


Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет международных отношений
Кафедра международного бизнеса и туризма
Специальность 38.05.02 – Таможенное дело

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ


И. о. зав. кафедрой

 Л.А. Понкратова
« 20 » 06 2018 г.

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

на тему: Таможенно-тарифное и нетарифное регулирование интернет - торговли в РФ в условиях ЕАЭС

Исполнитель
студент группы 337-ос1


(подпись, дата)

А.И. Ким

Руководитель
доцент, к.г.н.


(подпись, дата)

С.В. Феоктистов

Нормоконтроль
инженер


(подпись, дата)

О.В. Шпак

Рецензент


(подпись, дата)

А.В. Плешивцев

Благовещенск 2018

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет международных отношений

Кафедра международного бизнеса и туризма

УТВЕРЖДАЮ

И.о. зав.кафедрой _____

Л.А. Понкратова

« 07 » 09 201 7 г.

ЗАДАНИЕ

К дипломной работе (проекту) студента

КИМА АРТЕМА ИГОРЕВИЧА

5 КУРСА 377-ОС1 ГРУППЫ

1. Тема дипломной работы

(проекта) ТАМОЖЕННО-ТАРИФНОЕ И НЕТАРИФНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ В РФ В УСЛОВИЯХ ЕАЭС

(утверждено приказом от 29.12.17 № 3300.14)

2. Срок сдачи студентом законченной работы (проекта) 11.06.2018

3. Исходные данные к дипломной работе (проекту)

УЧЕБНЫЕ ПОСОБИЯ, НОРМАТИВНО-ПРАВОВЫЕ АКТЫ, СТАТИСТИКА, КОДЕКСЫ.

4. Содержание дипломной работы (проекта) (перечень подлежащих разработке

вопросов): 1) Изучить законодательную базу Интернет торговли; 2) Проблемы контроля за соблюдением законодательства; 3) Исследование основных каналов Интернет торговли; 4) Посредники в Интернет торговле; 5) Основные нарушения в рамках Интернет-торговли.

5. Перечень материалов приложения (наличие чертежей, таблиц, графиков, схем, программных продуктов, иллюстративного материала и т.п.) _____

6. Консультанты по дипломной работе (проекту) (с указанием относящихся к ним разделов) _____

7. Дата выдачи задания 07.09.2017

Руководитель дипломной работы (проекта) ФЕОКИСТОВ СЕРГЕЙ ВЛАДИМИРОВИЧ
(Ф.И.О., должность, ученая степень, ученое звание)

ДОЦЕНТ, К.Г.Н

Задание принял к исполнению (дата) 07.09.2017



(подпись студента)

РЕФЕРАТ

Дипломная работа содержит 84 с., 2 таблицы, 4 рисунка, 58 источников

ВНЕШНЕТОРГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛЯ, ЗАКОНОДАТЕЛЬНАЯ БАЗА, НАРУШЕНИЯ, ТАРИФНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ, НЕТАРИФНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ, ОГРАНИЧЕНИЯ

Целью проводимого научного исследования является правовое исследование таможенно-тарифного регулирования и нетарифного регулирования Интернет-торговли в РФ в условиях ЕАЭС.

Методологическую основу исследования составили: диалектический метод познания, предполагающий всесторонность, объективность и взаимосвязь исследуемых явлений; общенаучные методы (анализа, синтеза, индукции, дедукции, абстрагирования, классификации (систематизации), аналогии и др.); специальные методы (исторический, сравнительно-правовой, системно-аналитический, формально-логический и др.); комплексный метод научного познания; логический и формально-юридический методы, которые послужили основой исследования имеющихся научных позиций и концепций о сущности таможенно-тарифного регулирования и нетарифного регулирования Интернет-торговли в РФ в условиях ЕАЭС и позволили провести системное исследование по теме работы.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	5
1 Нормативно-правовая база внешнеторговой деятельности	9
1.1 Нормативные документы внешнеторговой деятельности в целом	9
1.2 Законодательная база Интернет-торговли	17
1.3 Проблемы контроля за соблюдением законодательства	24
2 Интернет-торговля в РФ в условиях ЕАЭС	29
2.1 Основные каналы Интернет-торговли	29
2.2 Посредники в Интернет-торговле	45
2.3 Основные нарушения в рамках Интернет-торговли	50
3 Таможенно-тарифное и нетарифное регулирование товаров, реализуемых с помощью Интернет-торговли в РФ пресечение	58
3.1 Таможенно-тарифное регулирование	58
3.2 Нетарифные ограничения, применяемые к товарам, реализуемым с помощью Интернет-торговли в РФ	68
3.3 Рекомендации по улучшению современной ситуации в Интернет-торговле	73
Заключение	76
Библиографический список	79

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность данного исследования выражена в том, что перспективы развития отечественной Интернет-торговли огромны. В первую очередь это объясняется большой территорией страны, наличием многочисленных мелких и отдаленных поселений, большой аудиторией Интернета. В то же время. В нашем государстве процесс формирования Интернет-торговли проходит с большим отставанием от развитых государств. Ее доля в общем обороте розничной торговли не больше 4 %, что значительно меньше, чем в развитых государствах¹. Однако, несмотря на трудности и возникающие проблемы, все большее число торговых компаний понимает преимущества и новые возможности по ведению бизнеса в сети Интернет².

В целях поддержки отечественных Интернет-ритейлеров и производителей государство планирует стимулировать экспорт российских товаров за рубеж посредством совершенствования действующего законодательства и создания собственнo электронной экспортной торговой площадки по аналогии с китайским онлайн ресурсом, принадлежащим Alibaba Group. Трансграничная платформа может стать эффективным экспортным каналом, в том числе для малого и среднего бизнеса, которому самостоятельно будет сложно или практически невозможно выйти на зарубежные рынки.

При этом вмешательство государства на этапе организации и запуска онлайн площадки видится максимальным, однако по мере развития проекта роль государства должна стать преимущественно контролирующей, а бизнес – регулироваться рыночным механизмом. Также в целях масштабной поддержки российских игроков возможна реализация специализированных госпрограмм, направленных на популяризацию российских товаров за рубежом.

¹ Рынок e-commerce: итоги 2015. - URL: <http://www.akit.ru/wp-content/2016/AMT-MTom-2015-v11>. Электронная торговля в России: итоги 2015 год. - URL: <http://www.datainsight.ru>. Тренды и цифры: российский e-commerce в середине 2016 года. - URL: <http://www.datainsight.ru>. Валигурский С. Д. Организационно-экономические основы формирования и развития интернет-торговли: автореф. ... канд. экон. наук. - М., 2013. - 24 с.

² Сайбель Н. Ю., Сайбель Я. В. Развитие интернет-торговли в России: преимущества и недостатки // Научно-методический электронный журнал «Концепт». - 2016. - № 10 (октябрь). С. 107-112.

Кроме того, на данный момент в законодательстве, касающемся Интернет-торговли определенными категориями товаров, присутствуют правовые коллизии, которые можно расценивать двояко.

В этой связи, ведомства готовят соответствующие поправки в ряд нормативных актов, связанных с дистанционной торговлей алкогольными напитками, табачными и ювелирными изделиями, а также продуктами питания. Это необходимо в том числе и для повышения экспортных возможностей российских игроков, в частности для стимулирования торговли на международных электронных площадках товарами отечественного производства.

Однако наиболее эффективным способом легализации сложившихся рынков с довольно развитой инфраструктурой и сформированной аудиторией, видится введение лицензионных правил и установление достаточно жестких требований к игрокам. В противном случае теневой сектор будет только расти.

Объектом исследования является совокупность общественных отношений, складывающихся по поводу таможенно-тарифного регулирования и нетарифного регулирования Интернет-торговли в РФ в условиях ЕАЭС.

Предметом исследования служит совокупность правовых норм, научных взглядов, концепций суждений, результатов правоприменительной практики в области использования системы норм и принципов национального, зарубежного и международного права, с использованием которых осуществляется правовое воздействие таможенно-тарифного регулирования и нетарифного регулирования Интернет-торговли в РФ в условиях ЕАЭС.

Целью проводимого научного исследования является правовое исследование таможенно-тарифного регулирования и нетарифного регулирования Интернет-торговли в РФ в условиях ЕАЭС.

