

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ  
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**  
( Н И У « Б е л Г У » )

**ЮРИДИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ**

**КАФЕДРА ТРУДОВОГО И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО ПРАВА**

**ОСОБЕННОСТИ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ  
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ  
В СЕТИ ИНТЕРНЕТ**

Выпускная квалификационная работа  
обучающегося по магистерской программе «Правовое сопровождение  
бизнеса (бизнес-юрист)», направление подготовки 40.04.01 Юриспруденция,  
очной формы обучения, группы 01001714  
Маковкина Леонида Сергеевича

Научный руководитель:  
заведующий кафедрой трудового и  
предпринимательского права,  
к.ю.н., доцент  
Синенко В.С.

Рецензент:  
доцент кафедры гражданского  
права и процесса БУКЭП,  
к.ю.н., доцент  
Воронова О.Н..

БЕЛГОРОД 2019

## ОГЛАВЛЕНИЕ

<b>ВВЕДЕНИЕ</b> .....	3
<b>ГЛАВА 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ВОЗМОЖНОСТЕЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СЕТИ «ИНТЕРНЕТ»</b> .....	9
1.1. Понятие предпринимательской деятельности в сети «Интернет».....	9
1.2. Субъекты предпринимательской деятельности в сети «Интернет».....	16
1.3. Ведение предпринимательской деятельности в сети «Интернет» в Российской Федерации и других странах .....	21
<b>ГЛАВА 2. ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СЕТИ «ИНТЕРНЕТ»</b> .....	28
2.1. Общая характеристика договоров, заключаемых в сети Интернет.....	28
2.2. Продажа товаров дистанционным способом и по образцам .....	34
2.3. Особенности рекламы в сети Интернет .....	41
<b>ГЛАВА 3. ЭЛЕКТРОННЫЙ ДОКУМЕНТ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ</b> .....	48
3.1. Понятие и правовая характеристика электронного документооборота ..	48
3.2. Доказательственное значение электронного документа .....	51
<b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ</b> .....	57
<b>СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ</b> .....	60

## ВВЕДЕНИЕ

**Актуальность данной темы заключается в том, что повсеместная цифровизация неизбежно влечет за собой изменения во всех сферах общественной деятельности. В 80-х гг. XX в. появляется концепция «электронной коммерции». Согласно определению данному Конференции ООН по торговле и развитию: это - «все формы сделок, связанные с коммерческой деятельностью организаций и физических лиц, которые основаны на обработке и передаче цифровой информации, включая тексты, звуки и визуальные данные».**

На сегодняшний день Интернет-экономика переживает этап активного развития и уже включает в себя большое количество видов предпринимательской деятельности. Она взаимодействует с традиционными экономическими системами, выступая для них инфраструктурным элементом и, в то же время, использует их ресурсы для развития собственной инфраструктуры. Таким образом, начинают формироваться подотрасли предпринимательства, которые могут существовать только в информационной среде.

В основе поведения участников электронного предпринимательства может лежать как законодательно предписанная диспозитивная модель поведения, так и императивная модель взаимодействия с органами власти, в компетенцию которых входит контроль и регулирование действий субъектов предпринимательства. Таким образом, электронная предпринимательская деятельности, являясь объектом правового регулирования, требует выявления признаков и особенностей правового регулирования.

Эта область права в настоящий момент законодательно слабо регламентирована. Вследствие сказанного, считаем, что тема данной выпускной квалификационной работы является актуальной.

На сегодняшний момент все большее количество предпринимательских структур осуществляет свою деятельность с использованием сети Интернет.

Коммерческие организации создают свои сайты, используемые в качестве инструмента продаж, а также средства коммуникации с потребителями, поставщиками и другими экономическими агентами, зачастую бизнес существует лишь в виртуальном пространстве.

### **Степень научной разработанности магистерской диссертации.**

Вопросы недействительности сделок рассматривались в трудах М.В.С.Белых, И.В. Невзорова, А.И.Савельева, А.А.Тедеева, Н.А. Шелкова.

Анализ монографий и публикаций позволил всесторонне рассмотреть и оценить существующие проблемы правового регулирования.

**Объектом** данного исследования правовые нормы, регулирующие порядок осуществления предпринимательской деятельности в сети Интернет.

**Предметом** исследования выступают общественные отношения, возникающие в связи с осуществлением субъектами предпринимательской деятельности посредством использования сети Интернет,

**Целью** курсовой работы является комплексное теоретико-правовое исследование проблем, препятствующих эффективному регулированию общественных отношений, связанных с использованием сети Интернет в предпринимательской деятельности.

Для достижения поставленной цели были обозначены следующие **задачи**:

- систематизировать понятия, характеризующие особенности ведения предпринимательской деятельности в сети Интернет;
- определить круг субъектов предпринимательской деятельности в сети «Интернет»;
- изучить зарубежный и отечественный опыт осуществления предпринимательской деятельности в сети Интернет;
- дать общую характеристику договоров, заключаемых в сети Интернет;
- определить особенности продаж товаров дистанционным способом и по образцам;

- выявить специфику рекламы в сети Интернет;
- выделить понятие электронного документооборота;
- установить доказательственное значение электронного документа

### **Положения, выносимые на защиту:**

1. Предпринимательской является самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном законом порядке. Предпринимательская деятельность с использованием сети Интернет характеризуется тем, что непосредственное исполнение договора происходит в обычном порядке (офлайн). При этом в Сети могут совершаться, например, лишь заключение договора, направление оферты и акцепта, размещение рекламы и т.п.

2. В общем порядке участниками, субъектами регулируемых законодательством электронных предпринимательских отношений являются граждане, физические и юридические лица, а также Российская Федерация, субъекты Российской Федерации и муниципальные образования. Деятельность в информационной среде влечет появление новых субъектов правоотношений, зачастую характерных исключительно для сети Интернет: провайдеров, информационные посредники.

В каждой сделке в рамках электронной предпринимательской деятельности участвуют помимо традиционных сторон также и лица, предоставляющие различные услуги сторонам-участникам в сети Интернет<sup>1</sup>. При этом характер взаимодействия между передающей компанией и компанией-аутсорсером может колебаться от простого оказания услуг до создания совместного предприятия.

Принято выделять три категории провайдеров: провайдеры

---

<sup>1</sup> Рубан А. А. Информационный посредник как субъект предпринимательской деятельности: понятие, виды, особенности правового статуса // Молодой ученый. - 2015. - №11. - С. 1104.

содержания, хост-провайдеры, провайдеры доступа.

3. Электронная коммерция соединяет в себе два вида действий: заказ посредством электронных средств связи материальных товаров, которые должны быть физически доставлены заказчику, и заказ в режиме онлайн, когда и оплата, и доставка товаров и услуг производится в нематериальном эквиваленте, например, компьютерное программное обеспечение, развлекательный контент и др. «Электронная коммерция в целом относится ко всем формам коммерческих сделок, относящихся как к организациям, так и к физическим лицам, которые основаны на электронной обработке и передаче данных, включая текст, звук и визуальные образы.

4. Под рекламой понимается информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке. рекламе товаров при дистанционном способе их продажи должны быть указаны сведения о продавце таких товаров: наименование, место нахождения и государственный регистрационный номер записи о создании юридического лица; фамилия, имя, отчество, основной государственный регистрационный номер записи о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя.

5. Особое место среди самых быстрорастущих и склонных к развитию информационных технологий занимает интернет-торговля, основным инструментом которой является пересылка сообщений (обмен данными) через электронные системы, с помощью чего заключается договор. Электронный обмен данными раскрывается как электронная передача информации от компьютера к компьютеру в соответствии с согласованными стандартами структуры информации

6. На сегодняшний день, в отечественном законодательстве имеются пробелы (отсутствуют понятия электронной коммерции и

надлежащего правового регулирования её осуществления), решение которых позволит обеспечить эффективное развитие предпринимательской деятельности в сети «Интернет».

**Теоретическая и практическая значимость исследования** предопределяется необходимостью развития теоретических основ правового регулирования предпринимательской деятельности в сети «Интернет». Теоретически значимым является само исследование в целом, поскольку оно носит комплексный характер и сочетает в себе теоретический и практический аспекты.

Содержащиеся в диссертации выводы и предложения могут повлиять на процесс расширения теоретических представлений об исследуемых правовых институтах. Они могут быть использованы в нормотворческой деятельности по совершенствованию законодательства, регламентирующего соответствующие отношения. Результаты работы могут быть полезны в научно-исследовательской деятельности, поскольку данное исследование создает базу для дополнительного изучения отдельных аспектов рассматриваемой темы.

**Методологической основой** исследования следует считать использование общих и специальных научных приёмов и методов научного познания, включающих сравнительно-сопоставительный анализ, конкретно-исторический, формально-юридический, структурно-функциональный, логический, методы дедукции и индукции, а также метод правового моделирования.

**Теоретической основой** послужили труды таких ученых как В.С.Белых, И.В. Невзоров, А.И.Савельев, А.А.Тедеев, Н.А. Шелков. Несмотря на то, что в настоящее время уже имеются труды, анализирующие проблемы правового регулирования предпринимательского права в сети «Интернет», полагаем имеется необходимость в анализе накопленного и выработанного материала, на основе которого можно постараться выработать обоснованную позицию относительно существующих правовых проблем в

данной области.

В качестве **эмпирической базы** послужили нормативно-правовые акты (Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации», Федеральный закон «Об электронной подписи», Федеральный закон «О рекламе») судебная практика (Постановление Президиума ВАС РФ, Постановление ФАС Центрального округа) по поводу использования Интернета субъектами предпринимательского права.

**Структура** курсовой работы определена целью и задачами. Исследование включает в себя введение, три главы, заключение и список использованной литературы.



# ГЛАВА 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ВОЗМОЖНОСТЕЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СЕТИ «ИНТЕРНЕТ»

## 1.1. Понятие предпринимательской деятельности в сети «Интернет»

Стремительное развитие сети Интернет создаёт все условия для развития научной юридической мысли, направленной на изучение общественных отношений, которые складываются при использовании Интернета, и регулирующих их правовых норм. В данный момент времени, нет конкретной юридической отрасли, посвящённой данному сегменту, поэтому многие важнейшие вопросы остаются без должного внимания. Вне сомнений, понятие предпринимательской деятельности в сети Интернет является одним из таких вопросов.

Без нахождения ответа на данный вопрос невозможно перейти к вопросу правового регулирования этой деятельности. Итак, что можно назвать предпринимательской деятельностью в сети Интернет? Возможно, поначалу может показаться, что логичным ответом был бы: предпринимательской деятельностью в сети Интернет является любая предпринимательская деятельность, при осуществлении которой соответствующий субъект прибегает к использованию Интернета. Однако Интернет используется предпринимателями для разных целей и в разных объемах. Одни размещают в Интернете рекламные объявления, другие всю свою деятельность осуществляют исключительно в Интернете. Речь идет, например, о продаже программ для компьютеров и телефонов или фонограмм.

Вне зависимости от того, что продаёт предприниматель и количества, речь идёт, в первую очередь, о качественных критериях. В первую очередь, стоит отметить, что речь идет именно о деятельности, а не об отдельных действиях или простой их совокупности. О.М. Олейник указывает, что «практика в последнее время все чаще сталкивается с необходимостью

разграничения понятий «действие» и «деятельность»<sup>1</sup>. Однако приведенное в процитированной работе в пример решение Верховного Суда РФ делает акцент на таком признаке деятельности, как систематичность: «Так, необходимость определения деятельности через признак систематичности уже подчеркнули судебные органы». В юридической науке совершенно справедливо отмечается, что предпринимательская деятельность «состоит из связанных и последовательных предпринимательских мероприятий (действий), направленных к единой цели»<sup>2</sup>. Таким образом, необходимо отметить разность деятельности и одного действия (совокупности действий), исходя из того, что действия в рамках деятельности объединены общим признаком - направленностью на один результат. Из этого можно сделать вывод о том, что все действия одного лица, направленные на один и тот же результат, составляют единую деятельность.

