

*Пащенко И.Ю., аспирант,
Сметанникова С.С., аспирант,
Кубанский государственный университет*

ТРАНСГРАНИЧНАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ: ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ИНФОРМАЦИИ О ТОВАРЕ НА ИНОСТРАННОМ ЯЗЫКЕ

Аннотация: авторами рассматривается проблема осуществления перевода в сфере электронной коммерции при работе информационных посредников. Данный вопрос демонстрирует особую актуальность в условиях роста международного торгового оборота и усиления экономического взаимодействия между государствами, а также по причине отсутствия конкретной нормативно-правовой базы по предмету исследования. В статье акцентируется внимание на роли агрегаторов в электронной коммерции трансграничного характера, рассматривается зарубежная практика, а также уделяется внимание вопросу законодательного регулирования деятельности информационных посредников и их ответственности в Российской Федерации.

Ключевые слова: законодательное регулирование, информационные посредники, торговые агрегаторы, информация, интернет, интернет-сервисы, международная торговля, гражданский оборот

В современных условиях глобализации многих экономических процессов электронная коммерция приобретает трансграничный и транснациональный характер. Данные отношения могут успешно и результативно складываться не только между организациями и публично-правовыми образованиями, но и, как показывает практика, между физическими лицами. Сложность регулирования данных процессов обуславливается не только их масштабом и усложняющейся структурой электронной коммерции, но и наличием спорных вопросов в определении юрисдикции, применимого права, особенностях правового регулирования отдельных этапов осуществления торговой деятельности. Среди множества сложнейших вопросов этой многогранной темы предметом нашего исследования является перевод информации о товарах с одного языка на другой.

Электронная коммерция набирает все большую популярность в мире. Особое внимание уделяется развитию различных форм торговли между государствами в региональных экономических объединениях [1]. Кроме

того, электронная коммерция стремительно развивается и совершенствуется, а также получает новые правовые формы закрепления (например, для информационных посредников) [4].

В торговых отношениях ключевым вопросом для покупателя, как наиболее активной стороны сделки с определенным интересом, выступает определенность приобретаемого товара. Формирование интереса к товару обуславливается наличием полноценного описания (информации о товаре), т.е. фактического набора сведений о товаре, позволяющего идентифицировать объект потенциальной сделки и соотнести его с ожиданиями и потребностями. В случае совпадения описания товара с интересами покупателями совершается сделка. В условиях непосредственной покупки зарубежного товара, доставка которого будет осуществляться для покупателя через границу, может быть два фактических сценария заключения сделки.

Во-первых, дистанционная покупка может быть совершена посредством участия в правоотношениях торгового или информационного

агрегатора. Во-вторых, дистанционная покупка может быть произведена непосредственно в зарубежном интернет-магазине, оформленном в иностранной юрисдикции в соответствии с нормами законодательства соответствующего зарубежного государства.

Веб-посредники электронной коммерции связывают покупателей и поставщиков и обеспечивают интернет-транзакции между ними. Интернет-транзакция – это продажа или покупка товаров, будь то действия между предприятиями, частными лицами, государственными структурами, проводимая посредством использования сети «Интернет». Товары заказываются через интернет, в то время как оплата и окончательная доставка товара может проводиться в том числе и в автономном режиме [5].

Совершая покупки на зарубежных интернет – ресурсах, покупатель должен четко осознавать правовую специфику электронной площадки. Зарубежные сайты часто выступают в качестве торговых или информационных агрегаторов. В таком случае возникает множество вопросов относительно статуса продавца и его положения в отношениях при совершении покупки зарубежного товара. В данном случае следует исходить из того, что информационные агрегаторы выступают лишь посредниками, тогда как в непосредственных отношениях торговли выступают вполне определенные субъекты сделки – продавец и покупатель товаров, которые лишь нашли в виртуальном пространстве место для заключения сделки – электронную площадку. Примерами подобных интернет – площадок могут являться eBay, Aliexpress, Deal Extreme, Pandao, Joom, Яндекс.Маркет, Озон (отчасти из-за программы партнерства) и т.п.

Один из вопросов, который вызывает конкретный интерес, связан с определением сущности интернет-посредника. Неявное значение слова «посредник» заключается в том, что этот субъект находится между двумя или бо-

лее сторонами, хотя он помогает в процессе передачи и распространения информации, посредник не принимает решений о распространении контента о продуктах, которое лишь обеспечивают его ресурсы или серверы. В связи с этим и ввиду отсутствия нормативного регулирования, предлагаемое нами определение интернет-посредников заключается в следующем: интернет-посредники – то специальные субъекты, которые объединяют или облегчают транзакции между третьими лицами в сети «Интернет». Они предоставляют доступ, размещают, передают и индексируют контент (сведения о продуктах и товарах), созданный третьими лицами в виртуальном пространстве, или же предоставляют интернет-услуги третьим лицам.