Для достижения указанной цели предполагается решение следующих задач:

- проанализировать нормативные документы внешнеторговой деятельности в целом;
- изучить законодательную базу Интернет-торговли;
- определить проблемы контроля за соблюдением законодательства;

- исследовать основные каналы Интернет-торговли;
- выявить посредников в Интернет-торговле;
- обозначить основные нарушения в рамках Интернет-торговли и их пресечение;
- проанализировать таможенно-тарифное регулирование;
- исследовать нетарифные ограничения, применяемые к товарам, реализуемым с помощью Интернет-торговли в РФ;
- дать рекомендации по улучшению современной ситуации в Интернет-торговле.

Методологическую основу исследования составили: диалектический метод познания, предполагающий всесторонность, объективность и взаимосвязь исследуемых явлений; общенаучные методы (анализа, синтеза, индукции, дедукции, абстрагирования, классификации (систематизации), аналогии и др.); специальные методы (исторический, сравнительно-правовой, системно-аналитический, формально-логический и др.); комплексный метод научного познания; логический и формально-юридический методы, которые послужили основой исследования имеющихся научных позиций и концепций о сущности таможенно-тарифного регулирования и нетарифного регулирования Интернет-торговли в РФ в условиях ЕАЭС и позволили провести системное исследование по теме работы.

Теоретическая база исследования представлена анализом законодательства Российской Федерации и ЕАЭС, регулирующим Интернет-торговлю, работами ученых по выбранной теме исследования.

Теоретическое значение исследования состоит в том, что сформулированные положения и выводы позволяют полно и обстоятельно раскрыть сущность таможенно-тарифного регулирования и нетарифного регулирования Интернет-торговли в РФ в условиях ЕАЭС, дать рекомендации по улучшению современной ситуации в Интернет-торговле.

Практическая значимость исследования определяется направленностью на изучение и анализ специфики определения таможенно-тарифного регулирования и

нетарифного регулирования Интернет-торговли в РФ в условиях ЕАЭС, а также на определение проблем, связанных с реализацией данной торговли на практике.

Структура дипломного исследования обусловлена его целью и задачами и состоит из введения, трех глав, объединенных девятью параграфами, заключения и списка использованных источников.

1 НОРМАТИВНО-ПРАВОВАЯ БАЗА ВНЕШНЕТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

1.1 Нормативные документы внешнеторговой деятельности в целом

В условиях усиления существующих и появления новых вызовов и угроз экономической безопасности Российская Федерация сохраняет достаточно высокий уровень экономического суверенитета и социально-экономической стабильности.

Экономическая безопасность Стратегией экономической безопасности Российской Федерации³ определяется как определенное состояние защищенности национальной экономики от возникающих и имеющихся внешних и внутренних угроз, при котором могут быть обеспечены экономический суверенитет государства, единство ее экономического пространства, необходимые условия для осуществления стратегических национальных приоритетов РФ.

Происходящие в таможенной сфере интеграционные отношения выстраиваются в соответствии с таможенной политикой государств – членов ЕАЭС и концептуальной идеей (принципами), лежащей в основе прогрессивного экономического развития государств – членов ЕАЭС, обеспечивающей рост социально-экономической жизни населения, и оформляются межгосударственными договорами.

В условиях перестройки таможенных правоотношений, в условиях становления содружества Евразийского экономического сообщества вопросы формирования системы принципов – основных правовых начал, вновь становятся наиболее актуальными. А поскольку экономические отношения государств – членов ЕАЭС находятся в начале своего развития, выстраивание системы принципов, которая станет основой этих отношений, – весьма важный шаг в теории таможенного права⁴.

³ Указ Президента РФ от 13.05.2017 N 208 "О Стратегии экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 года" //СЗ РФ. 2017. № 20. Ст. 2902.

⁴ Герченко В.В. Основные угрозы экономической безопасности России на современном этапе её развития и организация борьбы с ними //Вестник Московского университета МВД России. 2014. № 7. С. 31-32.

Определяя внешнеэкономическую деятельность в виде разновидности правоотношений, необходимо отталкиваться от того, что правоотношение в правовой теории определяют, как согласованность субъективных прав и обязанностей субъектов общественных отношений, определяемая правовыми нормами. Правоотношения являются разновидностью общественных отношений, общее содержание которых устанавливается соответствующими правовыми нормами, субъекты которого имеют определенный набор качественных характеристик, регламентированных действующим законодательством.

С данных позиций внешнеэкономическая деятельность определяется в виде совокупности отношений, субъектами которых считаются физические и юридические лица, различные международные организации и иные публично-правовые образования, предусмотренных правовыми нормами и возникающих в отношении международного обмена разного рода товарами.

О.Н. Толочко определяет внешнеэкономическую деятельность в виде обособленного комплекс хозяйственных отношений, которые связаны с международным экономическим взаимодействием, и определяет характерные черты реализуемой внешнеэкономической деятельности: независимость, целостность, особая специфика регулирования, наличие своего понятийного аппарата и отдельных методов правового регулирования, которые свойственны лишь указанным отношениям⁵.

Необходимо отметить, что общественные отношения в рассматриваемой сфере довольно разнообразны и включают в себя как отношения в отношении экономического сотрудничества, так и торговые отношения, возникающие на международном уровне.

К примеру, Е.В. Гуменюк к внешнеэкономическим отношениям причисляет разного рода международные хозяйственные, торговые отношения, которые включают обмен товарами, определенные формы экономического взаимодействия, формы научно-технического сотрудничества, отдельную специализацию производ-

⁵ Толочко О.Н. Проблемы государственного регулирования внешнеэкономической деятельности // Право и демократия. 2013. Вып. 9. С. 4.

ства, оказание услуг и ведение совместного предпринимательства⁶.

Кроме того, внешнеэкономическая деятельность рассматривается в виде деятельности по развитию сотрудничества с иными государствами в сфере торговли, экономики, техники, а также туризма⁷.

Главной правовой формой осуществления внешнеэкономических отношений РФ считаются международные договоры и заключаемые соглашения, которые закрепляют правовые основы по взаимодействию стран в области внешнеэкономической деятельности⁸.

Понятие «внешнеэкономические связи» законодатель применяет лишь в отношении международной деятельности регионов. Согласно положений Конституции РФ⁹ и российского законодательства, субъектам РФ предоставлено право на реализацию международных, а также внешнеэкономических связей, в то же время отдельные регионы не могут быть независимыми субъектами международного права, в связи с этим в отношении осуществляемой ими международной деятельности законодатель применяет понятие «внешнеэкономические связи», указывая на неполитический характер данной деятельности.

Согласно п. 2 ст. 1 Федерального закона от 4 января 1999 г. № 4-ФЗ «О координации международных и внешнеэкономических связей субъектов Российской Федерации»¹⁰ в качестве внешнеэкономических связей субъектов РФ выступают реализуемые в торгово-экономической, научно-технической, и иных сферах связи с участниками зарубежных стран, административно-территориальными образованиями данных государств, различными международными организациями, а также с государственными органами зарубежных государств.

Легальное определение внешнеэкономической деятельности, закрепленное в

⁶ Гуменюк Е.В. Административно-правовое регулирование внешнеэкономической деятельности: Автореферат дис. ... канд. юрид. наук. М., 2014. С. 9.

⁷ Иванова Т.М. Российское предпринимательское право. М.: ТК Велби, Изд-во "Проспект", 2015. С. 892.

⁸ Асалханова С.А. Понятие внешнеэкономической деятельности в российском праве //Российская юстиция. 2013. N 9. С. 28.

⁹ Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 N 6-ФКЗ, от 30.12.2008 N 7-ФКЗ, от 05.02.2014 N 2-ФКЗ, от 21.07.2014 N 11-ФКЗ) //СЗ РФ. 2014. № 31. Ст. 4398.

¹⁰ Федеральный закон от 4 января 1999 г. N 4-ФЗ "О координации международных и внешнеэкономических связей субъектов Российской Федерации" (в ред. от 13.07.2015)// СЗ РФ. 1999. N 2. Ст. 231.

Федеральном законе от 18 июля 1999 г. № 183-ФЗ «Об экспортном контроле»¹¹, рассматривает ее именно как разновидность хозяйственной (предпринимательской) деятельности, под которой понимается внешнеторговая, инвестиционная и иная деятельность, включая производственную кооперацию, в области международного обмена товарами, информацией, работами, услугами, результатами интеллектуальной деятельности (правами на них).

