

Рачеева Юлия Владимировна

студентка

Убушаев Алмаз Александрович

студент

Леонтьев Семен Вячеславович

студент

ФГБОУ ВО «Финансовый университет
при Правительстве Российской Федерации»
г. Москва

ПРОБЛЕМЫ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

***Аннотация:** авторы отмечают, что с каждым годом увеличивается количество сделок, совершенных в сети Интернет. В этой связи особенно актуальными является вопросы правового регулирования рассматриваемых отношений.*

***Ключевые слова:** правовое регулирование, предпринимательство, Интернет, сделка, посредник.*

Правовое регулирование предпринимательства в сети интернет является недостаточно проработанных ввиду непродолжительности существования рассматриваемой сферы общественных отношений. Как отмечает Е.Г. Багоян «нерешенными вопросами являются налогообложение трансграничной онлайн-торговли и меры государственного регулирования порога беспошлинной торговли» [4]. Соответственно при регулировании данных вопросов должны быть соблюдены права и законные интересы как предпринимателей, так и государства.

Естественно, субъектами интернет-отношений выступает граждане, а также юридические лица, являющиеся как участниками возникающих отношений, так и обеспечивающие выполнение посреднических функций. К таким лицам могут относиться субъекты, организующие функционирование электронных площадок, а также разрабатывающие и применяющие программы-роботы, а также провайдеры хостовых услуг или лица, которые оказывают определенные услуги

(статья 17 Федерального закона «Об информации, информационных технологиях и о защите информации») [2].

Кроме того, огромное значение для осуществления предпринимательства в сети Интернет играют информационные посредники, оказывающие непосредственное влияние на организацию и осуществления спектра различных продаж. В рамках интернет-деятельности рассматриваемыми субъектами выступают провайдеры. Так, согласно статье 1253.1 Гражданского кодекса Российской Федерации информационным посредником выступает «лицо, которое осуществляет передачу материала в информационно-телекоммуникационной сети, в том числе в сети «Интернет», лицо, предоставляющее возможность размещения материала или информации, необходимой для его получения с использованием информационно-телекоммуникационной сети, лицо, предоставляющее возможность доступа к материалу в этой сети» [1].

Нельзя не согласиться с Е.В. Архиповым, который отмечает, что «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» [3]. На наш взгляд, одним из таких базовых понятий является дефиниция предпринимательской деятельности в сети Интернет, а также наличие определенной и последовательной классификации предпринимательской деятельности. При этом особое внимание нужно уделять разграничению предпринимательской деятельности в сети Интернет и с использованием сети Интернет. Соответственно большинство крупных организаций активно используют сеть Интернет для осуществления предпринимательской деятельности, например, с помощью различного рода рекламы и использования медийных лиц в социальных сетях.

В свою очередь, предпринимательская деятельность в сети Интернет предполагает использование рассматриваемой сети как площадки для оказания услуг

или продажи определенных товаров. В результате, происходит создание в социальных сетях страниц различных юридических лиц.

Кроме того, одной из правовых проблем регулирования предпринимательской деятельности в сети Интернет является подход к правовому регулированию подобных сделок. Соответственно возможно применение аналогичных норм, которые применяются на обычные сделки. Кроме того, еще одним направлением правового регулирования рассматриваемых отношений видится использование обычаев делового оборота. Помимо этого, возможно более широкое применение договоров, заключающееся в подробном и детальном согласовании сторонами того, что они считают нормой именной для такой сделки. На наш взгляд, использование последнего подхода наименее применимо так как одной из основных целей использования именно сети Интернет для осуществления предпринимательской деятельности является стремление максимально упростить процедуру осуществления сделок, одновременно с уменьшением различных издержек.

Список литературы

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (ч. 4) от 18.12.2006 №230 // Собрание законодательства РФ. – 25.12.2006. – №52 (1 ч.). – Ст. 5496.
2. Об информации, информационных технологиях и о защите информации: Федеральный закон от 27.07.2006 №149-ФЗ // Собрание законодательства РФ. – 31.07.2006. – №31 (1 ч.). – Ст. 3448.
3. Архипов Е.В. Понятие предпринимательской деятельности в сети Интернет // Актуальные проблемы предпринимательского права. Вып. V / под ред. А.Е. Молотникова. – М.: Стартап, 2016. – С. 7–17.
4. Багоян Е.Г. Интернет-торговля и особенности ее правового регулирования // Журнал предпринимательского и корпоративного права. – 2017. – №4. – С. 49–54.