Известное определение предпринимательской деятельности дается в ст. 2 Гражданского кодекса Российской Федерации. Абзац 3 пункта 1 указанной статьи гласит: «Гражданское законодательство регулирует отношения между лицами, осуществляющими предпринимательскую деятельность, или с их участием, исходя из того, что предпринимательской является самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном законом порядке»<sup>3</sup>.

Широко распространено выделение из данной дефиниции трех признаков предпринимательской деятельности:

- а) самостоятельность;
- б) рисковый характер;

---

<sup>1</sup> Олейник О.М. Формирование критериев квалификации предпринимательской деятельности в судебной практике // «Предпринимательское право». 2013. № 1. С. 5.

<sup>2</sup> Белых В.С. Правовое регулирование предпринимательской деятельности в России: Монография. М.: Проспект. 2009. С.135.

<sup>3</sup> Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30 ноября 1994 № 51-ФЗ (ред. от 03 августа 2018) // Российская газета. № 238-239. 08.12.1994.

в) направленность на систематическое получение прибыли.

Регистрация субъекта предпринимательской деятельности в установленном законом порядке не является существенным признаком предпринимательской деятельности. Помимо этого, в науке выделяют и иные признаки предпринимательской деятельности, такие как «профессионализм предпринимательской деятельности, собственная ответственность предпринимателя, реже - новаторский, инновационный характер этой деятельности»<sup>1</sup>.

В научной юридической литературе достаточно поверхностно рассматривается вопрос о том, что понимается под деятельностью, которая направлена на получение прибыли. Вместе с тем именно направленность на получение прибыли позволит нам определить круг действий, осуществление которых в Сети должно считаться необходимым признаком предпринимательства в Интернете. В этой связи, рассмотрим данную проблему подробно.

В литературе, как правило, отмечается лишь, что направленность на прибыль не означает обязательного ее получения и что прибыль представляет собой разницу между доходами и расходами предпринимателя. Вместе с тем, к сожалению, не уделяется достаточного внимания тому, какие действия включает в себя деятельность, направленная на получение прибыли.

Пожалуй, ни у кого не вызывает сомнений суждение о том, что заключение договоров, непосредственно по которым предприниматель может получить доход (естественно, при наличии всех прочих признаков), относится к предпринимательской деятельности. В этом случае связь между действиями и результатом (возможностью получения прибыли) достаточно тесная, и промежуточные элементы отсутствуют. Сложнее дело обстоит с действиями, непосредственным результатом которых не может быть

---

<sup>1</sup> Предпринимательское право Российской Федерации: Учебник / Отв. ред. Е.П. Губин, П.Г. Лахно. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Норма; Инфра-М, 2012. С. 35.

получение прибыли, однако направлены они на это.

Обратимся к судебной практике. В Постановлении Девятнадцатого арбитражного апелляционного суда от 20.09.2012 по делу № А35-4194/2012<sup>1</sup>, в частности, сказано следующее. «В силу п. 1 ст. 2 Гражданского кодекса РФ предпринимательская деятельность характеризуется следующими признаками: самостоятельная, осуществляемая на свой риск, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг, осуществляемая юридическими лицами или индивидуальными предпринимателями. Таким образом, под целями, не связанными с предпринимательскими, понимается приобретение покупателем товаров с целью обеспечения его деятельности в качестве организации или гражданина-предпринимателя (оргтехники, офисной мебели, транспортных средств, материалов для ремонтных работ и т.п.), не в качестве непосредственных орудий труда и без цели перепродажи».

Данная позиция основывается на отождествлении понятий «деятельность» и «действие». Закон называет извлечение прибыли целью всей деятельности, а не отдельных действий, и это представляется абсолютно верным. Таким образом, конкретное действие может и не иметь в качестве непосредственной цели извлечение прибыли. Однако, если, будучи встроенным в целую систему действий под названием «деятельность», оно приближает субъекта к получению прибыли, это действие следует признать имеющим предпринимательские цели и являющимся составным элементом предпринимательской деятельности. Таким образом, в судебном решении речь идет о предпринимательской деятельности с вытекающими отсюда правовыми последствиями.

Данные рассуждения могут явиться основой для классификации действий, составляющих предпринимательскую деятельность. Их можно разделить на два вида.

---

<sup>1</sup> Постановление ФАС Центрального округа от 30.01.2013 по делу № А35-4194/2012 // СПС Консультант Плюс

Первый - действия, направленные на извлечение прибыли (их можно назвать действиями, составляющими основу предпринимательской деятельности, поскольку без них она теряет один из необходимых признаков - направленность на получение прибыли). К таким действиям можно отнести непосредственное исполнение договоров, по которым предполагается получение прибыли.

Второй вид - действия, которые так или иначе связаны с возможностью извлечения прибыли. При этом указанная связь может являться как тесной, так и весьма отдаленной. Тесная связь характерна для действий, которые являются необходимым условием получения прибыли. Примерами таких действий являются:

- приобретение имущества, которое будет использоваться для получения прибыли;
- заключение договоров, по которым предполагается получение прибыли;
- заключение и исполнение иных договоров, если основная итоговая цель этих действий - получение прибыли (договор о размещении рекламы, договор о перевозках).

Не имеют предпринимательских целей (и, соответственно, не являются составной частью предпринимательской деятельности) лишь такие действия, которые совершенно никак не приближают субъекта к получению прибыли. Такие действия могут осуществляться как коммерческими, так и некоммерческими организациями. В этой связи, возможно, не вполне удачной является формулировка п. 1 ст. 50 ГК РФ: «Юридическими лицами могут быть организации, преследующие извлечение прибыли в качестве основной цели своей деятельности (коммерческие организации) либо не имеющие извлечение прибыли в качестве такой цели и не распределяющие полученную прибыль между участниками (некоммерческие организации)». Данная норма сформулирована так, будто вся деятельность коммерческой организации является предпринимательской.

Предполагается, что следует различать примеры предпринимательской деятельности в зависимости от важности Интернета в деле получения прибыли. Для того, чтобы предпринимательская деятельность считалась осуществляемой в Интернете, необходимо, чтобы в Интернете осуществлялись действия, непосредственно направленные на извлечение прибыли. Особенностью такой деятельности является то, что она возможна только при наличии Интернета. Примером может служить предоставление права использования («продажа») доменного имени, предоставление услуг по регистрации на сайте, продажа приложений непосредственно на сайте и т.п.

Если в Интернете осуществляются действия второго (но не первого) вида, такую деятельность необходимо называть предпринимательской деятельностью с использованием сети Интернет. В этом случае Интернет способствует увеличению прибыли или облегчению деятельности, но не определяет её, а саму деятельность можно осуществлять и без выхода в Сеть. Пример - продажа одежды через интернет-магазин, когда исполнение договора продавцом осуществляется с помощью доставки курьером.

Иными словами, данная классификация проводится по следующему критерию - каким образом («где») осуществляется основное исполнение по договорам, по которым предполагается получение прибыли. При осуществлении предпринимательской деятельности в сети Интернет исполнение происходит непосредственно онлайн. Предпринимательская деятельность с использованием сети Интернет характеризуется тем, что непосредственное исполнение договора происходит в обычном порядке (офлайн). При этом в Сети могут совершаться, например, лишь заключение договора, направление оферты и акцепта, размещение рекламы и т.п.

Рассмотрим пример. Общество с ограниченной ответственностью «ВКонтакте» «обладает правами» на сайт с еще более широко известным доменным именем <http://www.vk.com>. Можно ли расценивать действия vk.com по регистрации своего нового пользователя предпринимательской деятельностью?

На наш взгляд, сама регистрация на сайте является заключением и одновременно исполнением (частично) не поименованного в ГК РФ безвозмездного договора. По данному договору одна сторона (владелец сайта) предоставляет другой стороне (пользователю) возможность пользоваться сайтом, а пользователь, в свою очередь, обязуется исполнять условия пользовательского соглашения. Очевидно, что непосредственно от заключения такого договора владелец сайта (в нашем случае vk.com) не получит никакой прибыли. Однако потенциальные рекламодатели, которые в совокупности являются одним из основных источников дохода почти любого сайта, при выборе контрагента по договору на размещение рекламы смотрят в первую очередь на количество людей, посещающих сайт. В значительной степени от этого количества зависит и цена размещения рекламы на сайте. Количество же лиц, посещающих ежедневно сайт - социальную сеть, напрямую зависит от количества созданных там аккаунтов (другими словами, количества зарегистрированных там людей).

Выходит, что регистрация социальной сетью пользователя на сайте, хоть и опосредованно, но все-таки имеет своей конечной целью получение прибыли. Поэтому, на наш взгляд, эта и подобная ей деятельность должна быть отнесена к предпринимательской. Очень важно отметить, что на сайте vk.com в настоящее время возможно создание не только личных страничек граждан, но и страниц различных юридических лиц. Такие страницы, по сути, выполняют функции сайтов организаций в Интернете. А если учесть, что vk.com является вторым по популярности сайтом в России и что почти 67% его посетителей находятся в нашей стране, становится более понятным, какие колоссальные возможности получают коммерческие организации при создании и активном развитии своей страницы на этом сайте.

Правовое регулирование отношений, складывающихся при использовании сети Интернет, развивается в настоящее время весьма активно. То же самое можно сказать и о юридической науке, посвященной изучению проблем правового регулирования указанных отношений. Эта

сфера научного знания - одна из немногих, где требуют разработки самые основы, базовые понятия и явления. Связано это, конечно, с новизной самих общественных отношений и самой сети Интернет. Сформулированное в настоящей статье понятие предпринимательской деятельности в сети Интернет, а также предложение по классификации предпринимательской деятельности, так или иначе связанной со Всемирной сетью, как представляется, могут поспособствовать дальнейшему развитию науки и законодательства.

## **1.2. Субъекты предпринимательской деятельности в сети «Интернет»**

Как совершенно справедливо отмечает И.Л. Бачило, на сегодняшний день в нашей стране имеются все предпосылки к созданию и практическому использованию необходимой технологической, информационной и коммуникационной инфраструктуры, которая стала развиваться как сетевая и способна учитывать потребности каждого жителя России, создает условия для расширения информационного пространства, оздоровления информационной среды общества<sup>1</sup>.

Деятельность в информационной среде влечет возникновение новых реалий правовых отношений:

– появление новых субъектов правоотношений, зачастую характерных исключительно для сети Интернет. Примерами таких субъектов являются Интернет-провайдеры, информационные посредники, международные Интернет-корпорации;

– развитие новых форм распространения электронной информации (например, интернет-СМИ, самые разнообразные электронные торговые площадки);

---

<sup>1</sup> Бачило И.Л. Правовые вопросы социальных и демократических процессов в информационном обществе России // Информационное общество: проблемы развития законодательства. Сборник научных работ. М., 2012. С. 15.



– появление «электронных» форм платежей (системы платежей т. н. «электронными деньгами»); распространение криптовалют<sup>1</sup>;

Одним направлений новых деятельности является аутсорсинг, предполагающий предполагает передачу хозяйствующим субъектом на длительный срок сторонней организации части своих функций.

Современный экономический словарь понимает под аутсорсингом «передачу традиционных не ключевых функций организации внешним субподрядчикам, которые являются высококвалифицированными специалистами сторонней фирмы, с отказом от собственного бизнес-процесса, рассматривая его как способ кооперирования»<sup>2</sup>.

В каждой сделке в рамках электронной предпринимательской деятельности участвуют помимо традиционных сторон также и лица, предоставляющие различные услуги сторонам-участникам в сети Интернет<sup>3</sup>.

При этом характер взаимодействия между передающей компанией и компанией-аутсорсером может колебаться от простого оказания услуг до создания совместного предприятия.

Новизна данных правоотношений, отсутствие достаточной практики в данной сфере влекут сложности в сопровождении аутсорсинг-услуг.

При осуществлении IT-аутсорсинга заказчик и аутсорсинговая компания заключают гражданско-правовой договор на предмет предоставления услуг или выполнения работ. Однако в российском законодательстве отсутствует такое понятие, как «аутсорсинг»<sup>4</sup>.