Под материальным ущербом отрасли российской экономики в соответствии с п. 9 ст. 2 Федерального закона от 8 декабря 2003 г. № 165-ФЗ «О специальных защитных, антидемпинговых и компенсационных мерах при импорте товаров»¹² понимается подтвержденное доказательствами ухудшение положения отрасли российской экономики, которое наступило вследствие демпингового импорта или субсидируемого импорта и выражается, в частности, в сокращении объема производства аналогичного товара в Российской Федерации и объема его реализации на рынке Российской Федерации, снижении рентабельности производства такого товара, негативном воздействии на товарные запасы, занятость, уровень заработной платы в данной отрасли российской экономики, уровень инвестиций в данную отрасль российской экономики.

Происходящие в таможенной сфере интеграционные отношения выстраиваются в соответствии с таможенной политикой государств - членов ЕАЭС и концептуальной идеей (принципами), лежащей в основе прогрессивного экономического развития государств – членов ЕАЭС, обеспечивающей рост социально-экономической жизни населения, и оформляются межгосударственными договорами.

В условиях перестройки таможенных правоотношений, в условиях становления содружества Евразийского экономического сообщества вопросы формирования системы принципов - основных правовых начал, вновь становятся наиболее актуальными. А поскольку экономические отношения государств – членов ЕАЭС

¹¹ Федеральный закон от 18 июля 1999 г. N 183-ФЗ "Об экспортном контроле" (в ред. от 13.07.2015) // СЗ РФ. 1999. N 30. Ст. 3774.

¹² Федеральный закон от 8 декабря 2003 г. N 165-ФЗ (в ред. от 26.07.2017) "О специальных защитных, антидемпинговых и компенсационных мерах при импорте товаров" // СЗ РФ. 2003. N 50. Ст. 4851.

находятся в начале своего развития, выстраивание системы принципов, которая станет основой этих отношений, – весьма важный шаг в теории таможенного права¹³.

В качестве предмета таможенного контроля считается то, на что направляют свою проверочную деятельность таможенные органы. В соответствии с содержанием форм проведения таможенного контроля, выделяется его предмет.

К примеру, в отношении различных форм таможенного контроля, проверяются сведения в отношении перемещаемых товаров. С учетом определенной формы проведения таможенного контроля, сведения составляют:

- основной предмет совершения таможенного контроля;
- основной повод для проведения проверки, в качестве предмета которого выступают не сами сведения, а перемещаемые товары, разного рода транспортные средства либо определенные документы.

В ЕАЭС правоотношения, которые связаны с необходимостью помещать разного рода товары под таможенные процедуры и, в связи с этим, с обязанностью проводить их таможенное декларирование, появляются при перемещении данных товаров через таможенную территорию ЕАЭС.

Необходимость декларировать товары появляется у лиц, если им необходимо изменить ранее заявленную по поводу товаров таможенную процедуру на иную таможенную процедуру.

Таможенным декларированием является процедура юридического оформления совершения перемещения товаров через таможенную территорию ЕАЭС, а также товаров, которые уже перемещены через таможенную территорию Союза, таможенная процедура которых меняется (включая также отсутствие факта перемещения определенных товаров через таможенную территорию), либо других товаров, подлежащих таможенному декларированию¹⁴.

Местом для перемещения товаров через таможенную границу является пункт

¹³ Герченко В.В. Основные угрозы экономической безопасности России на современном этапе её развития и организация борьбы с ними //Вестник Московского университета МВД России. 2014. № 7. С. 31-32.

¹⁴ Анохина О.Г. Комментарий к Таможенному кодексу таможенного союза. –М.: Юстицинформ, 2016. С. 72.

пропуска через государственные (таможенные) границы стран, членов ЕАЭС, либо иные места, которые определены законами стран, являющихся членами ЕАЭС.

В согласии со ст. 152 ТК ЕАЭС, при перемещении товаров через таможенную границу соблюдаются запреты и ограничения, если иное не установлено данным Кодексом, международными договорами стран, являющихся членами ЕАЭС, решениями Комиссии таможенного союза и нормативными законодательными актами стран, членов ЕАЭС, которые изданы в согласии с международными договорами стран, членами ЕАЭС, которыми установлены эти ограничения и запреты.

Товары, которые запрещены к ввозу на таможенную территорию ЕАЭС, прибывшие на таможенную территорию Союза, подлежат немедленному вывозу с таможенной территории ЕАЭС, если иное не предусмотрено законами и (или) международными договорами государств, членов ЕАЭС.

Осуществление мер, направленных на вывоз указанных товаров, поручается перевозчику или их собственнику, если иное не предусмотрено законами и (или) международными актами стран, членов ЕАЭС.

Товары, которые запрещено вывозить с таможенной территории ЕАЭС, не подлежат фактическому вывозу с таможенной территории таможенного союза, если иное не предусмотрено международными соглашениями стран, членов ЕАЭС.

Если при ввозе на таможенную территорию ЕАЭС или вывозе с такой территории товаров, которые ограничены к ввозу или вывозу, не предъявлены документы, подтверждающие соблюдение ограничений, в этом случае применяют положения пунктов 2 и 3 ст. 152 ТК ЕАЭС.

В случае невозможности вывоза товаров, которые указаны в пунктах 2 и 4 указанной статьи, или неосуществления их немедленного вывоза, эти товары задерживаются в согласии с главой 21 ТК ЕАЭС.

Согласно ст. 153 ТК ЕАЭС, пользование и (или) распоряжение товарами, которые пересекают таможенную границу, до выпуска их органом таможни, производится в порядке и на условиях, установленных таможенными законодательными актами ЕАЭС.

Пользование и (или) распоряжение товарами после их выпуска таможенным

органом производится в соответствии с условиями заявленной таможенной процедуры или в соответствии с условиями, установленными для отдельных типов товаров, которые не подлежат в согласии с данным Кодексом помещению под таможенные процедуры.

В соответствии со ст. 83 ТК ЕАЭС, декларантами могут быть:

1) лицо государства - члена ЕАЭС:

а) считающееся стороной сделки с иностранцем, в соответствии с которой товары перемещаются через таможенную территорию ЕАЭС;

б) непосредственно от имени либо по поручению которого совершена сделка;

в) имеющее право по владению, пользованию либо распоряжению перемещаемыми товарами, – если данные товары перемещаются через таможенную территорию ЕАЭС не в рамках совершенной сделки, одной из сторон которой выступает иностранец;

г) выступающее в качестве стороны сделки, заключенной с иностранцем или с лицом страны-члена по поводу иностранных товаров, которые находятся на таможенной территории ЕАЭС;

д) выступающее в качестве экспедитора, – при прохождении таможенной процедуры таможенного транзита;

2) иностранное лицо:

а) организация, имеющая представительство или филиал, образованные либо зарегистрированные на территории страны-члена в предусмотренном порядке, – при прохождении таможенных процедур лишь к товарам, перемещаемым для собственных нужд данного представительства или филиала;

б) собственник товаров, если данные товары перемещаются через таможенную территорию ЕАЭС не в пределах совершаемой сделки между иностранцем и лицом страны-члена;

в) обладающее правом владения и пользования отдельными товарами, если они перемещаются через таможенную территорию ЕАЭС не в пределах совершенной сделки между иностранцем и лицом страны-члена, – при прохождении

таможенной процедуры таможенного склада, проведения временного ввоза (допуска), проведения реэкспорта, а также при прохождении специальной таможенной процедуры;

3) дипломатические представительства, консульские учреждения, представительства государств при международных организациях, международные организации или их представительства, иные организации или их представительства, расположенные на таможенной территории Союза;

4) перевозчик, включая таможенного перевозчика, – в случае прохождения таможенной процедуры таможенного транзита;

5) иностранец, получивший согласно международного договора страны-члена с третьей стороной документ, определенный таким международным договором, которые предоставляет такому субъекту право на вывоз с таможенной границы ЕАЭС товаров, которые находятся на таможенной территории ЕАЭС, – при прохождении следующих таможенных процедур: таможенного склада, реэкспорта, экспорта.

Исходя из всего вышесказанного, можно заключить, что единообразные подходы к определению понятия внешнеэкономической деятельности отсутствуют, а применение законодательного определения оправданно в той мере, в которой оно отражает специфику данного явления, что говорит о неопределенности понятийного аппарата в сфере регулирования внешнеэкономической деятельности.