Интернет-посредники в основном работают с бизнес-сектором, хотя растет число иных видов их деятельности. Нами были выделены следующие виды посредников:

1. Интернет-провайдеры и поставщики интернет-услуг;
2. Сервисы по обработке данных и веб-хостинги, включая регистраторов доменных имен;
3. Поисковые системы и порталы;
4. Посредники электронной коммерции, где эти платформы не имеют права на продаваемые товары (товарные агрегаторы);
5. Платежные электронные системы;
6. Сетевые платформы, которые включают в себя интернет-публикации и широковеб-ательные платформы, которые сами не создают или не владеют опубликованным контентом.

Важно отметить различия между категориями, сгруппированными по признаку агрегации. На практике категории часто сложно разграничить, поскольку интернет-посредники могут выполнять не одну функцию в условиях акселерации процессов. Рассматривая роль интернет-посредников, важно понимать, что агрегаторы могут выполнять одновременно разные и потенциально конкурирующие

функции в качестве посредников, конечных пользователей, производителей и даже поставщиков контента/услуг.

Как правило, интернет – ресурсы, являющиеся агрегаторами, можно идентифицировать благодаря наличию множества вполне определенных профилей продавцов с реальными способами связи, которым соответствует тот или иной набор товаров. Безусловно, установить достоверность профилей с определенной долей условности можно лишь путем установления связи по указанным каналам. Одна из главных особенностей деятельности интернет-посредников связана с установлением доверия к ним. В электронной торговле установление доверия является ключевым, поскольку покупатель и продавец могут вовсе и не встречаться, осуществлять все операции автономно в электронном поле взаимодействия. Наличие розничных платформ для электронной коммерции представляет доказательство прочных отношений с определенным брендом (непосредственным продавцом или производителем), ассоциированным знакомством с потребителями и наличием потребительских гарантий. Меры предосторожности при установлении контактов могут включать предысторию оценок потребителей и в некоторых случаях гарантии возврата. Кроме того, для продавцов может быть менее дорого использовать посредника, чем устанавливать свою собственную платформу электронной коммерции и продвигать ее.

На данный момент отсутствуют четкие международные нормативные механизмы, которые позволили бы идентифицировать достоверность продавцов или посредников. Кроме того, поскольку на данный момент в государствах с развитой рыночной экономикой отсутствуют саморегулируемые организации и объединения в сфере международной дистанционной торговли, подобные механизмы отсутствуют и на национальном уровне.

Примечателен зарубежный опыт. На территории Европейского Союза (далее – ЕС) в настоящее время действует Директива 2000/31/ЕС Европейского парламента и Совета Европейского Союза «О некоторых правовых аспектах информационных услуг на внутреннем рынке, в частности, об электронной коммерции (Директива об электронной коммерции)». Одной из целей данной Директивы является создание правовых рамок для обеспечения свободного перемещения информационных услуг между государствами-членами ЕС [2]. В статье 2 дается следующее определение: Поставщик информационных услуг – физическое или юридическое лицо, предоставляющее информационные услуги; Учрежденный поставщик услуг – поставщик услуг, который эффективно осуществляет экономическую деятельность, используя фиксированную организацию, учрежденную на неопределенный период. Наличие и использование технических средств и технологий, требуемых для предоставления сервиса, сами по себе не создают учреждение поставщика услуг. Исходя из этих конструкций можно сделать вывод о том, что помимо существования учрежденных поставщиков услуг, в нашем понимании это как раз и есть информационные агрегаторы, в ЕС выделяют еще физических в лиц в роли поставщика информации. Помимо основных определений данная директива закрепляет и ответственность информационного посредника. Однако этот вопрос не так прост, он урегулирован достаточно подробно с различных сторон в данном документе. При определении того, когда провайдер может быть привлечен к ответственности, нужно определить тип ответственности, которая будет применяться. Либо будет применяться строгая мера ответственности, либо более простая. При применении строгой ответственности провайдер будет нести ответственность независимо от своих знаний и контроля над материалом, который распространяет через свои

системы [6]. Такая система предусматривает больше ограничений, потому что провайдер будет нести ответственность, даже если он не имеет соответствующего контроля над определенным материалом. Эта система может быть косвенно функционировать при введении обязательства контролировать весь материал, который будет размещен в интернете. Но введение такого обязательства довольно сложно с технической точки зрения и часто невозможно с экономической.