В большинстве случаев деятельность в сфере аутсорсинга

---

<sup>1</sup> Шелков Н. А. Особенности предпринимательской деятельности, осуществляемой сети Интернет, по законодательству Российской Федерации // Молодой ученый. - 2017. - №41. - С. 133.

<sup>2</sup> Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь. 4-е изд., перераб. и доп. М.: ИНФРА-М, 2005. С. 29.

<sup>3</sup> Рубан А. А. Информационный посредник как субъект предпринимательской деятельности: понятие, виды, особенности правового статуса // Молодой ученый. - 2015. - №11. - С. 1104.

<sup>4</sup> Петрыкина Н. Правовое регулирование договора аутсорсинга // Кадровый менеджмент. 2006. № 1. С.48.

осуществляется на основе договора возмездного оказания услуг и регламентируется положениями гл. 39 ГК РФ. При этом следует напомнить, что правила возмездного оказания услуг, согласно положениям ч. 1 ст. 779 ГК РФ, распространяются на договоры оказания аудиторских, консультационных, информационных услуг и иных. Согласно положениям ст. 783 ГК РФ к договору возмездного оказания услуг также применяются общие положения о подряде и положения о бытовом подряде.

Особое внимание следует уделять вопросам правильного определения субъектов в сфере IT-аутсорсинга.

Традиционное использование термина «провайдер» применительно к интернет-услугам базируется на применении положений Директивы об электронной торговле Европейского союза<sup>1</sup>, согласно которой принято выделять три категории провайдеров:

- провайдеры содержания (контент-провайдеры) предоставляют собственное содержание на собственном оборудовании и обеспечивают его доступность третьим лицам
- хост-провайдеры: предоставляют доступ к содержанию третьих сторон и обеспечивают его доступность;
- провайдеры доступа перемещению данных без их постоянного хранения.

В отечественном законодательстве, в частности в Федеральном законе от 27 июля 2006 №149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» упоминается оператор информационной системы граждан или юридическое лицо, осуществляющие деятельность по эксплуатации информационной системы, в том числе по обработке информации, содержащейся в ее базах данных, а также «провайдер хостинга» - лицо, оказывающее услуги по предоставлению вычислительной мощности для размещения информации в информационной системе, постоянно

---

<sup>1</sup> Directive on Certain Legal Aspects of Information Society Services, in particular Electronic Commerce, in the Internal Market, July 17, 2000, 2000/31/EC.

подключенной к сети «Интернет»<sup>1</sup>.

Еще одними субъектами, определенными в 2013 году статьей 1253.1 Гражданского кодекса Российской Федерации стали информационные посредники - лица, осуществляющее передачу материала в информационно-телекоммуникационной сети, в том числе в сети «Интернет», лица, предоставляющие возможность размещения материала или информации, необходимой для его получения с использованием информационно-телекоммуникационной сети, лица, предоставляющее возможность доступа к материалу в этой сети.

Ответственность лица, оказывающего услуги в сети Интернет, в Федеральном законе «Об информации информационных технологиях и о защите информации» определяется через следующие условия:

- известность лицу, оказывающему услуги, о незаконности распространения информации;
- внесение изменений и исправлений информации данным лицом.

Важным находится вопрос о привлечении к ответственности интернет-провайдеров, так как провайдеры имеют организационно-техническую возможность в любое время воздействовать на информацию, поступающую от своих клиентов. При этом формы такого воздействия могут быть разнообразными: полное блокирование информационного обмена, информирование уполномоченных государственных органов о противоправности передаваемой по Интернету информации. В феврале 2009 года Президиум Высшего Арбитражного Суда РФ, закрепил позицию, что провайдер (хостинга) не несет ответственности за передаваемую информацию, в случае:

**во-первых**, он не инициирует ее передачу, не выбирает получателя информации и не влияет на целостность передаваемых данных.

**во-вторых**, бремя доказывания фактов несанкционированного

---

<sup>1</sup> Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» от 27 июля 2006 №149-ФЗ (ред. от 18 марта 2019) // Российская газета». 2006. № 165.Ст.2.

размещения провайдером в Сети защищенных авторским правом произведений лежит на правообладателе<sup>1</sup>.

Согласно указанной правовой позиции судам следует учитывать степень вовлечения провайдера в процесс передачи, хранения и обработки информации, возможность контролировать и изменять ее содержание. Провайдер не несет ответственности за передаваемую информацию, если он не инициирует ее передачу, не выбирает получателя информации, не влияет на ее целостность, а также принимает превентивные меры по предотвращению использования объектов исключительных прав без согласия правообладателя.

Очень важной проблемой социальной сети является определение ответственности провайдеров и владельцев сайтов за содержание той информации клиентов и пользователей, находящихся на их серверах. В ряде стран уже принято несколько специфических нормативно-правовых актов, регулирующих указанные отношения и правоприменительная практика имеет ярко выраженную национальную дифференциацию, что вступает в противоречие с всемирным характером сети Интернет.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что сейчас как в России и в мире наблюдается становление новой отрасли права - права телекоммуникаций.

И сразу же возникает вопрос о целесообразности приоритета принципа первичности норм реального мира, который необходимо решить как можно скорее. Отсутствие международного унифицированного нормативного регулирования использования социальных сетей только увеличивает вероятность использование информации не по назначению

В заключение следует сказать, что ни в одной стране нет единых законов, регулирующих интернет юридическими правовыми нормами. Тем не менее, все правовые проблемы, связанные с Интернетом, могут быть сгруппированы в три:

---

<sup>1</sup> Постановление Президиума ВАС РФ от 23.12.2008 № 10962/08 // СПС Гарант.

- экологическая безопасность;
- защита конфиденциальности;
- защита авторских прав.

Часто используются интернет в преступных целях: для пропаганды и распространения экстремистских идей, идей терроризма, подрыва национальной безопасности и др. Поэтому, для того, чтобы противостоять этим негативным явлениям необходимо как государству, так и обществу для проведения единой комплекс мер. В то же время наши законодательные органы должны способствовать этому процессу принятию необходимых законопроектов

### **1.3. Ведение предпринимательской деятельности в сети «Интернет» в Российской Федерации и в других странах**

В соответствии с п. 1 ст. 2 Гражданского кодекса РФ предпринимательской деятельностью является самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг<sup>1</sup>. В последние годы развивается такой сегмент бизнес-сектора, как ведение предпринимательской деятельности в сети Интернет.

В теории права предпринимательская деятельность, осуществляемая в виртуальном пространстве, получила несколько названий. Так, А.И. Савельев указывает, что можно говорить об этих отношениях как об «электронном бизнесе» и «электронной торговле»<sup>2</sup>. Один из первых исследователей предпринимательства в сети Интернет А.А. Тедеев в своём фундаментальном

---

<sup>1</sup> Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 03.08.2018) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.06.2019) // Российская газета. № 238-239. 08.12.1994.

<sup>2</sup> Савельев А.И. Электронная коммерция в России и за рубежом: правовое регулирование. М., 2014. С.3..

для рассматриваемой области права труде «Электронная коммерция» оперирует понятиями «электронная экономическая деятельность» и «предпринимательская деятельность в сети Интернет»<sup>1</sup>.

Однако в действующем российском законодательстве данная терминология пока не нашла закрепления. Иной подход можно увидеть, исследовав нормативную базу зарубежных стран. Так, в Налоговом кодексе США установлено, что «любые сделки, совершаемые через Интернет или с использованием доступа к Интернету, включая куплю-продажу, предоставление имущества в пользование, лицензирование, оферту на совершение указанных действий или предоставление прав на имущество, товары, услуги или информацию за плату или без; данный термин также включает предоставление доступа к Интернету»<sup>2</sup>.

Достаточно развито законодательство, регулирующее предпринимательскую деятельность в сети Интернет, в Европейском союзе. Электронная торговля в соответствии с Европейской инициативой в области электронной коммерции представляет собой продажу товаров (услуг) в онлайн-режиме. При этом названный правовой акт выделяет традиционную электронную коммерцию и электронную коммерцию в сети Интернет.

Согласно тексту названного документа, электронная коммерция соединяет в себе два вида действий: заказ посредством электронных средств связи материальных товаров, которые должны быть физически доставлены заказчику, и заказ в режиме онлайн, когда и оплата, и доставка товаров и услуг производится в нематериальном эквиваленте, например, компьютерное программное обеспечение, развлекательный контент и др.<sup>3</sup>

Традиционная электронная коммерция – это отношения между

---

<sup>1</sup> Тедеев А.А. Электронная коммерция: правовое регулирование и налогообложение. М., 2002. С.4.

<sup>2</sup> Advertising and Marketing on the Internet: Rules of the Road. Federal Trade Commission. The Internet Tax Freedom Act, 1998. Section 1104 (3)

<sup>3</sup> Кофейников Д.В. Понятие и существенные характеристики электронной торговли в России и за рубежом // Современное право. 2015. № 12. С. 138 - 142.

предпринимателями. В данном случае осуществление предпринимательской деятельности в Интернете связано с непосредственным общением между бизнес-партнёрами (закрытые клубы, принадлежащие к одной отрасли, закрытые сообщества партнёров и т.д.).

Таким образом, для предпринимателей европейского сообщества характерно восприятие Интернет-пространства как виртуальной модели рынка. Этим обусловлено разделение электронной коммерции в сети Интернет на следующие сегменты:

- бизнес для потребителя (B2C);
- бизнес для бизнеса (B2B);
- бизнес для публичных учреждений (органов власти и управления);
- открытый рынок с неограниченным числом участников;
- открытые сети;
- известные и неизвестные друг другу партнёры.

Право Японии воспринимает предпринимательскую деятельность в сети Интернет только с одной стороны – как открытый рынок с неограниченным числом участников. Полагаем, что такая позиция способствует развитию только одного сегмента предпринимательства в Интернете, а именно B2C (бизнес для потребителя), при этом B2B (бизнес для предпринимателя) остаётся «слепой зоной» без правового регулирования со стороны государства.

Наиболее полное определение предпринимательской деятельности в сети Интернет, именуемой также электронной коммерцией, предложено Организацией экономического сотрудничества и развития, которая является главным двигателем глобализации мировой экономики. В одном из официальных изданий названной организации закреплена следующая дефиниция: «Электронная коммерция в целом относится ко всем формам коммерческих сделок, относящихся как к организациям, так и к физическим лицам, которые основаны на электронной обработке и передаче данных,

включая текст, звук и визуальные образы. Она также приводит к эффектам, когда электронный обмен коммерческой информацией может влиять на институты (учреждения) и процессы, которые поддерживают и регулируют коммерческую деятельность».

Организация экономического сотрудничества и развития обобщила данные об электронной коммерции разных стран и выделила несколько форм осуществления предпринимательской деятельности в сети Интернет:

- интернет-сайты для совершения розничных сделок купли-продажи непосредственно с потребителями;
- обслуживание онлайн-рынков, то есть заключение сделок с потребителями третьими лицами от имени предпринимателей (бизнес для потребителя);
- покупка и продажа услуг предпринимателями (бизнес для бизнеса);
- обмен данными между предпринимателями посредством сети Интернет (бизнес для бизнеса);
- сбор и использование статистических данных о демографических и иных признаках потребителей через социальные сети и Интернет-сайты для предпринимателей;
- маркетинговая деятельность;
- предпродажная подготовка для вывода на рынок товаров и услуг, а также реклама существующих товаров и услуг.

Проанализировав состояние российского бизнеса-сектора, использующего в своей деятельности глобальную сеть, можно сделать вывод, что все формы осуществления предпринимательской деятельности в сети Интернет реализуются в России. Однако в зарубежных странах, в том числе в США и государствах-членах Евросоюза этот сектор предпринимательства более развит. Полагаем, что одной из наиболее значимых причин замедления в прогрессе становления электронной коммерции в России выступает отсутствие надлежащего правового регулирования предпринимательской



деятельности в сети Интернет, в частности, отсутствие понятия предпринимательской деятельности в глобальной сети. Как было выяснено в ходе исследования, проведённого в рамках настоящей статьи, законодательство стран с более развитым бизнес-сегментом в Интернет-сети содержит понятия, обозначающие осуществление предпринимательской деятельности в глобальной сети («электронная коммерция», «электронный бизнес», «электронная торговля»). Отсутствие подобной дефиниции в российском законодательстве препятствует развитию бизнеса, использующего Интернет-сеть, поскольку в настоящее время правовое регулирование данного сегмента предпринимательства осуществляется по общему правилу без учета специфики этого вида бизнеса.