1.2 Законодательная база интернет-торговли

Торговля через интернет в российских законодательных актах звучит как «дистанционный способ продажи товара» и регулируется:

- Федеральным законом «О рекламе» от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ;
- Федеральным законом «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» от 28 декабря 2009 г. № 381-ФЗ;
- Гражданским кодексом Российской Федерации (часть вторая) от 26 января 1996 г. № 14-ФЗ;
- Постановлением Правительства РФ «Об утверждении Правил продажи товаров дистанционным способом» от 27 сентября 2007 г. № 612;

– Письмом Роспотребнадзора «О контроле за соблюдением Правил продажи товаров дистанционным способом» от 12 октября 2007 г. № 0100/10281-07-32;

– Письмом Роспотребнадзора «О пресечении правонарушений при дистанционном способе продажи товара» от 08 апреля 2005 г. № 0100/2569-05-32;

– Законом РФ «О защите прав потребителей» от 07 февраля 1992 г. № 2300-1;

– Федеральным законом «О персональных данных» от 27 июля 2006 г. № 152-ФЗ.

Основой интернет-торговли является договор купли-продажи, заключение, действие и ответственность по которому регулируется положениями Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – ГК РФ)¹⁵.

Российский законодатель четко определил предмет данного способа продаж – товар. Об этом свидетельствуют, в частности, положения ст. 26.1 Закона РФ «О защите прав потребителей»¹⁶ (далее – Закон о защите прав потребителей) и п. 2 Правил продажи товаров дистанционным способом¹⁷ (далее – Правила).

Согласно ст. ст. 129, 455 ГК РФ¹⁸, а также Закона о защите прав потребителей под товаром понимается любая вещь, не изъятая из гражданского оборота, реализуемая по договору купли-продажи гражданину для личных (бытовых) нужд, не связанных с предпринимательской деятельностью.

Сырье, материалы, комплектующие изделия, полуфабрикаты и т.п. могут рассматриваться в качестве товара в тех случаях, когда они реализуются потребителю продавцом по договору купли-продажи в качестве самостоятельной товарной единицы.

В реальных отношениях по дистанционной продаже товаров участвуют сле-

¹⁵ Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 N 14-ФЗ (ред. от 18.04.2018) //СЗ РФ. 1996. № 5. Ст. 410.

¹⁶ Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 18.04.2018) "О защите прав потребителей" //Ведомости СНД и ВС РФ. 1992. № 15. Ст. 766.

¹⁷ Постановление Правительства РФ от 27.09.2007 N 612 (ред. от 04.10.2012) "Об утверждении Правил продажи товаров дистанционным способом" //СЗ РФ. 2007. № 41. Ст. 4894.

¹⁸ Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 N 51-ФЗ (ред. от 29.12.2017) //СЗ РФ. 1994. № 32. Ст. 3301.

дующие субъекты:

- потребитель, приобретающий, заказывающий, пользующийся товаром;
- изготовитель, производящий товар;
- лицо, реализующее товар.

Однако правовой статус последнего не раскрывается, а в качестве такового может выступать как продавец, посредник, так и дистрибьютор. Если в отношении первых двух законодательство о защите прав потребителей имеет разъяснения, то о последнем и самом активном участнике данных отношений законодатель умолчал.

Федеральная таможенная служба России является уполномоченным федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим в соответствии с законодательством Российской Федерации функции по выработке государственной политики и нормативному правовому регулированию, контролю и надзору в области таможенного дела, а также функции агента валютного контроля и специальные функции по борьбе с контрабандой, иными преступлениями и административными правонарушениями.

Таможенные органы Российского государства являются органами исполнительной власти, элементами системы всего государственного управления.

Таможенный орган является государственным органом исполнительной власти, который наделен специальной компетенцией в сфере таможенного дела. Давая понятие таможенного органа Российского государства, следует принимать во внимание его характерные черты и особенности.

Главной отличительной чертой и характерной особенностью таможенных органов РФ является то, что действующим законодательством таможенные органы отнесены к правоохранительным.

Таможенным перевозчиком является юридическое лицо государства - члена ЕАЭС, отвечающее определенным условиям.

Юридическое лицо может считаться таможенным перевозчиком после включения его в реестр таможенных перевозчиков. Порядок включения в данный ре-

есть, основания и условия исключения из данного реестра определяется действующим законодательством стран-членов ЕАЭС¹⁹.

Таможенный перевозчик производит перевозку товаров, которые находятся под таможенным контролем, непосредственно по таможенной территории ЕАЭС С согласно действующего законодательства стран-членов ЕАЭС.

Таможенные органы в порядке, предусмотренном действующим законодательством стран-членов ЕАЭС, ведут реестры лиц, которые признаны таможенными перевозчиками, совершают обеспечение их периодической публикации не меньше одного раза в квартал, включая использование информационных технологий.

Комиссия ЕАЭС в соответствии с реестрами, которые ведутся таможенными органами, создает общий реестр таможенных перевозчиков и публикует его не меньше одного раза в квартал на официальном Интернет-сайте Комиссии ЕАЭС.

Форма общего реестра таможенных перевозчиков, организация его ведения устанавливается в соответствии с решением Комиссии ЕАЭС²⁰. Правовой статус таможенных перевозчиков должен быть подтвержден документом, форма и порядок использования которого определяются решением Комиссии ЕАЭС.

Указанный документ должен быть выдан таможенным органом страны-члена ЕАЭС, который включил юридическое лицо в сформированный реестр таможенных перевозчиков.

В качестве условий включения определенного юридического лица в реестр таможенных перевозчиков выступают:

– осуществление данным юридическим лицом перевозочной деятельности на протяжении не меньше двух лет на момент обращения в таможенную службу;

¹⁹ Приказ ФТС России от 30.09.2011 N 1992 (ред. от 20.11.2015) "Об утверждении Административного регламента Федеральной таможенной службы по предоставлению государственной услуги по ведению реестра таможенных перевозчиков" (Зарегистрировано в Минюсте России 09.11.2011 N 22242) // Бюллетень нормативных актов федеральных органов исполнительной власти. 2011. № 48.

²⁰ Решение Комиссии Таможенного союза от 20.05.2010 N 261 (ред. от 25.01.2012) "Об утверждении форм общих реестров лиц, осуществляющих деятельность в сфере таможенного дела, порядка их ведения и формирования" // СПС «КонсультантПлюс»

– предоставление обеспечения выплаты таможенных пошлин, налогов на ту сумму, которая является эквивалентной не меньше чем двумстам тысячам евро, по предусмотренному курсу валют, определяемому действующим законодательством стран-членов ЕАЭС, на день предоставления данного обеспечения;

– наличие необходимого разрешительного документа на реализацию деятельности по осуществлению перевозке грузов, если данная деятельность требует наличия данного документа согласно действующего законодательства стран-членов ЕАЭС;

– наличие в собственности, в хозяйственном ведении, в оперативном управлении, либо в аренде применяемых для перевозки товаров транспортных средств, включая транспортные средства, которые пригодны для перевозки товаров под определенными таможенными пломбами и печатями;

– отсутствие на момент обращения в таможенную службу неисполненной обязанности по выплате таможенных платежей, пеней;

– отсутствие каких-либо фактов привлечения на протяжении одного года до момента обращения в таможенную службу к административной ответственности за совершение правонарушения в области таможенного дела, установленные законодательством стран-членов ЕАЭС.

В обязанности таможенного перевозчика включаются:

– выполнять условия и требования, предусмотренные ТК ЕАЭС, при осуществлении перевозки товаров согласно таможенной процедуре таможенного транзита;

– совершать учет товаров, которые перевозятся согласно предусмотренной таможенной процедуре таможенного транзита и представлять таможенным органам отчетность по совершению перевозки данных товаров, включая использование информационных технологий, согласно законодательства стран-членов ЕАЭС;

– исполнить предусмотренные обязанность по выплате таможенных пошлин, налогов;

– не допускать разглашения, не использовать для личных целей и не передавать другим лицам, за исключением ситуаций, определенных законодательством

стран-членов ЕАЭС, полученную непосредственно от отправителя товаров, их получателя либо экспедитора информацию, которая составляет государственную, коммерческую, банковскую и другую охраняемую действующим законодательством тайну, иную конфиденциальную информацию;

– информировать таможенную службу, которая включила юридическое лицо в реестр в качестве таможенного перевозчика, о перемене сведений, которые были заявлены им при включении в данный реестр, на протяжении пяти рабочих дней со дня изменения такого рода сведений.

Новое таможенное законодательство в какой-то степени решает ряд проблем, которые были выявлены в предыдущие годы при проведении таможенных операций в отношении транспортных средств международной перевозки.

Основные ожидания могут быть связаны с использованием информационных технологий, которые призваны ускорить процесс обработки предоставляемой информации, повысить объективность решений, принимаемых в процессе таможенного контроля, и усилить поддержку отечественных компаний в части предоставления услуг по мультимодальным перевозкам.