Директива (Раздел 4) по сути лишь указывает на те аспекты, при которых информационный посредник не будет нести ответственность, так как указанные обстоятельства происходят или произошли не по его вине.

Сложность торговых сделок с зарубежным продавцом на площадке интернет – агрегатора возникает тогда, когда сторонам необходимо воспользоваться переводом. Как правило, перевод необходим покупателю, чтобы получить на понятном ему языке (в случае незнания зарубежного языка) информацию о товаре. Именно здесь возникает сложность, поскольку информационные и торговые агрегаторы в целях привлечения покупателей путем сотрудничества с различными организациями стремятся обеспечить в автоматизированном режиме надлежащий перевод информации о товаре на разные языки, в том числе на национальный язык покупателя. Как правило, подобный перевод может не соответствовать фактическому или реальному описанию товара, поскольку осуществляется программным обеспечением. При машинном переводе не исключено наличие ошибок и неточностей в описании, которые фактически изменяют как представление о товаре, так и набор его характеристик. В таком случае при совершении дистанционной покупки продавец получает недостоверную информацию о товаре, а также товар, качество которого фактически будет соответствовать договору купли-продажи, но не соответствовать ожиданиям и потребно-

стям покупателя. Фактически, российское законодательство на данный случай не содержит специального правового регулирования, позволяющего вполне определенно снять возникающее противоречие. ГК РФ в п. 3 ст. 469 вполне определенно устанавливает, что «при продаже товара по образцу и (или) по описанию продавец обязан передать покупателю товар, который соответствует образцу и (или) описанию» [3]. Фактически, может возникнуть такая ситуация, когда продавец передает товар, соответствующий своему описанию, а продавец получает товар, который не соответствует его описанию в виде перевода, при этом ни одна из сторон не стремится к злоупотреблению правом.

Учитывая специфику отношений и наличие в них посредника, ответственность за недостоверный перевод в случае, если он применяется агрегатором автоматически, возможно, должен нести посредник, ведь именно он выступает его инициатором. Однако по данному вопросу не была определена и обнаружена какая-либо практика, как и наличие специальных оговорок в публичных документах на сайтах популярнейших торговых и информационных агрегаторов в сети «Интернет». В подобных отношениях открытым остается вопрос по поводу ссылки продавца на норму правового акта в попытках признания сделки недействительной, как и отсутствие основания для подобного решения. Все это свидетельствует о том, что информационным и торговым агрегаторам необходимо придание вполне определенного правового статуса в гражданском законодательстве с целью формирования современной системы защиты прав не только покупателя, но и продавца.

Первые шаги в российском законодательстве в этом направлении могут появиться уже в ближайшем будущем. Помимо существования специальной нормы по вопросу ответственности информационных посредников в ГК РФ, на данный момент первое чтение прошел

законопроект №126869-7 «О внесении изменений в Закон Российской Федерации «О защите прав потребителей», внесенный Правительством Российской Федерации.

Изменения, вносимые законопроектом, направлены на восполнение пробелов в правовом регулировании соответствующих правоотношений и создание дополнительных механизмов для защиты прав потребителей, имеющих намерение приобрести либо приобретающих товары через Интернет [7]. Но стоит заметить, что в финальных поправках рассматривается только вопрос ответственности агрегатора за предоставление недостоверной информации о товаре и/или продавце. Будет ли считаться некорректный перевод такой информацией не указывается, поскольку в Законе РФ от 7 февраля 1992 года №2300-1 «О защите прав потребителей» отсутствуют какие-либо признаки, что позволило бы определить понятие «недостоверной информации о товаре». Кроме того, практика показывает, что посредники не всегда представлены «в чистом виде», как и интернет-магазины, а зачастую выполняют различные функции и задачи [8].

Более определенная ситуация с переводом информации о товаре, покупка которого осуществляется непосредственно на интернет-площадке зарубежного продавца. В случае, если машинный или индивидуальный (совершенный покупателем непосредственно благодаря собственным знаниям) перевод осуществляет покупатель, то он может получить недостоверные сведения о товаре исключительно по своей вине. В случае, если автоматический перевод осуществляется на национальный язык покупателя по инициативе и пожеланию продавца, то именно такое описание следует считать в качестве базового, принимаемого за основу и в качестве оригинала. В таком случае вина за качество товара, не соответствующего описанию, лежит на продавце непосредственно. Если же специализированный перевод осуществляется благодаря интеграции технических сервисов и программного обеспечения, продавец имеет возможность (равно как и покупатель, по заказу которого может быть осуществлен перевод), предъявить претензии к субъекту, его осуществляющему.