Отсутствие понятия электронной коммерции и надлежащего правового регулирования её осуществления в нормативных правовых актах Российской Федерации порождает большое количество проблем. Директор по развитию и стратегическим коммуникациям Российского общественного центра Интернет-технологий Татьяна Голубовская отметила, что малый и средний бизнес, ведущий деятельность преимущественно через Интернет-каналы, участвует в формировании большей части экономики страны, но при этом никак не взаимодействует ни друг с другом, ни с государством. Это показывает, что в России более развит бизнес для потребителя, в то время как бизнес для предпринимателя находится в состоянии стагнации на достаточно низком уровне.

Кроме того, при осуществлении предпринимательской деятельности в сети Интернет также существуют следующие проблемы:

- трудности продвижения продукции и услуг – 27,7%;
- качество продукции поставщиков, взаимодействие с партнёрами, внедрение IT-технологий – 12,2%;
- нехватка информации, потребность в консультационной поддержке и обучении – 6,3%;
- взаимодействие с органами исполнительной власти и

государственными учреждениями – 5%<sup>1</sup>.

Для решения обозначенных проблем РОЦИТ организовал в 2019 году кластер «SMB RAEC» - коллегиальный орган, объединяющий предпринимателей, ведущих свою деятельность в интернете, представителей некоммерческих организаций и государства для решения проблем, препятствующих развитию малого и среднего бизнеса в России.

Несмотря на то, что ликвидация правовой и цифровой неграмотности предпринимателей в области Интернет-технологий поможет решить часть проблем в сфере бизнес-сегмента в глобальной сети, предпосылки для стагнации данного вида предпринимательства останутся, поскольку правовая регламентация предпринимательской деятельности в сети Интернет по-прежнему отсутствует.

Полагаем, что наиболее оптимальным решением большинства проблем, существующих в области осуществления предпринимательской деятельности в сети Интернет, является закрепление на законодательном уровне понятия электронной коммерции, что послужит отправной точкой для дальнейшего развития правового регулирования данного вида бизнеса. Целесообразно при формулировании дефиниции предпринимательской деятельности в сети Интернет использовать положительный опыт зарубежных стран и международных организаций. Поэтому, по нашему мнению, понятие предпринимательской деятельности в сети Интернет (электронной коммерции) необходимо закрепить в российском законодательстве в следующей редакции. Предпринимательская деятельность в сети Интернет (электронная коммерция) – это заключение коммерческих сделок посредством сети Интернет между организациями и/или физическими лицами, взаимодействие и обмен информацией с использованием Интернет-технологий между предпринимателями, органами государственной власти и органами муниципального управления, а также осуществление иных

---

<sup>1</sup> Региональная общественная организация «Центр Интернет-технологий»: официальный сайт [Электронный ресурс] // URL: <https://rocit.ru/news/smb-raec-rocit> (дата обращения 26.04.2019).

действий, направленных на подготовку, заключение коммерческих сделок и связанных с ними передачу нематериальных благ, перевод денежных средств и других действий.

## **ГЛАВА 2. ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СЕТИ «ИНТЕРНЕТ»**

### **2.1. Общая характеристика договоров, заключаемых в сети Интернет**

Одними из главных вопросов, касающихся коммерческой деятельности в сети Интернет, являются проблемы правового характера и механизмы заключения договоров, которые заключаются в удалённом доступе. Данные вопросы относятся как к классификации договоров и их субъектов, так и к возникновению прав и обязанностей по конкретному договору. Договором признаётся соглашение между двумя или более лицами об установлении, изменении или прекращении гражданских прав и обязанностей, однако обширное разнообразие есть определённые конкретные черты, которые должен содержать в себе договор:

- Обоюдное желание сторон в достижении консенсуса.
- Применение понятия договора к тем правоотношениям, которые образовались при заключении договора.
- Рассмотрение договора в качестве формы соглашения.

Из понятия договора можно выделить согласованные действия контрагентов, выражающих их взаимную волю и направленность действий (волеизъявления) на установление, изменение или прекращение гражданских прав и обязанностей сторон. Волеизъявление является основным критерием сделки и должно быть понятным для других участников договора, а потому она изъясняется в любой существующей форме. Если перенести волеизъявление в Интернет, то здесь оно может выражаться нажатием конкретной кнопки ЭВМ, так как нажатие на кнопку запускает процесс обработки или передачи информации, делая её документированной и пригодной для восприятия людей, передачи и обработки. Соответственно, информация превращается в электронный документ.

При выделении интернет-договора, необходимо обратить внимание на договоры розничной купли-продажи, так как это самые распространённые

формы интернет-договоров.

Двусторонние и многосторонние сделки делятся на консенсуальные и реальные. Консенсуальные сделки образуют гражданские права и обязанности в достижении соглашения их сторонами, и передача вещи или иные действия осуществляется уже с целью их исполнения, а совершение реальной сделки не подразумевает лишь достижение соглашения, потому необходимо совершение другое действия.

Классический вид договора розничной купли-продажи, подразумевает, что договор является двусторонним, консенсуальным и возмездным. По договору розничной купли-продажи продавец, осуществляющий предпринимательскую деятельность по продаже товаров в розницу, обязан передать другой стороне (покупателю) товар, предназначенный для личного, семейного, домашнего или иного использования, не связанного с предпринимательской деятельностью. Обязательства покупателя о том, что он обязуется принять товар и уплатить за него определенную денежную сумму (цену), следует рассматривать через призму безоговорочного права .

Среди учёных-цивилистов возникают разные мнения. Одна группа считает, что действия продавца и покупателя по исполнению имеющихся у них обязанностей должны совершаться после заключения договора в соответствии с п. 1 ст. 434 ГК РФ<sup>1</sup>. На этом основании договор купли-продажи признается консенсуальным договором. То есть, ГК допускает заключение и реального договора купли-продажи, при котором договор исполняется в момент его заключения.

Другая группа полагает, что из ст. 493 ГК РФ следует, что договор розничной купли-продажи является реальным, так как в ст. 493 ГК указывается на совпадение момента заключения договора розничной купли-продажи с моментом выдачи документа, подтверждающего внесение платы за товар. Получается, что в момент заключения договора должна быть

---

<sup>1</sup> Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30 ноября 1994 № 51-ФЗ (ред. от 03 августа 2018) // Российская газета. № 238-239. 08.12.1994.

произведена оплата товара и, даже если данная оплата по тем или иным причинам не сопровождалась выдачей документа, подтверждающего факт оплаты, договор считается заключенным. То есть, в соответствии со ст. 493 ГК РФ для заключения договора розничной купли-продажи необходима передача имущества в виде одной из разновидностей вещей - денег, поэтому такой договор является реальным (п. 2 ст. 433 ГК РФ)<sup>1</sup>.

Данный спор в среде ученых-цивилистов приобретает черты и характер спора по вопросам казуальности сделок и интересен тем, что доказывает допустимость неоднозначного подхода в гражданском праве в части свободы отнесения сделок к реальным либо консенсуальным. Данный вопрос имеет особенное значение, так как нажатие клавиш ЭВМ при заключении договора в Интернете создаёт обязательства, которые в строгом порядке касаются только оферента, а акцептант имеет право на выраженное волеизъявление относительно достижения правового результата. Тем не менее, окончательно воля акцептанта образуется в ситуации надлежащего исполнения продавцом своих обязательств.

Обязательство определено как оформляющее акт товарообмена гражданское правоотношение, в котором должник обязан совершить в пользу кредитора конкретное действие имущественного характера, либо воздержаться от такого действия, а кредитор может требовать от должника исполнения его обязанности. В общем виде, обязательство является взаимоотношением участников товарообмена - субъектов гражданского права, регулируемое нормами обязательственного права.

При определении возникновения обязательства, необходимо руководствоваться совокупностью ст. 307 и 308 ГК РФ о возникновении обязательств как из договора, так и из иных оснований.

При нажатии соответствующей клавиши ЭВМ в случае дистанционного заключения договора розничной купли-продажи, акцептант

---

<sup>1</sup> Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30 ноября 1994 № 51-ФЗ (ред. от 03 августа 2018) // Российская газета. № 238-239. 08.12.1994.

дает согласие на принятие оферты.

Нельзя забывать о существовании вопроса о полноте и безоговорочности акцепта при заключении сделки в интерактивном режиме. Электронный документ - является документированной информацией, зафиксированной на материальном носителе путем документирования информации с реквизитами, которые дают возможность определить такую информацию или ее материальный носитель.

Публичная оферта ответчика - обращенное к пользователям сети Интернет предложение заключить договор на получение от ответчика электронных версий российских журналов, заявка на оформление подписки. Перепиской по электронной почте, которую вели работники ответчика в связи с наличием публичной оферты с сотрудниками истца, был доказан факт проведения переговоров по поводу реализации ответчиком электронных версий журналов.

С другой стороны, раскрывая интернет-договор как обязательство, следует четко определять момент возникновения обязательств у каждой из сторон.

Так, Постановлением Правительства РФ указаны 3 способа определения момента заключения договора розничной купли-продажи товаров дистанционным способом:

- с момента выдачи продавцом покупателю кассового или товарного чека;
- с момента выдачи продавцом покупателю иного документа, подтверждающего оплату товара;
- с момента получения продавцом сообщения о намерении покупателя приобрести товар<sup>1</sup>.

Договор часто рассматривается и как форма соглашения (сделки) - документ, фиксирующий права и обязанности сторон.

---

<sup>1</sup> Постановление Правительства РФ от 27.09.2007 №612 «Об утверждении правил продажи дистанционным способом» (ред. от 04 октября 2012 // Российская газета. 2007. №219.

Заклучение договора - достижение сторонами в надлежащей форме соглашения по всем существенным условиям договора в порядке, предусмотренном законодательством.

Договор считается заключенным при соблюдении двух необходимых условий:

- сторонами должно быть достигнуто соглашение по всем существенным условиям договора;

- достигнутое сторонами соглашение по своей форме должно соответствовать требованиям, предъявляемым к такого рода договорам (ст. 432 ГК РФ).

При заключении договора посредством интернет-технологий принято ссылаться на классификацию гражданско-правовых договоров: между «присутствующими» и между «отсутствующими», причем существуют разработки по отнесению договоров, заключаемых в режиме on-line в Интернете, к категории «между отсутствующими», что является не совсем верным, поскольку, по мнению Г.Ф. Шершеневича, существенным фактором является не пространственная удаленность сторон, а момент разъединенности по времени изъявления воли<sup>1</sup>. Если стороны поставили себя в невозможность обмениваться волеизъявлениями непосредственно одна после другой, то договор между отсутствующими контрагентами налицо.

Между тем само понятие интерактивного режима заключения договоров с помощью Интернета базируется на непрерывном обмене информацией между контрагентами. Интернет-технологии сокращают непроизводительное время на передачу информации, сведя договор между людьми, фактически находящимися в разных местах, к категории договора между присутствующими.

Однако отсутствие фактического контакта между участниками интернет-отношений порождает проблему, которую можно охарактеризовать

---

<sup>1</sup> Шершеневич Г.Ф. Учебник русского гражданского права (по изданию 1907 г.). – М.: Спарк, 1995. – С.342.



как «неопределенность субъектного состава» и которая выражается следующим образом:

Достоверная идентификация участника интернет-отношений возможна только по применению субъектом усиленной электронной подписи (ЭП) или ЭЦП. Собственно, требованиями ст. 5 ФЗ «Об ЭП» понятие усиленной подписи раскрывается через возможность определения лица, подписавшего документ<sup>1</sup>. Во всех остальных случаях: применения простой ЭП, IP-адреса, доменного имени, логинов и паролей - идентификация лица, участвующего в данных отношениях, является недостоверной, что ряд авторов относит не просто к свойствам Интернета, но и определяет одним из его достоинств.