Чтобы получить ожидаемый результат в сфере создания условий для повышения эффективности работы транспортных компаний, подход к реализации новых технологий должен носить комплексный характер.

Уполномоченными экономическими операторами, таможенными представителями, экспедиторами, лица, которые имеют право владения, пользования либо распоряжения товарами, либо другие заинтересованные лица представляют необходимые сведения о товарах, необходимые для проведения предварительного информирования, перевозчику страны-члена ЕАЭС, на территории которого располагается место перемещения перевозимых товаров через таможенную территорию Союза, не меньше, чем за 4 часа до прибытия данных товаров. Перевозчик производит прием данных сведений от указанных лиц и их консолидацию.

Дистанционный способ продаж представляет собой не самостоятельный вид договора, а является одной из форм розничной купли-продажи.

Современное российское законодательство и практика его применения в об-

ласти дистанционной торговли оперируют термином «договор», а дистанционной торговлей признается продажа товаров по договору розничной купли-продажи (ст. 26.1 Закона о защите прав потребителей, и п. 2 Правил).

Между заключением и исполнением дистанционного договора существует промежуток времени, необходимый для доставки товара потребителю.

Российское законодательство при решении вопроса об исполнении дистанционного договора исходит из понятия разумности его исполнения, если иное не предусмотрено договором. И только если повторно продавцом не соблюдаются сроки исполнения договора, то на него возлагается обязанность по его исполнению в течение семи дней с момента предъявления покупателем требования о его исполнении.

В отношении дистанционной торговли должно применяться правило сатисфакции или возврата денег, то есть если потребитель недоволен товаром или имеет какие-то другие мотивы, он абсолютно свободно может вернуть товар.

Данное положение распространяется на любой контракт, заключенный с предпринимателем на расстоянии. Так, потребитель имеет право отказаться от исполнения контракта без уплаты штрафа и без объяснения причин в течение 7 дней в отношении товаров – с даты получения товара потребителем, в отношении услуг – с даты заключения контракта. При этом поставщик обязан в срок не более 30 дней вернуть все суммы, уплаченные потребителем, без каких-либо вычетов, кроме прямых издержек, связанных с возвратом товара.

Таким образом, продажей товаров дистанционным способом считается продажа товаров по заключённому договору розничной купли-продажи, который совершается в соответствии с ознакомлением покупателя с указанным продавцом описанием товара, размещенного в каталогах, проспектах, буклетах либо при помощи средств связи, либо другими способами, которые исключают возможность прямого ознакомления покупателя с товаром либо образцом товара при заключении дистанционного договора.

1.3 проблемы контроля за соблюдением законодательства

Обладая конкретными родовыми признаками, которые свойственны любой функции государства, контрольно-надзорная функция рассматривается²¹ как специфическая государственная функция, выражающаяся в деятельности органов государственной власти, направленная на приобретение и проведение анализа информации о происходящих в российском обществе процессах и явлениях, на выявление нарушений и отклонений от правовых предписаний, на определение требований об устранении обнаруженных нарушений для совершения охраны прав и свобод российских граждан, конституционного строя, для обеспечения законности в государстве.

По мнению В.А. Бобченко, в качестве специфических черт контрольно-надзорной государственной функции выступают:

- ее реализации в отношении подчиненным органам, гражданам и юридическим лицам;
- возможность вмешаться в осуществляемую юридическими лицами оперативно-хозяйственную деятельность в ходе ее осуществления;
- проведение оценки деятельности контролируемого субъекта с позиции принципов законности и целесообразности;
- законодательно предусмотренная возможность субъектов контроля прямого привлечения к установленной законодательством ответственности правонарушителей²².

Таким образом, контрольно-надзорная функцию можно определить как направление государственной деятельности по определению фактического исполнения правовых норм и сдерживанию обнаруженных отклонений.

Рассматриваемая государственная функция предполагает осуществление профессионального наблюдения за соблюдением законности реализации определенной деятельности контролируемых субъектов строго в соответствии с законными требованиями, в максимальной степени обеспечении осуществления охраны

²¹ См. подробно: Мельникова Т.Е. К вопросу исполнения государственной функции по контролю за безопасностью дорожного движения // Транспортное право. 2015. N 1. С. 12 - 14.

²² См. об этом: Бобченко В.А. К вопросу о понятии контрольно-надзорных функций государства // Экономика. Государство. Общество. 2014. № 11. С. 33.

правопорядка, непосредственно общественных интересов, предусмотренных прав и свобод граждан²³.

Несмотря на то, что в пределах действующей системы исполнительных государственных органов ясно разграничены компетенции исполнительных государственных органов, ряд проблемных вопросов в определении понятия «контрольно-надзорная функция» в отношении деятельности исполнительных государственных органов, вызывает некоторые трудности в правоприменительной деятельности, включая реализацию рассматриваемых функций.

К примеру, фактически на настоящее время законодательно закреплено два разных понимания контрольно-надзорных функций:

1) Указом Президента Российской Федерации от 09.03.2004 № 314 «О системе и структуре федеральных органов исполнительной власти» в качестве функций по контролю и надзору понимаются:

а) реализация действий по контролю и надзору за реализацией государственными и муниципальными органами, их должностными лицами, физическими и юридическими лицами предусмотренных действующим законодательством общеобязательных правил поведения;

б) выдача государственными и муниципальными органами, их должностными лицами необходимых разрешений (лицензий) на реализацию отдельного вида деятельности либо некоторых действий физическим и юридическим лицам;

в) регистрация актов, документов, прав, объектов, а также издание индивидуальных правовых актов²⁴.

2) Федеральным законом № 294-ФЗ «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля» функции по осуществлению государственного контроля (надзора) определяются как «деятельность федеральных органов ис-

²³ См. подробно: Васильева Е.И., Бобченко В.Э. Контрольно-надзорная деятельность в области автомобильного транспорта и дорожного хозяйства на территории // Вопросы управления. 2015. №3 (15). С.57-66.

²⁴ Указ Президента РФ от 09.03.2004 N 314 (ред. от 28.09.2017) "О системе и структуре федеральных органов исполнительной власти" //СЗ РФ. 2004. № 11. Ст. 945; СЗ РФ. 2017. № 40. Ст. 5820.

полнительной власти, уполномоченных на осуществление государственного контроля (надзора) на всей территории Российской Федерации»²⁵.

Соотнесение определенных, данных указанными нормативными актами, дает возможность сформулировать вывод о том, что Указ Президента Российской Федерации от 09.03.2004 № 314 «О системе и структуре федеральных органов исполнительной власти» контрольно-надзорные функции характеризует обширнее, чем положения указанного Федерального закона, так как рассматривает различные виды деятельности, а также органы власти, которые реализуют контрольные полномочия.

Таким образом, в данном случае имеется противоречие между нормативным актом нижестоящего и вышестоящего уровня, наблюдается смещение разных по содержанию направлений контрольно-надзорной деятельности²⁶.

Контроль за соблюдением Правил о дистанционной торговле осуществляется Федеральной службой по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека.

В соответствии с Положением, Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека (Роспотребнадзор) является федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по выработке и реализации государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере защиты прав потребителей, разработке и утверждению государственных санитарно-эпидемиологических правил и гигиенических нормативов, а также по организации и осуществлению федерального государственного санитарно-эпидемиологического надзора и федерального государственного надзора в области защиты прав потребителей²⁷.

²⁵ Федеральный закон от 26.12.2008 N 294-ФЗ (ред. от 27.11.2017) "О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля" //СЗ РФ. 2008. № 52. Ст. 6249; СЗ РФ. 2017. № 49. Ст. 7304.

²⁶ См. об этом: Васильева, Е.И., Бобченко, В.Э. Контрольно-надзорная деятельность в области автомобильного транспорта и дорожного хозяйства на территории // Вопросы управления. 2015. №3 (15). С.57-66.

²⁷ Постановление Правительства РФ от 30.06.2004 N 322 (ред. от 24.04.2018) "Об утверждении Положения о Федеральной службе по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека" //СЗ РФ. 2004. № 28. Ст. 2899.

Важно указать, что отдельного закона, который бы регулировал торговлю именно через Интернет-магазины в России нет. Однако согласно судебной практике и высказываниям мнения в СМИ Роспотребнадзора, данный запрещенный список распространяется и на Интернет-магазины²⁸. Что, возможно косвенно, но подтверждается судебной практикой²⁹.