Литература

1. Астанинская декларация глав государств – членов Шанхайской организации сотрудничества // [Электронный ресурс] URL: <http://kremlin.ru> (дата обращения: 01.06.18 г. 13:00)
2. Директива Европейского парламента и Совета Европейского Союза 2000/31/ЕС от 8 июня 2000 г. о некоторых правовых аспектах информационных услуг на внутреннем рынке, в частности, об электронной коммерции (Директива об электронной коммерции) // СПС «Гарант» (дата обращения: 01.06.18 г. 17:40)
3. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая): Федеральный закон от 26 января 1996 года № 14-ФЗ (в ред. от 23 мая 2018 года) // СПС «КонсультантПлюс» (дата обращения: 01.06.18 г. 15:30)
4. Perset K. The Economic and Social Role of Internet Intermediaries // OECD Digital Economy Papers. 2010. №171.
5. OECD Expert Group on Defining and Measuring E-commerce, April 2000 // [Электронный ресурс] <https://stats.oecd.org> (дата обращения: 03.06.18 г. 10:10).
6. Julia-Barcelo, R. Liability for Online Intennediaries: A European Perspective // E.I.P.R.. 1998. Vol. 20, nr. 12.

7. Пояснительная записка к Законопроекту № 126869-7 «О внесении изменений в Закон Российской Федерации «О защите прав потребителей» (в части усиления защиты прав потребителей, приобретающих товары (услуги) через Интернет) // URL <http://sozd.parlament.gov.ru/> (дата обращения: 03.06.18 г. 15:30)

8. Протокол №10 заседания рабочей группы Научно-консультативного совета при Суде по интеллектуальным правам от 22 апреля 2015 года // СПС «КонсультантПлюс» (дата обращения: 02.06.18 г. 11:30)

References

1. Astaninskaja deklaracija glav gosudarstv – chlenov Shanhajskoj organizacii sotrudnichestva // [Jelektronnyj resurs] URL: <http://kremlin.ru> (data obrashhenija: 01.06.18 g. 13:00)

2. Direktiva Evropejskogo parlamenta i Soveta Evropejskogo Sojuza 2000/31/ES ot 8 ijunja 2000 g. o nekotoryh pravovyh aspektah informacionnyh uslug na vnutrennem rynke, v chastnosti, ob jelektronnoj kommercii (Direktiva ob jelektronnoj kommercii) // SPS «Garant» (data obrashhenija: 01.06.18 g. 17:40)

3. Grazhdanskij kodeks Rossijskoj Federacii (chast' vtoraaja): Federal'nyj zakon ot 26 janvarja 1996 goda № 14-FZ (v red. ot 23 maja 2018 goda) // SPS «Konsul'tantPljus» (data obrashhenija: 01.06.18 g. 15:30)

4. Perset K. The Economic and Social Role of Internet Intermediaries // OECD Digital Economy Papers. 2010. №171.

5. OECD Expert Group on Defining and Measuring E-commerce, April 2000 // [Jelektronnyj resurs] <https://stats.oecd.org> (data obrashhenija: 03.06.18 g. 10:10).

6. Julia-Barcelo, R. Liability for Online Intennediaries: A European Perspective // E.I.P.R.. 1998. Vol. 20, nr. 12.

7. Pojasnitel'naja zapiska k Zakonoproektu № 126869-7 «O vnesenii izmenenij v Zakon Rossijskoj Federacii «O zashhite prav potrebitelej» (v chasti usilenija zashhity prav potrebitelej, priobretajushhih tovary (uslugi) cherez Internet) // URL <http://sozd.parlament.gov.ru/> (data obrashhenija: 03.06.18 g. 15:30)

8. Protokol №10 zasedanija rabochej grupy Nauchno-konsul'tativnogo soveta pri Sude po intellektual'nym pravam ot 22 aprelja 2015 goda // SPS «Konsul'tantPljus» (data obrashhenija: 02.06.18 g. 11:30)

*Pashchenko I. Yu., Postgraduate,
Smetannikova S.S., Postgraduate,
Kuban State University*

CROSS-BORDER E-COMMERCE: THE LEGAL REGULATION OF INFORMATION ABOUT A PRODUCT IN A FOREIGN LANGUAGE

Abstract: the problem of translation in the field of e-Commerce in the work of information intermediaries is considered by the authors. This question demonstrates the particular relevance in terms of growth in trade and strengthen economic cooperation among states, and in the absence of states in the relevant regulatory framework on the subject of the study. The article considers the role of aggregators in electronic trade of cross-border nature, considers foreign practice, and also considers the issue of legislative regulation of information intermediaries and their responsibility in the Russian Federation.

Keywords: legislative regulation, information intermediaries, trade aggregators, information, the Internet, Internet services, international trade, civil turnover