, а также создания специальных юридических норм и правил, адресованных непосредственно бизнесу "on line". В этой связи сравнительно быстро нашли закрепление в законодательстве развитых стран и были введены в юридическую практику такие базовые понятия как: электронная коммерция, электронный обмен данными, электронная цифровая подпись и другие, а также были разработаны и стали широко применяться нормативные положения, относящиеся к электронным сделкам. В России развитие электронной коммерции запаздывает в среднем на пять лет. По оценкам экспертов "Forrester Research" годовой объем электронной торговли в настоящее время составляет всего лишь 0,02% от мирового уровня.

В настоящий момент в России существуют нормативно-правовые акты, содержащие только общие положения или затрагивающие лишь отдельные элементы электронной коммерции. В целом их отличает несогласованность и противоречивость, невнятность понятийного аппарата, фрагментарность, а также отсутствие гарантий прав участников электронной торговли. Их явно недостаточно для полноценного правового регулирования электронной коммерции в России. Отсутствие правовой базы является серьезной проблемой, влияющей на предпринимательскую деятельность в сети и сдерживающей, ведь электронная коммерция позволяет снизить издержки обращения в среднем на 20-30% и способствует интеграции национальной экономики в мировое экономическое пространство. Эта проблема актуальна не только для России, поскольку электронная коммерция охватывает все мировое пространство и требует правовой согласованности на международном уровне.

В числе наиболее важных вопросов правового обеспечения деятельности субъектов электронного рынка в России, требующих неотложного решения с участием мирового сообщества, следует назвать:

- а) проблемы правового обеспечения безопасности электронных сделок (использование криптографических технологий);
- б) проблемы налогообложения электронных сделок;
- с) стандартизация в области электронной коммерции.

Функциональным эквивалентом собственноручной подписи в электронном документе является электронно-цифровая подпись (ЭЦП). ЭЦП - реквизит электронного документа, защищенный от подделки, полученный в результате криптографического преобразования информации с использованием закрытого ключа ЭЦП и позволяющий установить отсутствие утраты, искажения или подделки содержащейся в электронном документе информации, а также обладателя электронной цифровой подписи.

Технология формирования ЭЦП проста. Массив информации, который нужно подписать, обрабатывается специальной программой с использованием так называемого закрытого ключа. Это и есть процесс подписания документа. Этот массив отправляется по

электронной почте, а у гражданина-получателя есть открытый ключ, соответствующий закрытому. Он позволяет проверить, что информация пришла без повреждений, и удостовериться, что отправитель подписал именно эту информацию и там стоит именно его подпись. Считается, что технология обеспечивает стопроцентную защиту от взлома.

Порядок использования ЭЦП регламентирует принятый 10 января 2002 года Закон "Об электронной цифровой подписи". В целом ряде случаев он содержит достаточно размытые формулировки, которые порождают риск неоднозначного толкования, учитывая общий низкий уровень технологической подготовленности правоохранительных, судебных и иных органов управления по данному вопросу. Кроме того, данный Закон не имеет юридической проработки и фактически не действует в силу отсутствия нормативных актов, раскрывающих механизмы взаимоотношения его субъектов.

Согласно Закону, доверие к ЭЦП обеспечивается как обязательной государственной сертификацией подписи, так и многосторонними соглашениями участников. Поскольку в самой подписи данных о владельце не содержится, то доказать принадлежность закрытого ключа без сертификата открытого ключа невозможно. Сертификат представляет собой документ на бумажном носителе или электронный документ с ЭЦП уполномоченного лица удостоверяющего центра, идентифицирующий обладателя ЭЦП, включающий открытый ключ ЭЦП и выдаваемый клиенту удостоверяющим центром для подтверждения подлинности ЭЦП. Деятельность удостоверяющего центра подлежит лицензированию и сертификации ключа подписи уполномоченного лица в ФАПСИ (Федеральное агентство правительственной связи и информации при Президенте Российской Федерации). Однако до сих пор еще система удостоверяющих центров не создана, не выдано ни одной лицензии на этот вид деятельности, поэтому использование цифровой подписи в общем случае является незаконным. В связи с этим Центробанк и некоторые другие организации были вынуждены отказаться от применения ЭЦП в пользу более простых электронных аналогов собственноручной подписи. В результате электронные документы остаются лишь "прелюдией" к традиционной бумажной форме, а для идентификации требуется личное присутствие клиента. Все это существенно ограничивает развитие электронной коммерции.

Большую важность и вместе с тем сложность представляет собой решение вопросов налогообложения в виртуальном мире в силу невозможности полного применения традиционных факторов налоговой ответственности бизнеса. Поэтому большинство стран строят налоговую политику по отношению к сектору электронной коммерции на основе уже существующих правил, относящихся к традиционной, не виртуальной коммерческой деятельности с использованием критериев, отражающих специфику сети: местонахождение сервера (интернет - страницы), концепция агентских отношений, тип товаров, предлагаемых к продаже в виртуальном пространстве, тип транзакции и местонахождение покупателя. Для стимулирования электронного бизнеса в ряде стран проводится политика налогового освобождения сделок в виртуальном секторе. Что же касается России, то здесь государство быстро осознало, что рост индустрии электронной коммерции повлечет за собой увеличение налоговых поступлений. В этой связи России предстоит разрешить еще много вопросов, поскольку несовершенство законодательной базы в данной области создает возможности для уклонения от уплаты налогов. Например, компании могут осуществлять деятельность через Интернет в стране с безналоговым режимом.

Электронная торговля по своей природе имеет глобальный характер. Поэтому развитие нормативного регулирования электронной коммерции в России должно быть скоординировано и согласовано на международном уровне. Отсюда вытекает проблема технологической и правовой совместимости в мировое информационное пространство. К технической совместимости относится унификация интерфейсов, протоколов, стандартов передачи данных и адресации, но это отнюдь не является достаточным условием интеграции.

Правовая совместимость связана, прежде всего, с необходимостью гармонизации национального законодательства и стандартов разных стран, с созданием наднациональных правил регулирования электронной коммерции. Многие акты подобного уровня уже приняты на уровне Всемирной Торговой Организации, Комиссии по международному торговому праву ООН и иных международных межправительственных и неправительственных организаций. Положения этих актов должны включаться в национальное законодательство Российской Федерации, причем нормы, выработанные на международном уровне, должны учитывать особенности национальной правовой системы и законодательный опыт других стран.

Масштабы развития электронной торговли требуют выработки и реализации тщательно выверенной общегосударственной стратегии. С этой целью формируются соответствующие государственные структуры и общественные объединения, проводятся форумы, семинары, конференции. 28 января 2002 года Правительство РФ утвердило правовую стратегическую программу "Электронная Россия (2002 - 2010 годы)", выполнение которой способствует интеграции России в глобальный и открытый мировой рынок электронной коммерции. Необходимость правового регулирования электронной коммерции в России объясняется ее очевидными преимуществами, несоизмеримо превышающими на мировом уровне возможности сектора традиционной коммерции, где российскому бизнесу препятствует климат недоверия и предубеждения.