На основании изложенного, считается целесообразным предложить для совершенствования правового регулирования и контроля со стороны органов власти следующие рекомендации в сфере интернет-торговли³⁰:

1) предлагается придать классификацию Интернет – магазинам с разбивкой на разделы:

- а) товары;
- б) услуги;

2) добавить раздел со ссылкой сайта Роспотребнадзора с возможностью обращения через данный сайт жалоб на продавца, либо сайт, предоставляющий услуги. Также сделать ссылку на сайт Роскомнадзора в случае обнаружения сайтов, на которых нарушаются авторские права, осуществляется торговля алкоголем, табаком (здесь необходимо ограничить доступ лиц моложе 18 лет, применив регистрацию на сайте с привязкой к государственным услугам).

3) представляется необходимым создать сайт, на котором необходимо будет всем Интернет-магазинам проходить регистрацию с указанием предоставления конкретного вида услуг и конкретных категорий товаров (по типу ОКВЭД в системе Федеральной налоговой службы, т.е. виды экономической деятельности). Это позволит вести статистику использования в стране Интернет-магазинов и движения потока товаров. Покупатель, приобретая в Интернет-магазине товар, нажимает на ссылку «купить» и «оплатить», и после оплаты сведения поступают в единую базу данных, и уже становится очевидным, где приобретено, кто приобрел и какой

²⁸ Письмо Роспотребнадзора от 08 апреля 2005 г. № 0100/2569-05-32 //СПС «КонсультантПлюс»

²⁹ Определение Санкт-Петербургского городского суда от 12 сентября 2011 г. № 33-13810/2011 //СПС «КонсультантПлюс»

³⁰ Неретина Н.Г. О совершенствовании государственного надзора и контроля в сфере торговли через Интернет-магазин //Актуальные проблемы современности: наука и общество. 2017. № 1. С. 3-5.

товар приобретен. Данная база позволит потребителям ускорить время рассмотрения их жалоб в соответствии с законодательством о защите прав потребителей.

2 ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛЯ В РФ В УСЛОВИЯХ ЕАЭС

2.1 основные каналы интернет-торговли

Быстрое распространение Интернета в мире существенно повлияло и на сферу торговли товарами и услугами, породив новое направление – Интернет-торговлю, под которой в широком смысле подразумевается розничная и оптовая покупка/продажа товаров и услуг посредством электронной сети.

Самой популярной считается схема В2С («Бизнес-Потребитель»), предусматривающая проведение розничной торговли через Интернет-магазины.

Кроме того, рыночными участниками могут использоваться несколько различных моделей одновременно в целях формирования более гибких и конкурентоспособных гибридных бизнес-схем.

В страновом разрезе, крупнейшим рынком электронной торговли в мире в 2015 г., по данным аналитической компании Remarkety, является Китай.

Одним из ключевых факторов роста является многочисленное население страны. В тройку лидеров также входят США и Великобритания. РФ также входит в ТОП 10 стран по развитию рынков Интернет-торговли.

Отдельно стоит упомянуть о рынке Индии, которая не вошла в ТОП10, составленный Remarkety, но тем не менее является одним из быстрорастущих рынков мира.

Постепенный рост уровня жизни населения на фоне достаточно быстрого проникновения Интернета в регионе, открывает широкие возможности для онлайн компаний на локальном рынке.

Кроме того, потенциальная Интернет-аудитория в 1 млрд. человек, даже при текущей слабой покупательской способности, обусловленной высоким уровнем бедности в стране, потенциально может генерировать крупные финансовые потоки.

На данный момент в мире существуют миллионы веб-сайтов (локальных и международных), осуществляющих онлайн продажи в разных форматах (Таблица 1).

Таблица 1 – Ключевые бизнес-модели, используемые в Интернет-торговле³¹

Бизнес-модель	Применение	Основные форматы организации интернет-площадок
1	2	3
В2С «Бизнес-потребитель»	Используется в сегменте Интернет-торговли, ориентированном на работу компаний с физлицами, являющимися потребителями товаров и услуг.	<ul style="list-style-type: none"> – Интернет-супер и мегамаркеты – веб-сайты с максимально расширенным ассортиментом товаров. Подобные онлайн площадки могут являться онлайн подразделениями крупных оффлайн ритейлеров; – сайты-агрегаторы (маркет-плейсы) – специализированные посреднические порталы, осуществляющие автоматический сбор и обработку информации от разных поставщиков по определенным продуктовым направлениям; – Интернет-магазины – веб-сайты, на которых размещается информация о товарах/услугах, доступных для заказа (и оплаты) через Интернет. Как правило, ассортиментная матрица имеет средний или малый размер; – витрины в соцсетях – Интернет-каталог товаров/услуг, размещаемый в аккаунте или группе в соцсетях, принадлежащих юрлицу, в целях организации и продвижения продаж товаров/услуг с возможностью непосредственной покупки и оплаты. В настоящий момент соцсети предлагают различные инструменты для организации электронного бизнеса.
В2В «Бизнес-Бизнес»	Ориентирована на упрощение торговых операций в корпоративном сегменте, повышение их скорости и прозрачности.	<ul style="list-style-type: none"> – специализированные Интернет-магазины – веб-сайты, на которых размещается информация о товарах/услугах, доступных для заказа (и оплаты) через Интернет для юрлиц. – отраслевые Интернет-порталы – посреднические электронные сервисы, позволяющие размещать информацию о товарах/услугах определенного направления для реализации юрлицам.
С2С «Потребитель-Потребитель»	Предполагает дистанционное совершение торговых сделок между физлицами.	<ul style="list-style-type: none"> – электронные доски объявлений – электронные посреднические сервисы, позволяющие физлицам размещать сообщения о продаже/покупке. Иногда на таких площадках могут присутствовать инструменты для юрлиц (возможность открытия онлайн магазинов в формате площадки). – электронные аукционы – посреднические Интернет-площадки с возможностью выставления товара для приобретения его другими пользователями

³¹ Источник: составлено на основе анализа деятельности Интернет-компаний в мире

Продолжение таблицы 1

1	2	3
		через механизм ставок. – витрины в соцсетях – размещение информации физлицами о товарах и услугах в аккаунтах и группах соцсетей.
G2C «Правительство-Потребитель»	Сфокусирована на бизнес-отношениях государства с гражданами (сбор налогов, визовой поддержки и др.)	Интернет-порталы госуслуг – специализированные (моно- или мультифункциональные) веб-сайты для дистанционного оказания госуслуг локальному и иностранному населению.
G2B «Правительство-Бизнес»	Нацелена на развитие бизнес-отношений государства с корпоративным сектором	Интернет-порталы для взаимодействия с юрлицами – налоговые сервисы, площадки госзакупок и др.

Однако самыми крупными в международном масштабе из них являются преимущественно американские онлайн торговые площадки:

– Amazon (1995 г.) – крупнейший и старейший Интернет-мегамаркет для онлайн покупок в мире. На Amazon представлены различные товарные группы (бытовая техника и микроэлектроника, книги, одежда и обувь, транспортные средства и др.). Товары подлежащие реализации могут быть как новыми, так и подержанными. Amazon базируется в США, но его работа ведется по всему миру. Стоимость компании оценивается экспертами в примерно 35 млрд. долларов;

– eBay (1995 г.) – второй по значимости после Amazon американский Интернет-магазин в формате электронного аукциона. eBay, по различные оценкам, стоит приблизительно 10 млрд.долларов. Выставляются практически все существующие товарные группы. eBay также базируется в США;

– BestBuy (1996 г., создание онлайн-подразделения крупного американского оффлайн ритейлера) – один из крупнейших онлайн мегамаркетов электроники в мире. Потребителям предлагается практически все существующие в мире модели потребительских устройств (ноутбуки, планшеты, смартфоны, DVD-проигрыватели и др.). Его приблизительная стоимость составляет около 50 млрд. долларов;

– Alibaba (1999г.) – китайская онлайн компания, которая занимается онлайн продажами по всему миру. Она имеет миллионные доходы и находится среди лучших 100 веб-сайтов в мире. Также активно развиваются другие азиатские игроки.

Кроме того, на рынке Интернет-торговли регулярно появляются игроки из других сегментов – банки, мобильные и почтовые операторы и прочие коммерческие организации, обладающие крупными массивами клиентских данных и развитыми электронными каналами продаж. Что касается того, какие именно товары приобретаются потребителями посредством Интернета в мире, то по данным ряда маркетинговых исследований, наиболее популярными категориями являются DVD/CD диски и онлайн-книги – свыше 20 %.