Не вдаваясь глубоко в спор цивилистов о том, является ли конкретизация правомочных и обязанных субъектов по лицам безусловным и необходимым признаком гражданского правоотношения, оставляя в стороне высказывание о том, что «точная определенность участников не относится к специфическим признакам правоотношения», следует обратить внимание на то обстоятельство, что дефект субъекта влечет за собой недействительность сделки.

Таким образом, в настоящее время обозначается проблема отсутствия дефекта субъекта интернет-правоотношения при его недостоверной идентификации.

Юрасов А.В. выделяет три подхода к правовому обеспечению электронной предпринимательской деятельности.

1) это перенос норм действующего законодательства по аналогии на сделки, заключаемые с использованием новых технологий.

2) регулирование сделок с помощью обычаев делового оборота.

3) детальное согласование сторонами того, что они считают нормой для данной сделки<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Федеральный закон «Об электронной подписи» от 06 апреля 2011 № 63-ФЗ (ред. от 23 июня 2016) // Российская газета. 2011. №75.

<sup>2</sup> Юрасов А.В. Электронная коммерция: Учеб. пособие. М.: Дело.2003. С.35

## 2.2. Продажа товаров дистанционным способом и по образцам

Существуют различные способы к заключению договора. Так, ГК РФ в соответствии со ст. 497 позволяет осуществлять розничную куплю-продажу на основании договора, который может быть заключен:

- на основании ознакомления покупателя с образцом товара, предложенным продавцом и выставленным в месте продажи товаров (продажа товара по образцам);

- на основании ознакомления покупателя с предложенным продавцом описанием товара посредством каталогов, проспектов, буклетов, фотоснимков, средств связи (телевизионной, почтовой, радиосвязи и других) или иными способами, исключающими возможность непосредственного ознакомления потребителя с товаром либо образцом товара при заключении такого договора (дистанционный способ продажи товара).

На принципе ознакомления с товаром работают все интернет-магазины, которые заключают договоры розничной купли-продажи, они определяют условия заключения сделки путем выставления таких условий в договоре, который размещают на сайте своей организации, такая форма договора носит название «публичный договор».

Продажа товара дистанционным способом подпадает под регулирование отношений, определяемых Законом РФ «О защите прав потребителей» от 07.02.1992 № 300-1. Так, ст. 26.1 под дистанционным способом продажи товара понимает заключение договора розничной купли-продажи на основании ознакомления потребителя с предложенным продавцом описанием товара посредством каталогов, проспектов, буклетов, фотоснимков, средств связи (телевизионной, почтовой, радиосвязи и других) или иными исключающими возможность непосредственного ознакомления потребителя с товаром либо образцом товара при заключении такого

договора способами<sup>1</sup>.

Таким образом, критериями дистанционного способа продажи являются:

1) ознакомление потребителя с описанием товара посредством такой технологии, которая исключает возможность непосредственного ознакомления потребителя с товаром или образцом товара.

2) заключение договора на основании ознакомления.

Следующим этапом, определенным в законе, является процедура заключения договора. В соответствии со ст. 432 ГК РФ договор считается заключенным, если между сторонами в требуемой в подлежащих случаях форме достигнуто соглашение по всем существенным условиям договора<sup>2</sup>.

К существенным условиям относятся условия о предмете договора, условия, которые названы в законе или иных правовых актах как существенные или необходимые для договоров данного вида, а также все те условия, относительно которых по заявлению одной из сторон должно быть достигнуто соглашение.

До заключения договора купли-продажи продавец, торгующий товарами дистанционным способом, обязан предоставить потребителю информацию о свойствах товара, адресе и фирменном наименовании продавца, месте изготовления товара, цене и условиях приобретения товара, его доставке, сроке службы, сроке годности, гарантийном сроке, порядке оплаты и сроке, в течение которого действует предложение о заключении договора.

В момент доставки товара покупателю должна быть в письменной форме предоставлена следующая информация о товаре, а для импортных товаров - на русском языке:

а) наименование технического регламента или иное обозначение,

---

<sup>1</sup> Закон РФ «О защите прав потребителей» от 07.02.1992 №2300-1 (ред. от 18.03.2019) //Российская газета. 1996 №8.

<sup>2</sup> Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30 ноября 1994 № 51-ФЗ (ред. от 03 августа 2018) // Российская газета. № 238-239. 08.12.1994.

установленное законодательством Российской Федерации о техническом регулировании и свидетельствующее об обязательном подтверждении соответствия товара;

б) сведения об основных потребительских свойствах товара (работ, услуг), а в отношении продуктов питания - сведения о составе (в том числе наименование использованных в процессе изготовления продуктов питания пищевых добавок, биологически активных добавок, информация о наличии в продуктах питания компонентов, полученных с применением генно-инженерно-модифицированных организмов), пищевой ценности, назначении, об условиях применения и хранения продуктов питания, о способах изготовления готовых блюд, весе (объеме), дате и месте изготовления и упаковки (расфасовки) продуктов питания, а также сведения о противопоказаниях для их применения при отдельных заболеваниях;

в) цена в рублях и условия приобретения товара (выполнения работ, оказания услуг);

г) сведения о гарантийном сроке, если он установлен;

д) правила и условия эффективного и безопасного использования товаров;

е) сведения о сроке службы или сроке годности товаров, а также сведения о необходимых действиях потребителя по истечении указанных сроков и возможных последствиях при невыполнении таких действий, если товары по истечении указанных сроков представляют опасность для жизни, здоровья и имущества покупателя или становятся непригодными для использования по назначению;

ж) адрес (место нахождения), полное фирменное наименование (наименование) продавца;

з) сведения об обязательном подтверждении соответствия товаров (услуг) обязательным требованиям, обеспечивающим их безопасность для жизни, здоровья покупателя, окружающей среды и предотвращения причинения вреда имуществу покупателя в соответствии с

законодательством Российской Федерации;

и) сведения о правилах продажи товаров (выполнения работ, оказания услуг);

к) сведения о конкретном лице, которое будет выполнять работу (оказывать услугу), и информация о нем, если это имеет значение исходя из характера работы (услуги);

л) информация о том, что покупатель вправе отказаться от товара в любое время до его передачи, а после передачи товара - в течение 7 дней;

м) информация о порядке и сроках возврата товара потребителем.

В момент доставки товара данная информация должна быть предоставлена потребителю уже в письменной форме.

Вопросы налогообложения субъектов рынка е-коммерции является одним из центральных в структуре государственного регулирования данного рынка. Спецификой данного рынка является то, что операции, сопровождающие заключение сделки, часто происходят в виртуальном пространстве. Обращая внимание на процесс оплаты товаров, отмечаем, что движение денежных потоков в онлайн-пространстве отследить практически невозможно.

Основное направление получения денежных средств выражается в безналичных платежах, осуществлении транзакций с помощью пластиковых карт, но существуют компании, которые за товар или оказанные услуги принимают платежи наличными через курьеров или специальные пункты. Рассмотрев данные процессы с точки зрения налоговых органов, отметим, что Интернет – новый способ взаимодействия между продавцом и покупателем, не отменяющим налоговых обязанностей. В связи с этим делаем вывод о возможности применения существующих норм и правил налогообложения в отношении рынка е-коммерции. Однако, в связи с виртуальной природой этих операций, процесс налогообложения субъектов рынка электронной коммерции имеет ряд особенностей, что предопределяет необходимость адаптации действующей системы налогообложения к

условиям рынка e-коммерции.

Для понимания логики и особенностей функционирования рынка e-коммерции, рассмотрим более детально основных игроков данного рынка. В зависимости от типа ведения деятельности, всех субъектов можно условно разделить на производителей и посредников. С точки зрения налогообложения, это группы, по которым необходимо применять принципиально отличные меры регулирования для максимизации налоговых поступлений.

В зависимости от типа субъекта рынка e-коммерции целесообразным является определение наиболее эффективного способа налогообложения, являющегося необходимым условием обеспечения положительного социального и экономического эффекта. Исходя из этого и рассматривая особенности деятельности указанных групп субъектов, определим основные проблемы, связанные с их налогообложением:

1. Частичное или полное уклонение от посредников уплаты налога на прибыль.
2. Проблема двойного налогообложения при проведении трансграничных операций.
3. Проблемы, связанные с желанием производителей минимизировать объем уплачиваемых налогов, путем трансфера производства с максимально низкими ставками налогообложения.

По нашему мнению, некоторые из этих проблем можно превратить в преимущества и стимулы к ведению хозяйственной деятельности в России в условиях ведения гибкой политики налогообложения. Таким образом, можно увеличить объем налоговых поступлений, что будет стимулировать развитие национальной экономики.

Стоит отметить, что существует прямая зависимость между состоянием развития рынка и объемом налоговых поступлений от субъектов рынка e-коммерции. На сегодня развитие рынка электронной коммерции в России тормозят многие факторы, в частности, отсутствие стимулирования

субъектов отечественного рынка и медленный процесс выхода на рынок мировых лидеров электронных платежных систем (что тоже связано с отсутствием достаточных рыночных и регуляторных стимулов) и тому подобное.

С другой стороны, в настоящее время на мировом рынке происходит развитие новых тенденций, а именно внедрение интернет-технологий.

Если проанализировать интернет-рынок, то можно отметить, что в России и в других странах появляется большое количество интернет-компаний. Все больше расширяется товароборот, а также спектр предоставляемых услуг в данной сети.

По мнению различных ученых, интернет в настоящее время является одним из наиболее перспективных средств маркетинга, и представляет собой сильный коммерческий инструмент для развития своего бизнеса.

Одним из главных статей дохода государства является бизнес в интернете, как и любой бизнес, так как прибыль имущество компании подлежит налогообложению.

Развитие Интернет-торговли вносит изменения и в систему налогообложения – это приводит к трансформации бухгалтерского и налогового учета. С точки зрения вида экономической деятельности реализация товаров через сеть-интернет квалифицируется как розничная интернет торговля осуществляемая через компьютер<sup>1</sup>

К сожалению, развитие интернет торговли влияет не только на развитие бизнеса, но влечет развитие проблем связанных с налогообложением. Первая заключается в том, что электронную торговлю сложно контролировать, так как личность и место резидентства покупателя зачастую можно установить только по данным банковской карты, но на данный момент чаще всего оплата производится через электронную платежную систему, к примеру, такие как Webmoney, Rapida, Rayeer.

---

<sup>1</sup> Зверева Т.В. Некоторые вопросы налогообложения Интернет-торговли Российской Федерации // Инновационное развитие экономики. – 2018. – №1 (43). С. 223.

Проблема неспособности налоговых органов проследить электронные сделки остается, до сих пор, не решенной, не только для России, но и для других государств.

По мнению Р.П. Зимина данная проблема не устраняется из-за нехватки технологий для контроля электронных сделок в интернет-системе. Для того, чтобы устранить данную проблему, налоговым органам необходимо создать новые технологии для идентификации электронных сделок<sup>1</sup>.

Еще одна проблема заключается в том, что в налоговом законодательстве отсутствует понятие Интернет-торговли, но если проанализировать налоговые документы, то можно отметить, что данный термин используется в различных документах.

Поэтому необходимо в налоговое законодательство добавить понятие «Интернет-торговли» и дать четкое определение этому понятию<sup>2</sup>.

В тоже время в Российском законодательстве нет четкого определения места поставки товара в Интернет-торговли, это приводит к тому, что невозможно проследить определенные виды коммерческих сделок. Российская система НДС основана на принципе назначения, но для того, чтобы данная система распространялась на Интернет-торговлю необходимо определять местоположение покупателя.

Рассмотрим, какие существуют способы для налогообложения Интернет-торговли (интернет-бизнеса) в налоговом законодательстве. Можно выбрать разные способы налогообложения - ЕНВД (единый налог на вмененный доход), УСН (упрощенная система налогообложения), ОСНО (общая система налогообложения). В настоящее время одним из

---

<sup>1</sup> Зимина Р.П. Проблемы налогообложения Интернет-торговли в Российской Федерации // В сборнике: Экономика, управление и право: инновационное решение проблем сборник статей Международной научно-практической конференции. – 2016. – С. 58.

<sup>2</sup> Трегубова В.М., Махонина И.Н. // Социально-экономические явления и процессы. – 2017. – №2. – С. 148.



оптимальных вариантов будет выбор УНС<sup>1</sup>. Система УНС бывает двух видов:

1. В первом виде объект налогообложения – это доходы. Такая форма предусматривает уплату 6% от общей суммы полученной выручки при продаже товаров. При такой форме УСН расходы не учитываются. Такая форма налогообложения выгодна предпринимателям, которые не могут подтвердить свои расходы, например, покупают товары ручной работы или закупают продукцию на иностранных сайтах<sup>2</sup>.

2. Во втором виде база налогообложения – доходы от продаж минус расходы.

Такая форма налогообложения предусматривает уплату 15% налога от разницы, полученной при вычете расходов из суммы общих продаж интернет-магазина. К расходам, которые учитываются в данном виде УСН, относятся затраты, связанные с осуществлением предпринимательской деятельности (ст. 346.16 НК РФ).

По мнению авторов, Интернет-торговля является одним из распространенных источников прибыли многих компаний.

Для того, чтобы устранить данную проблему необходимо внедрить в налоговую систему интернет-технологии, которые могут позволить контролировать электронные сделки, осуществляемые с помощью перевода денежных средств, через неофициальные приложения платежной системы.

### **2.3. Особенности рекламы в сети Интернет**

В сети Интернет используется так называемая контекстная реклама. Контекстная реклама - это разновидность рекламной информации, которая

---

<sup>1</sup> Равчеева О.В. Особенности и проблемы налогообложения торговли в интернете // В сборнике: Актуальные проблемы налоговой политики сборники материалов IX Международной научно-практической конференции молодых налоговых. – 2017. – С. 308.

<sup>2</sup> Карсакова А.Е. Налогообложение интернет-бизнеса // Научный журнал. – 2017. – №8 (21). – С. 24.

демонстрируется пользователю в соответствии с его поисковыми запросами. Показ базируется на анализе ключевых слов, которые указываются рекламодателями при размещении рекламы в таких поисковых системах, как Яндекс, Google и т.д.

Рекламные материалы, размещенные в сети Интернет, безусловно, должны соответствовать требованиям, предъявляемым Законом о рекламе. Причем должны учитываться также особенности восприятия этих рекламных объявлений потребителем и возможность использования тех средств, которые недоступны при других способах размещения.

Всё большее развитие получают средства распространения рекламы, основанные на «обратной связи» с потенциальными потребителями услуг. В качестве примера можно привести средства рекламы, представляющие собой сочетание источников компьютеризированной информации и кабельного телевидения, т.к. сфера сервиса тяготеет к месту оказания услуг населению по месту его проживания, отдыха или работы. В том числе в силу значительных трудностей в использовании логистических схем. В качестве методов Интернет-рекламы используются [1 - 10]: баннерная реклама на коммерческих сайтах Интернета; коммерческие показы в ведущих баннерообменных сетях; регистрация в поисковых машинах и каталогах Интернета; оптимизация WEB-сайта для роботов поисковых систем; e-mail реклама в специализированных почтовых рассылках; размещение информации в Интернет о конференциях, форумах, чатах, на популярных новостных сайтах, досках объявлений и т.д.; организация системы обмена текстовыми ссылками. К основным преимуществам Интернета перед другими медианосителями рекламы ряд авторов относит:

- **targeting** - точный охват целевой аудитории, осуществляемый по тематическим сайтам, по географии и по времени;
- **tracking** - отслеживание, возможность анализа поведения посетителей на сайте и совершенствования сайта, услуги и маркетинга в соответствии с результатами такого постоянного мониторинга;

- свойство 24x7x365, означающее возможность функционировать 24 часа в сутки, 7 дней в неделю, 365 дней в году;
- оперативность, позволяющая начать, скорректировать или прервать рекламную кампанию в любой момент; интерактивность, позволяющая потребителю услуги общаться с фирмой в режиме онлайн; объемность, так как в Интернете можно размещать большое количество информации, включая графику, звук, видео, спецэффекты;
- сравнительно низкая стоимость рекламы в Интернете, трудно определить ее реальную стоимость по критериям спроса/предложения аналогично тому, как это делается в телерекламе или на радио, когда независимые исследователи изучают размер аудитории, и процесс ценообразования уже отлажен.

В настоящий момент учеными ведутся споры, распространяется ли действующее законодательство РФ о рекламе на Интернет-рекламу. Существует две противоположные точки зрения относительно распространения законодательства на рекламную деятельность в сети Интернет. Первая из них, основоположником которой выступает Л.К.Терещенко, гласит, что «действующее законодательство не регламентирует рекламу в Интернете». Ученые, входящие во вторую группу, такие как С. В. Малахов, В. Мещенков, С. Петровский, утверждают, что закон от 13 марта 2006 г. №38-ФЗ «О рекламе» распространяется на Интернет-рекламу, но не учитывает всех ее особенностей и специфик.

Таким образом, реклама, распространяемая в Интернет, попадает под действие российского законодательства о рекламе, следовательно, несмотря на то, что четкая регламентация её размещения в Интернет отсутствует (имеются лишь общие положения относительно распространения рекламы по сетям электросвязи ст.18 Закона), требования к рекламе, предусмотренные ст. 5 Закона «О рекламе», распространяются и на Интернет-рекламу.

Под рекламой понимается информация, распространенная любым

способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

В рекламе товаров при дистанционном способе их продажи должны быть указаны сведения о продавце таких товаров: наименование, место нахождения и государственный регистрационный номер записи о создании юридического лица; фамилия, имя, отчество, основной государственный регистрационный номер записи о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя.

С.Ю. Филиппова, давая обобщенное определение, указывает, что «контекстная реклама - способ размещения рекламы в сети Интернет путем демонстрации рекламного объявления при введении посетителем интернет-сайта поискового запроса с использованием определенных ключевых слов»<sup>1</sup>.

Поведенческая реклама - это контекстная реклама с привязкой к конкретным интересам пользователя. В руководствах для маркетологов указывается: «К примеру, посетитель ищет в поисковике ноутбук, посещает сайты магазинов компьютерной техники, читает различные форумы, сравнивает характеристики моделей ноутбуков. Вся эта информация передается системам контекстной рекламы и на основе интересов пользователя выдается соответствующая реклама на других сайтах, которые посетит данный человек. Поэтому так и получается, что пользователь, искавший ноутбуки, на сайте о рыбках увидит рекламу ноутбуков, а не морских животных. Таким образом, владельцы не столь популярных тем смогут немного повысить свой доход от рекламы за счет поведенческого фактора, который присутствует в каждой современной системе контекстной рекламы».

Российские суды пока весьма формально оценивают характеристики

---

<sup>1</sup> Настольная книга руководителя организации: правовые основы / отв. ред. И.С. Шиткина. М.: Юстицинформ, 2015.

контекстной рекламы. В одном из судебных решений указывалось, что истец не представил доказательств нарушения ответчиком его прав, ведь "наличие контекстной рекламы на поисковой странице сайта <http://www.yandex.ru/> является результатом работы поисковой системы, которая с помощью контекста и ключевых слов осуществляет автоматическую привязку запроса пользователя с выдаваемыми на странице результатами, ключевые слова никак не связаны с рекламной ссылкой, они являются техническим параметром, не представляя собой часть рекламного объявления" <1>. В связи с этим не было признано нарушение права истца на товарный знак в смысле ст. 1484 ГК РФ. По логике судебной инстанции, следовательно, подбор и предоставление реклам пользователю вообще могут выпадать из правового поля, раз они носит технический характер.

Наибольшую потенциальную опасность как для интересов потребителей, так и для интересов конкурентов может представлять скрытая реклама, распространяемая в сети Интернет. Скрытая реклама, под которой понимается реклама, оказывающая не осознаваемое потребителями рекламы воздействие на их сознание, в том числе посредством использования специальных видеовставок (двойной звукозаписи) и иных способов, запрещается. Скрытой является реклама, которая оказывает воздействие на сознание потребителей в форме, препятствующей осознанию данного вида вмешательства, влияющего на свободу выбора потребителя <1>. Как отмечается в литературе, в данном случае учитывается, что подсознание человека слабо контролируется, и, воздействуя на него, можно заставить человека принимать нерациональные решения .

Вопрос законодательства, регулирующего онлайн-контент, представляет большой интерес для обеих сторон правительство и пользователи Интернета. В соответствии с международным правом онлайн-контент может законно подлежать к некоторым узким ограничениям, например, для предотвращения распространения детской порнографии; любое регулирование содержания не должно подрывать свободу выражения

мнений и должно быть необходимым и действенным пропорционально их цели. По мнению российских юристов Г. Араповой и С. Кузевановой, «за последние пять лет российское законодательство, касающееся Интернета, стало чрезвычайно активным. Заметные поправки, привели к внесудебной блокировке сайтов, в том числе независимых СМИ, и усиление регулирования блогеров. Роскомнадзор – в орган, ответственный за мониторинг и контроль российских СМИ – как онлайн, так и оффлайн его полномочия все»<sup>1</sup>.

Таким образом, нельзя сказать, что государство стоит на месте, регулируя интернет-среду. На самом деле, правовая база для интернет-среды узкая – много вопросов и ситуаций, которые не охраняются законом. Есть несколько объективных причин. Интернет не является международной организацией, государственным образованием, общественным объединением или юридическим лицом.

Нет никакой другой системы, которая взаимодействует с Интернетом. Таким образом, интернет не может быть субъектом права. С другой стороны, это не может быть объектом права потому, как у него нет владельца, он принадлежит огромному количеству людей. Так или иначе, Интернет содержит много информационных объектов, принадлежащих конкретным людям. Таким образом, закон может быть применен к ним.

Обратим внимание на одну из самых тревожных тенденций существующую сегодня в России. Речь идет о детской смертности. Доклад ЮНИСЕФ за 2018 год Россия занимает третье место по уровню подростковых самоубийств в мире, более чем в три раза превышая общемировой средний. По данным Следственного комитета в 2018 году в Российской Федерации покончили с собой 720 подростков<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Арапова Г., Кузеванова С. Россия: анализ последних изменений в сфере регулирования медиа и интернета. – Статья – URL: <http://www.creativecommons.org/licenses/by-ncsa/2.5/legalcode> (дата обращения: 25 июня 2019)

<sup>2</sup> Мурсалиева Г. Группы смерти (18+) // Новая газета. №51. 16 мая 2018. <https://www.novayagazeta.ru/articles/2016/05/16/68604-gruppy-smerti-18> (дата обращения: 25.04.2019)

Причиной этому стала так называемая игра «Синий кит». Эта онлайн игра включает в себя подростков завершения ежедневные задания в течение 50 дней, включая самоповреждение, просмотр фильмов ужасов и пробуждение в определенное время. А на пятидесятый день, контролирующие манипуляторы за игрой, или кураторы, сообщают, что б молодые люди покончили жизнь самоубийством.

Законодательно Российской Федерации не проработаны многие вопросы, решение которых является необходимым для эффективного правового регулирования отношений в рамках интернет-сообщества

## ГЛАВА 3. ЭЛЕКТРОННЫЙ ДОКУМЕНТ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

### 3.1. Понятие и правовая характеристика электронного документооборота

В связи с развитием сети Интернет и её повсеместным использованием, законодатель получил серьёзный инструмент для продвижения политики гласности, рассчитанной на повышение уровня доверия населения к органам государственной власти, органам местного самоуправления<sup>1</sup> и судебной власти<sup>2</sup>. Данные органы обязуются опубликовывать всю уместную и общедоступную информацию о своей работе, порядке, месте и способе обращения. Данное действие, помимо ранее упомянутого повышения доверия населения к органам власти, помогает людям в удобной форме направить заявление или посетить необходимое им учреждение в необходимое время и с нужной информацией. Это лишний раз подчёркивает, что Интернет является неотъемлемой частью жизни современного человека. Люди не могут обойтись без выхода в Интернет, социальных сетей и информации, которую они могут ежедневно получать и выбирать в электронном формате. Программные документы развития информационного общества, которые созданы для определения стратегических задач, подтверждают сложившуюся ситуацию<sup>3</sup>.