Кроме того, доля покупаемых в Интернете товаров и услуг постоянно растет по сравнению с обычными (оффлайн) точками продаж. Действующие российские Интернет-магазины можно подразделить на несколько ключевых групп по количеству суточных онлайн заказов:

– большие Интернет-магазины (свыше 1000 заказов в сутки). К этой категории относятся преимущественно онлайн гипермаркеты и супермаркеты, в том числе онлайн подразделения крупных оффлайн ритейлеров;

– средние Интернет-магазины (свыше 50 заказов в сутки). Популярны среди потребителей Интернет-магазины определенного профиля;

– малые Интернет-магазины (свыше 10 заказов в сутки) и Микро-Интернет-магазины (менее 10 заказов в сутки).

В РФ, как и в большинстве стран мира, активно формируется локальная экосистема розничной Интернет-торговли. Необходимо отметить, что быстрое разрастание экосистемы происходит не внутри отрасли, что более характерно для традиционных секторов, а пересекая другие сферы экономики.

В результате, также появляются новые электронные бизнес-направления, в том числе сопутствующие финансовые и технические сервисы.

Кроме того, российская система не является замкнутой и постепенно интегрируется в глобальную экосистему электронной коммерции.

Немаловажную роль в этом играют современные процессы глобализации и глокализации.

Розничная Интернет-торговля физическими товарами в РФ развивается достаточно динамично, следуя мировым тенденциям. Ее доля в общем объеме розничных продаж в стране постоянно растет. Однако данные о ее размере, приводимые различными источниками, существенно разнятся от 0,9 % (Росстат) до практически 4 % (Национальная ассоциация дистанционной торговли, НАДТ; InSales).

По данным большинства аналитических агентств, на протяжении последних пяти лет оборот розничной Интернет-торговли, рос достаточно динамично (хотя происходило постепенное замедление, обусловленное изменением фаз развития рынка) – в среднем на 30 % в год, включая сложный 2015 г. При этом онлайн сегмент существенно опережал российский ритейл.

Оборот розничной торговли с 2011 по 2014 гг. рос умеренными темпами – около 11 % в год, а в 2015 г. вовсе сократился на более чем 30% по причине тяжелой макроэкономической ситуации в стране.

Темпы роста рынка в новых условиях, в том числе на фоне снижения покупательной способности населения, замедлились, однако падения не произошло.

Относительно позитивная динамика объясняется совокупностью ряда факторов:

- ростом информатизации страны (включая мобильный сегмент), в частности в регионах, что на фоне совершенствования логистических связей, делает их мощным источником активных онлайн покупателей;
- усилением электронных каналов крупных и средних оффлайн ритейлеров в целях сокращения издержек, что позволяет устанавливать более низкие отпускные цены;
- активным ростом трансграничной Интернет-торговли, который связан с активными покупками в преимущественно в более дешевых китайских онлайн магазинах.

По оценкам экспертов, доля розничной онлайн торговли с Китаем составляет около 50 % в денежном выражении и 90 % в общем объеме посылок (в штуках).

В этой связи, необходимо также отметить, что в 2015 г., по оценкам НАДТ, объем онлайн покупок в российских Интернет-магазинах составил 554 млрд. рублей, а в зарубежных – 227 млрд. рублей. Рост трансграничного сегмента по сравнению с 2014 г. составил свыше 160 %.

Также произошло изменение соотношения внутренней и трансграничной онлайн торговли в общем объеме рынка (в рублевом выражении) – доля последней увеличилась до 29 % с 13 % в 2014 г.

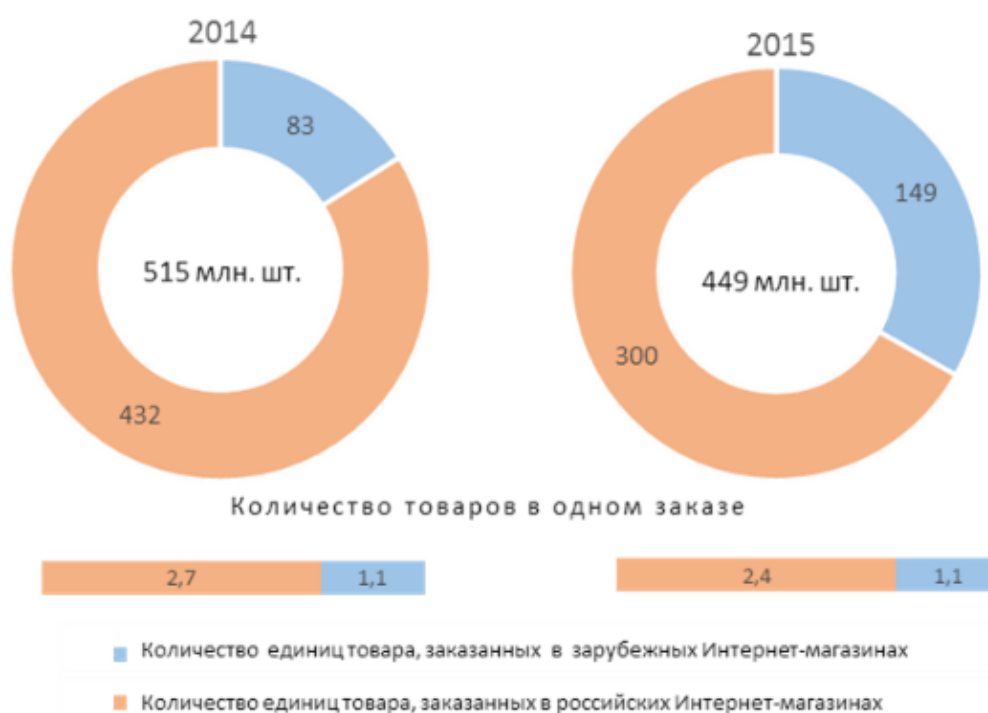
Помимо основной причины роста трансграничного сегмента – неравные конкурентные условия между российскими и зарубежными Интернет-магазинами по налоговой нагрузке – в данном случае немаловажную роль сыграла девальвация рубля, которая привела к удорожанию импорта.

Цены на товары в зарубежных Интернет-магазинах выросли, но все равно остались в среднем на 15-20 % ниже чем в российских онлайн аналогах.

Структура российского рынка по количеству онлайн заказов также свидетельствует о росте импортных товаров в общем объеме розничных онлайн продаж. В 2015 г. россиянами было осуществлено 260 млн. онлайн заказов (для сравнения в 2014 г. – 235 млн. заказов), по данным НАДТ, из которых свыше 50 % приходится на покупки в зарубежных Интернет-магазинах.

Что касается, количества единиц товара в одном онлайн заказе в зарубежных и российских Интернет-магазинах, то их соотношение несущественно изменилось, по сравнению с 2014 г. (рисунок 1).

Однако произошло общее снижение количества поставляемых товаров (на 15 % по сравнению с 2014 г.), что объясняется снижением покупательной способности российского населения в результате ослабления национальной валюты в 2014-2015 гг.



Ри-

сунк 1 – Количество единиц товаров в одном онлайн заказе в российских и зарубежных магазинах. млн. шт³²

По оценкам экспертов, в 2014-2015 гг. самой популярной товарной категорией у российских онлайн покупателей продолжает оставаться одежда, ее покупает 72 % онлайн покупателей в РФ и 61 % за рубежом. На втором месте в сегменте внутренних покупок оказалась электронная техника (47 % покупателей), а в сегменте трансграничных покупок – категория «1000 мелочей» 16 (49 % покупателей). На третьем месте – товары для дома и сада при онлайн покупках за рубежом (45 % покупателей) и мобильные устройства в РФ (34 % покупателей). При этом средний чек в российском Интернет-магазине, по данным Data Insight, составляет 4050 руб., а в зарубежном, по оценкам АКИТ, – 52 евро.

Характерной особенностью российского спроса является низкая популярность таких товарных категорий как электронные книги, музыка и лицензионные диски, в то время как в мире, по экспертным оценкам, такие товары находятся на первых местах в списке предпочтений онлайн покупателей.

³² Источник: на основе данных НАДТ

Такая ситуация может быть объяснена достаточно слабым контролем за авторским правом: большинство книг и музыкальных произведений находится в свободном доступе, и большинство Интернет-пользователей не видят для себя смысла в их приобретении.