Особое место среди самых быстрорастущих и склонных к развитию информационных технологий занимает интернет-торговля, основным

---

<sup>1</sup> Федеральный закон «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления» от 09.02.2009 № 8-ФЗ (ред. от 28 декабря 2017) // Российская газета. 2009. №25.

<sup>2</sup> Федеральный закон «Об обеспечении доступа к информации о деятельности судов в Российской Федерации» от 22 декабря 2008 № 262-ФЗ (ред. от 28 декабря 2017) // Собрание законодательства РФ. 29 декабря 2008. № 52 (ч. 1). Ст. 6217.

<sup>3</sup> См., например: Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации (утв. Президентом РФ 07 февраля 2008 № Пр-212 // Российская газета. 2008. №34; распоряжение Правительства РФ от 20.10.2010 № 1815-р «О Государственной программе Российской Федерации «Информационное общество (2011 - 2020 годы)» // Собрание законодательства РФ. 15 ноября 2010. № 46. Ст. 6026 // СПС «Консультант»



инструментом которой является пересылка сообщений (обмен данными) через электронные системы, с помощью чего заключается договор. Электронный обмен данными раскрывается как электронная передача информации от компьютера к компьютеру в соответствии с согласованными стандартами структуры информации.

П. 2 ст. 434 ГК РФ установлено, что договор в письменной форме может быть заключен также и путем обмена документами посредством почтовой, телеграфной, телетайпной, телефонной, электронной или иной связи, позволяющей достоверно установить, что документ исходит от стороны по договору<sup>1</sup>.

Нормами российского законодательства определено легальное понятие электронного документа.

Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» в п. 11.1 ст. 2 определяет электронный документ как документированную информацию, представленную в электронной форме, т.е. в виде, пригодном:

- для восприятия человеком с использованием электронно-вычислительных машин;
- для передачи по информационно-телекоммуникационным сетям;
- для обработки в информационных системах.

Информация, передаваемая в электронной форме – это совокупность электрических импульсов, проводимых по каналам связи и обрабатываемых процессорами ЭВМ. ЭВМ имеет все возможные для человеческого восприятия способы ввода и вывода информации (клавиатуру, видеосистему, аудиосистему). Тем не менее, в ЭВМ обрабатываются только электрические импульсы. Соответственно, совокупность электрических импульсов, обрабатываемых ЭВМ, является электронным документом.

ФЗ «Об электронной подписи» не раскрыл определения электронного

---

<sup>1</sup> Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30 ноября 1994 № 51-ФЗ (ред. от 03.08.2018) // Российская газета. № 238-239. 08 декабря 1994.

документа, однако отметил нюансы, при которых электронный документ, подписанный электронной подписью (ЭП), и документ, существующий на бумаге и подписанный собственноручно равнозначны<sup>1</sup>.

В соответствии с п. 1 ст. 2 ФЗ «Об электронной подписи» информация, переданная в электронной форме, присоединённая к иной информации в электронной форме (подписываемой информации), или другим образом связана с такой информацией, используемой для определения лица, подписывающего информацию, называется электронной подписью.

Виды электронных подписей прописаны в ФЗ «Об электронной подписи» Видами электронных подписей, отношения в области использования которых регулируются настоящим Федеральным законом, являются простая электронная подпись и усиленная электронная подпись. Различаются усиленная неквалифицированная электронная подпись и усиленная квалифицированная электронная подпись. Электронный документ с электронной подписью является равным документу на бумажном носителе в случаях установленных федеральными законами и принимаемыми в соответствии с ними нормативными правовыми актами.

В сравнении с существовавшим ранее ФЗ «Об ЭЦП», в упомянутом выше Законе выделяется не признание равнозначности электронного документа и документа на бумажном носителе, а на определённых условиях, при которых электронный документ будет равен документу на бумажном носителе. Это значительно упрощает признание равенства между письменной формой сделки и сделкой, заверенной электронной подписью.

Подобное действие идёт на встречу участникам делового оборота, воспринимающие электронные документы только как текстовые документы, созданные с помощью ЭВМ.

Абсолютное большинство в качестве электронного документа в первую очередь рассматриваются файлы, содержащие только ту информацию,

---

<sup>1</sup> Федеральный закон «Об электронной подписи» от 06 апреля 2011 № 63-ФЗ (ред. от 23 июня 2016) // Российская газета. 2011. №75.

которую может воспринимать человек с помощью органов чувств, однако данная версия является неверной, так как большой пласт информации ЭВМ находится вне содержимого файлов, однако неосведомленность пользователя не несёт проблемы при добросовестности участников и отсутствии конфликтов.

При возникновении спора, учитывая необходимость доказывания, используется следующий прием: нотариус устанавливает соответствие между изображением на экране монитора и распечаткой указанного изображения на бумажном носителе (скриншотом), заверяет указанную распечатку, в каком виде она представляется в качестве письменного доказательства.

Изложенное позволяет сделать вывод, что современный практический подход к электронному документу делает акцент на его составляющей как документированной информации, пригодной для восприятия человеком с использованием электронно-вычислительных машин, оставляя без внимания ее представление в виде, пригодном для передачи по информационно-телекоммуникационным сетям и для обработки в информационных системах.

### **3.2. Доказательственное значение электронного документа**

Серьёзным неудобством в изучении электронных документов становится та ситуация, что в процессе доказывания необходимо обратить серьёзное внимание не только содержанию файловой информации, но и иной информации, содержащейся в ЭВМ, системе ЭВМ либо их сети. При этом следует понимать, что электронный документ может быть представлен на нескольких уровнях: физическом; логическом; синтаксическом; семантическом; прагматическом<sup>1</sup>.

Необходимо понимать, что не каждый файл (или его часть) доступен для просмотра. Огромное количество файлов документов содержат кроме

---

<sup>1</sup> Дуленко В.А. О доказательной ценности компьютерной информации // Правовые вопросы связи. 2006. № 2. С. 13

собственно текста и рисунков элементы форматирования: размер, тип и выделение шрифта, межстрочный интервал, величину абзацного отступа, размеры полей страницы, иные служебные отметки, связывающие документ с конкретным пользователем и аппаратно-программной средой разработки: конкретным текстовым или табличным процессором, операционной системой и т.д.

Действия по осуществлению недобросовестного поведения зачастую включают в себя доступ к ЭВМ посторонних лиц, незаконное копирование и перехват информации и т.д. Так, М.Ш. Махтаев разделил указанные действия в зависимости от их направленности на:

- действия, направленные на оказание воздействия на очевидцев и свидетелей;
- действия, направленные на изменение материальной обстановки;
- действия, направленные на устранение интеллектуальных следов<sup>1</sup>.

Далее каждая из групп подразделяется на подгруппы и т.д.

Место электронных документов в системе доказательств вызывает бурные споры у научного сообщества. Обычно, выделяют две наиболее распространённые точки зрения:

- средства доказывания, которые давно известны процессуальному законодательству, охватывают источники информации и их необходимо относить или к вещественным, или к письменным доказательствам;
- современные источники информации не охватываются уже установленными средствами доказывания, их нельзя относить к вещественным или к письменным доказательствам.

Аргументируя обоснованность первой из них, Д.М. Чечот отмечал, что специфические особенности носителя информации предполагают специфические способы ее воспроизведения, т.е. если документ на обычном

---

<sup>1</sup> Махтаев М.Ш. Методика расследования компьютерных преступлений: Учебное пособие. М., 2007. С. 38.

носителе может быть воспринят обычным способом (непосредственно прочитан), то «технический носитель информации во многих случаях требует расшифровки»<sup>1</sup>. Указанное обстоятельство между тем не помешало автору отнести к письменным доказательствам перфокарты, магнитные ленты, перфоленты.

Е.А. Виноградова считает, что «действующее гражданское и процессуальное законодательство давало и дает основания для формирования судебной практики, исходящей из принципиальной допустимости в качестве письменных доказательств в суде, в Госарбитраже заверенных электронной цифровой подписью документов»<sup>2</sup>

А.П. Вершинин считает, что электронная форма документа усложняет его использование в качестве письменного доказательства в гражданском и арбитражном процессе, так как в отличие от письменных документов электронные документы сами по себе недоступны человеческому восприятию, в связи с чем они имеют большее сходство с вещественными доказательствами, которые служат средством установления обстоятельств, имеющих значение для дела<sup>3</sup>.

Следует особо подчеркнуть, что в российском гражданском и арбитражном процессах особую значимость приобрело не соотнесение электронного документа к документам на бумажном носителе, а выделение электронного документа в самостоятельную категорию доказательств (формально относящихся к письменным доказательствам).

Таким образом электронный документ может рассматриваться в качестве доказательства по уголовным делам лишь в виде вещественного

---

<sup>1</sup> Советский гражданский процесс / Под ред. Н.А. Чечиной, Д.М. Чечота. Ленинград, 1984. С. 156

<sup>2</sup> Виноградова Е. Правовое регулирование создания и использования электронной (безбумажной) документации, заверенной электронной цифровой подписью // Хозяйство и право. 1994. № 5. С. 65

<sup>3</sup> Вершинин А.П. Электронный документ: правовая форма и доказательство в суде. М. 2000. С. 109.

доказательства либо в качестве иных документов, относящихся к уголовному делу. Указанная неопределенность осложняет возможности расследования дел, направленных в первую очередь на борьбу с преступлениями в сфере компьютерной информации, порождает споры в среде ученых-криминалистов о месте компьютерной информации в системе доказательств (аналогичные спорам ученых-цивилистов по тому же вопросу).

Применяя сложившееся в процессе отношение к электронному документу как доказательству, следует с горечью констатировать, что наша страна к участию в интеграционных процессах не готова и готова не будет по крайней мере до тех пор, пока в общественном сознании электронный документ не будет представляться чем-то большим, нежели «документом, изготовленным с помощью ЭВМ».

В настоящее время наша страна отказалась от участия в данном интеграционном процессе на том основании, что положения пункта «b» статьи 32 Конвенции сформулированы таким образом, что не исключается возможность такого их толкования и применения, которые не соответствуют, в частности, целям и принципам, изложенным в абзацах девятом и десятом преамбулы Конвенции, и могут нанести ущерб суверенитету и национальной безопасности государств-участников, правам и законным интересам их граждан и юридических лиц.

Классификация по сущности доказательства подразделяется на доказательства:

- созданные человеком в ЭВМ ;
- созданные компьютером ;
- созданные совместно человеком и компьютером.

Перед принятием электронного документа в качестве доказательства участник процесса должен доказать его аутентичность, что возможно следующими способами:

- при помощи стандартной процедуры аутентификации электронного

документа, как и любой другой записи, в соответствии с неполным списком Федеральных правил доказывания ;

- для демонстрации аутентификации записей, сгенерированных компьютером, сторона должна представить описание процесса или систему, используемую для получения результата, и показать, что процесс или система производят точный результат. В большинстве случаев надежность компьютерной программы устанавливается на основании ее использования значительным числом пользователей на постоянной основе;

- когда компьютерная программа не используется на регулярной основе, сторона обязана раскрыть, какие операции компьютеру было поручено выполнять, а также точные инструкции, которые были даны ЭВМ.

При этом разрешаются два вопроса:

- установление подлинности;
- установление достоверности .

Необходимо обратить огромное внимание вопросам относительно применения электронного документа, так как Интернет – мировая сеть, что, соответственно, ведёт к тому, что российские граждане и юридические лица становятся субъектами международного информационного обмена.

Возможность использования электронного документа в качестве доказательства осложняется существованием ряда проблем:

- в настоящее время определены условия только лишь равнозначности электронного документа (только подписанного электронной подписью) и документа на бумажном носителе при отсутствии собственно равенства между электронным документом и документом на бумажном носителе;

- при использовании электронного документа в качестве доказательства по уголовным делам основной акцент делается на материальную составляющую информационного объекта, но никак не на информационную компоненту его;

- не определены место и роль электронного документа в качестве

доказательства по уголовным делам;

- не предпринимаются меры по интеграции подходов в данном вопросе с существующими международными соглашениями и практическими наработками в данной сфере в других государствах.



## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

По результатам проведенного анализа были сделаны теоретические выводы

За последние десятилетия общественные отношения претерпели значительные изменения - появились не только новые формы, способы и средства, позволяющие индивиду получить желаемые результаты с наименьшей потерей времени и средств, но и как следствие таких процессов - эволюция существующих видов человеческой деятельности и возникновение новых. К одним из таких видов можно отнести электронную предпринимательскую деятельность, непосредственное формирование и развитие которой следует связать с появлением и эволюцией различных технологий.

Правовое регулирование отношений, складывающихся при использовании сети Интернет, развивается в настоящее время весьма активно. Электронная предпринимательская деятельность связана и зависит от развития инновационной деятельности, которая позволяет, используя новые разработки, двинуться дальше и получить более качественный результат.

Для того, чтобы предпринимательская деятельность считалась осуществляемой в Интернете, необходимо, чтобы в Интернете осуществлялись действия, непосредственно направленные на извлечение прибыли. Особенностью такой деятельности является то, что она возможна только при наличии Интернета. Примером может служить предоставление права использования («продажа») доменного имени, предоставление услуг по регистрации на сайте, продажа приложений непосредственно на сайте и т.п.

Электронную предпринимательскую деятельность можно определить как совокупность процессов, направленных на перераспределение товаров, работ, услуг, формирующихся в ходе осуществления хозяйствующими субъектами предпринимательской деятельности, и процессов, направленных на обеспечение такого перераспределения в электронной форме с

использованием современных информационных технологий.

Электронную предпринимательскую деятельность можно представить в виде пересечения таких множеств, как субъекты, информационные технологии, виды хозяйственной и предпринимательской деятельности.

Во множестве пересечений формируются отношения по предпринимательской деятельности в информационной среде, в которой участвуют субъекты по передаче, использованию, созданию информационных ресурсов и информации, а также в рамках ведения хозяйственной и предпринимательской деятельности, посредством информационных технологий.

Предпринимательская деятельность, осуществляемая посредством информационных технологий, имеет свои большие плюсы, такие, как:

- новые возможности для получения прибыли;
- снижение накладных расходов;
- эффективность продвижения на рынок;
- оперативность;
- охват большего числа потребителей;
- расширение географической зоны обслуживания.

В общем порядке участниками, субъектами регулируемых законодательством электронных предпринимательских отношений являются граждане, физические и юридические лица, а также Российская Федерация, субъекты Российской Федерации и муниципальные образования. Деятельность в информационной среде влечет появление новых субъектов правоотношений, зачастую характерных исключительно для сети Интернет: провайдеров, информационные посредники.

В каждой сделке в рамках электронной предпринимательской деятельности участвуют помимо традиционных сторон также и лица,

предоставляющие различные услуги сторонам-участникам в сети Интернет<sup>1</sup>. При этом характер взаимодействия между передающей компанией и компанией-аутсорсером может колебаться от простого оказания услуг до создания совместного предприятия.

Принято выделять три категории провайдеров: провайдеры содержания, хост-провайдеры, провайдеры доступа.

Вопросы налогообложения субъектов рынка е-коммерции является одним из центральных в структуре государственного регулирования данного рынка. Спецификой данного рынка является то, что операции, сопровождающие заключение сделки, часто происходят в виртуальном пространстве. Обращая внимание на процесс оплаты товаров, отмечаем, что движение денежных потоков в онлайн-пространстве отследить практически невозможно.

Таковы основные выводы, сделанным нами по результатам написания магистерской диссертации.

---

<sup>1</sup> Рубан А. А. Информационный посредник как субъект предпринимательской деятельности: понятие, виды, особенности правового статуса // Молодой ученый. - 2015. - №11. - С. 1104.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

### 1. Нормативные правовые акты

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12 декабря 1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30 декабря 2008 №6-ФКЗ, от 30 декабря 2008 №7-ФКЗ, от 05 февраля 2014 №2-ФКЗ, от 21 июля 4 №11-ФКЗ) // Собрание законодательства РФ. – 2014. – №31. – Ст. 4398.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30 ноября 1994 № 51-ФЗ (ред. от 03 августа 2018) // Российская газета. № 238-239. 08.12.1994.
3. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05 августа 2000 № 117-ФЗ (ред. от 06 июня 2019) // Собрание законодательства РФ. 2000. № 32. Ст. 3340
4. Федеральный закон «Об электронной подписи» от 06 апреля 2011 № 63-ФЗ (ред. от 23 июня 2016) // Российская газета. 2011. №75.
5. Федеральный закон «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления» от 09 февраля 2009 № 8-ФЗ (ред. от 28 декабря 2017) // Российская газета. 2009. №25.
6. Федеральный закон «Об обеспечении доступа к информации о деятельности судов в Российской Федерации» от 22 декабря 2008 № 262-ФЗ (ред. от 28 декабря 2017) // Собрание законодательства РФ. 29 декабря 2008. № 52 (ч. 1). Ст. 6217.
7. Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» от 27 июля 2006 №149-ФЗ (ред. от 18 марта 2019) // Российская газета. 2006. № 165.
8. Федеральный закон «О рекламе» от 13 марта 2006 № 38-ФЗ (ред. от 01 мая 2019) // Российская газета. 2006. № 51.

9. Закон РФ «О защите прав потребителей» от 07.02.1992 №2300-1 (ред. от 18.03.2019) // Российская газета. 1996. №8.

10. Постановление Правительства РФ от 27.09.2007 №612 «Об утверждении правил продажи дистанционным способом» (ред. от 04 октября 2012 // Российская газета. 2007. №219.

## **2.Материалы правоприменительной практики**

11. Постановление Президиума ВАС РФ от 23 декабря 2008 № 10962/08 // СПС Гарант

12. Постановление ФАС Центрального округа от 30 января 2013 по делу № А35-4194/2012 // СПС Консультант Плюс.

## **3. Научная и учебная литература**

13. Арапова Г., Кузеванова С. Россия: анализ последних изменений в сфере регулирования медиа и интернета. – Артикль – URL:<http://www.creativecommons.org/licenses/by-ncsa/2.5/legalcode> (дата обращения: 25 марта 2019)

14. Архипов В.В. Интернет-право: Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры.М.: Юрайт.2016. 249 с.

15. Балабанов И.Т. Электронная коммерция.- СПб.:Питер, 2001.- 274 с.

16. Бачило И.Л. Правовые вопросы социальных и демократических процессов в информационном обществе России // Информационное общество: проблемы развития законодательства. Сборник научных работ. М., 2012. С. 15.

17. Беглова, О. А. Регулирование распространения информации через Интернет: перспективы в России // Известия высших учебных заведений. Правоведение. -- 2010. -- № 6. С.34-39.

18. Белых В.С. Правовое регулирование предпринимательской деятельности в России: Монография. М.: Проспект. 2009. 267 с.
19. Быков, А. В. Интернет и демократия — перспективы развития // Вестник Омской юридической академии. — 2013. -№2.С.8-11.
20. Вершинин А.П. Электронный документ: правовая форма и доказательство в суде. М. 2000. 159 с.
21. Виноградова Е.А. Правовое регулирование создания и использования электронной (безбумажной) документации, заверенной электронной цифровой подписью // Хозяйство и право. 1994. № 5. С. 64 – 66.
22. Демьянец М.В., Елин В.М., Жарова А.К. Предпринимательская деятельность в сети Интернет: монография. М.: ЮРКОМПАНИ, 2014. 440 с.
23. Дойников, И. В. Актуальные проблемы предпринимательского права. Методические материалы для магистрантов и аспирантов / И.В. Дойников. - М.: Юркомпани, 2015. - 517 с.
24. Дуленко В.А. О доказательной ценности компьютерной информации // Правовые вопросы связи. 2006. № 2.
25. Зверева Т.В. Некоторые вопросы налогообложения Интернет-торговли Российской Федерации // Инновационное развитие экономики. – 2018. – №1 (43). С. 223.
26. Зимина Р.П. Проблемы налогообложения Интернет-торговли в Российской Федерации // В сборнике: Экономика, управление и право: инновационное решение проблем сборник статей Международной научно-практической конференции. – 2016. – С. 58.
27. Кофейников Д.В. Понятие и существенные характеристики электронной торговли в России и за рубежом // Современное право. 2015. № 12. С. 138 - 142.
28. Невзоров И.В. Проблемы региональной разобщенности гражданско-правового регулирования деятельности в сети Интернет // Правовые вопросы связи. 2017. № 5. С.11.
29. Олейник О.М. Формирование критериев квалификации

предпринимательской деятельности в судебной практике // «Предпринимательское право». 2013. № 1. С. 2-16.

30. Махтаев М.Ш. Методика расследования компьютерных преступлений: Учебное пособие. М., 2007. С. 39 – 44.

31. Мурсалиева Г. Группы смерти (18+) // Новая газета. 2018. №51. <https://www.novayagazeta.ru/articles/2016/05/16/68604-gruppy-smerti-18> (дата обращения: 25.04.2019)

32. Настольная книга руководителя организации: правовые основы / отв. ред. И.С. Шиткина. М.: Юстицинформ. 2015. 234 с.

33. Петрыкина Н. Правовое регулирование договора аутсорсинга // Кадровый менеджмент. 2006. № 1. С.46-48.

34. Пластинина, Н. В. Дистанционные покупки. Порядок приобретения товаров и юридическая защита потребителей / М.: Дашков и Ко, Ай Пи Эр Медиа, 2015. - 160 с.

35. Рассолов И.М. Право и Интернет. Теоретические проблемы. М.: Норма, 2009.

36. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь. 4-е изд., перераб. и доп. М.: ИНФРА-М, 2005. 457 с.

37. Рубан А. А. Информационный посредник как субъект предпринимательской деятельности: понятие, виды, особенности правового статуса // Молодой ученый. - 2015. - №11. - С. 1102-1106.

38. Савельев А.И. Электронная коммерция в России и за рубежом: правовое регулирование. М., 2014. 543 с.

39. Соколова А.Н. Электронная коммерция: мировой и российский опыт, Москва, 2011 г.

40. Тедеев А.А. Электронная коммерция: правовое регулирование и налогообложение. М., 2002. 237 с.

41. Советский гражданский процесс / Под ред. Н.А. Чечиной, Д.М. Чечота. Ленинград, 1984. 198 с.

42. Царев В.В., Кантарович А.А. Электронная коммерция.-

СПб.:Питер, 2002.- 89 с., 111 с.

43. Шелков Н. А. Особенности предпринимательской деятельности, осуществляемой сети Интернет, по законодательству Российской Федерации // Молодой ученый. - 2017. - №41. - С. 132-134.

44. Шершеневич Г.Ф. Учебник русского гражданского права (по изданию 1907 г.). – М.: Спарк, 1995. 556 с.

45. Шугуров М.В. Защита прав человека в условиях современного научно-технического прогресса: практика Европейского суда по правам человека // Международное публичное и частное право. 2011. №1. С.4-8.

46. Успенский И.В. Интернет как инструмент маркетинга. — СПб.: БХВ-Санкт-Петербург, 2011.

47. Юрасов А.В. Электронная коммерция: Учеб. пособие. М.: Дело.2003. 156 с.

#### **4. Источники на иностранном языке**

48. Advertising and Marketing on the Internet: Rules of the Road. Federal Trade Commission. The Internet Tax Freedom Act, 1998. Section 1104 (3)

49. Directive on Certain Legal Aspects of Information Society Services, in particular Electronic Commerce, in the Internal Market, July 17, 2000, 2000/31/EC.

#### **5. Интернет-ресурсы**

50. Региональная общественная организация «Центр Интернет-технологий»: официальный сайт [Электронный ресурс] // URL: <https://rocit.ru/news/smb-raek-rocit> (дата обращения 26 апреля 2019).

51. <https://vk.com/> - Социальная сеть «ВКонтакте».