Что касается структуры российского рынка Интернет-торговли по товарным категориям, то по данным InSales на 2014 г., доля ТОП 5 – свыше 60 %. Наибольшей удельный вес (ТОП 5) занимают такие направлений как:

- «Электроника и бытовая техника» (24 %; 147 млрд.руб.);
- «Одежда и обувь» (15 %; 93 млрд.руб.);
- «Компьютеры и комплектующие» (11 %; 68 млрд.руб.);
- «Автозапчасти» (6 %; 38 млрд.руб.);
- «Мобильные телефоны» (5 %; 32 млрд.руб.).

Доля прочих отдельно взятых сегментов в рыночной структуре не превышает 5 %.

На рынке продолжается, начавшееся в 2011-2012 гг., укрупнение. В 2014 г., согласно статистике InSales, наибольший прирост числа Интернет-магазинов наблюдался в сегменте больших Интернет-магазинов (+25 %), которые несмотря на небольшое количество (50 организаций) генерируют около 33 % всего торгового оборота в секторе.

Магазины этой группы расширяются и увеличивают ассортимент товаров, тем самым переходя в формат онлайн супер-и гипермаркетов или являясь уже таковыми усиливают свои позиции на рынке.

Кроме того, крупные оффлайн ритейлеры, начавшие в изменившейся среде активно развивать электронные каналы продаж как менее затратные (как правило это большие Интернет-магазины), постепенно вытесняют более мелких онлайн игроков.

Средние магазины (свыше 900 организаций) также придерживаются этой стратегии. Наиболее успешные могут перейти в другую весовую категорию.

В ближайшие годы, по мере развития рынка, эта тенденция продолжится.

Что касается количества мелких участников, то в этом сегменте происходят два активных параллельных процесса – уход с рынка слабых игроков и открытие новых Интернет-магазинов.

При этом, необходимо отметить, что большинство онлайн точек закрывается еще в первый год своего существования, что связано с высоким уровнем конкуренции на рынке даже в более благоприятных экономических условиях.

Малые и микро-магазины оказались наиболее чувствительны к ухудшению геополитической и экономической ситуации. Ограниченным в ресурсах (финансовых, складских и др.) мелким игрокам достаточно трудно противостоять более крупным конкурентам. Однако негативные процессы в данной группе относительно компенсируются постоянным открытием новых торговых онлайн точек, так как барьеры входа на рынок, как уже говорилось, достаточно низкие или вовсе отсутствуют.

В отношении динамики количества Интернет-магазинов в зависимости от их профиля, то, согласно данным InSales, в 2014 г. наибольший прирост числа Интернет-магазинов произошел в категориях «Товары для дома», «Оборудование», «Стройматериалы» и «Подарки». В данных сегментах число магазинов увеличилось в среднем на 20 % по сравнению с 2013 г. Это связано с увеличением потребительского спроса в данных сегментах.

Уменьшение числа магазинов в 2014 г. произошло в следующих категориях: «Электроника и бытовая техника», «Цветы», «Компьютеры и ноутбуки». Существенное число онлайн магазинов закрылось в сегменте «Детские товары», но оно практически скомпенсировалось открытием такого же числа новых онлайн точек.

Согласно рейтингу, составленному аналитическими агентствами Data Insight и Ruward, в 2015 г. крупнейшими Интернет-магазинами (ТОП10) стали онлайн продавцы, оперирующие в пяти ключевых направлениях (таблица 2): гипермаркеты, электроника и техника, одежда и обувь, автозапчасти и офисные товары.

Таблица 2 – Крупнейшие Российские Интернет-магазины ТОП-10³³

³³ Источник: на основе данных Data Insight и Ruward

Крупнейшие российские Интернет-магазины	Оборот (млрд. Руб.) с учетом НДС	Количество заказов, млн. руб.	Средний чек, тыс. руб.
Ulmart.ru (гипермаркет)	36,8	7,3	5
Wildberries (одежда, обувь и аксессуары)	32	17	1,9
Citilink.ru (гипермаркет)	24,8	2,8	8,7
Mvideo.ru (электронная техника)	20,4	1,6	13
Exsist.ru (автозапчасти, автоэлектроника, шины и диски)	17,3	6,7	2,7
Eldorado.ru (электроника и техника)	16,9	2,1	8,1
Связной (электроника и техника)	16,7	1,7	9,7
KiviVip.ru (одежда, обуви, аксессуары)	16,5	1,8	9,4
Ozon.ru (гипермаркет)	15,2	5,2	2,9
Komus.ru (офисные товары)	12,9	1,3	10,3

Кроме того, в лидерах сектора наряду с полностью Интернет-игроками находятся онлайн подразделения крупных оффлайн магазинов. Необходимо отметить, что Интернет-ритейлеры также усиливают физическое присутствие посредством развития сетей как пунктов выдачи, так и полноформатных магазинов.

При этом, крупнейшие российские онлайн магазины растут быстрее рынка (~30 % против 27 %). При этом, рост был обусловлен как увеличением числа покупок, так и ростом среднем чека с учетом инфляционного роста цен в стране.

Юлмарт–лидер по обороту среди российских Интернет-магазинов в 2015 г. Игрок нацелен на активное развитие электронного бизнеса, при этом практически вся прибыль направляется на новые проекты. В 2015 г. Юлмарт начал реализацию проекта по запуску и развитию маркет-плейса с собственной логистической инфраструктурой (на базе сети физических пунктов Юлмарта). Это позволит, в случае одобрения платформы Правительством РФ, получить господдержку в рамках национального проекта по созданию российской экспортной площадки.

Гипермаркет также развивает нематериальные направления (в том числе сегменты Telecom и Travel).

Кроме того, негативно на компании может сказаться поданный инвестиционным фондом Templeton Asset Management Limited, зарегистрированным в Сингапуре, иск о банкротстве группы Ulmart Holdings (материнской компании российского Интернет-гипермаркета).

По оценке экспертов, в будущем возможно слияние Юлмарта с одним или несколькими гипермаркетами (например, с Ozon или Ситилинк).

Это может быть вызвано необходимостью усиления присутствия в ряде товарных сегментов. На втором месте находится российский гипермаркет Wildberries – крупнейший российский онлайн супермаркет одежды, обуви и аксессуаров.

Интернет-компания стала одной из первых на рынке, кто ввел единый тариф на доставку в регионы. Это позволило быстро нарастить аудиторию магазина. Позже ритейлер предоставил клиентам возможность бесплатно отказаться от любой уже доставленной покупки, что также повысило лояльность клиентов.

С начала 2015 г. в условиях экономического кризиса в Wildberries начали использовать модель взаиморасчетов с контрагентами, когда оплата осуществляется по факту реализации.

Подобную модель используют многие онлайн и оффлайн продавцы в целях оптимизации финансовых ресурсов. Однако компании в прошлом году было предъявлено около 17 исков за просроченную оплату за поставленный товар и оказанные услуги на сумму около 90 млрд.

Основной конкурент Wildberries – мультибрендовый Интернет-ритейлер Lamoda – не вошел в ТОП 10 (11-ое место в рейтинге). Продажи выросли в 2015 г. на 30 % по сравнению с 2014 г. Однако компания убыточна. Однако немецкий инициатор проекта – Rocket Internet – возлагает большие надежды на онлайн супермаркет, ожидая прироста сегмента модных товаров на развивающихся рынках в среднем на 15% в год. В 2016 г. было привлечено около 50 млн. евро в проект.

Кроме того, Интернет-компания сосредоточится на расширении географии присутствия и улучшении логистики. Также были запущены аналогичные сервисы в Казахстане и Украине.

Однако в ТОП10 присутствует еще один игрок в сегменте «одежда и обувь» – KiriVip – Интернет-дискаунтер одежды и обуви клубного формата (8 место в рейтинге). По итогам 2015 г. проект оказался прибыльным (ЕБИТДА +1% по данным компании) в отличие от Lamoda³⁴.

Бизнес-модель участника рынка заключается в скупке излишков товарных запасов у ключевых производителей брендовой одежды по специальным ценам с последующей реализацией в формате акций со скидками до 90 % от потенциальной цены изделия.

Кроме того, во время экономического кризиса в традиционном сегменте «(брендовая) одежда и обувь» начинает появляться все больше игроков, которым необходимо оптимизировать складские излишки.

В этом случае KiriVip также выступает в роли оптового покупателя и осуществляет закупку по минимальным ценам. KiriVip также осознает важность увеличения аудитории в регионах, поэтому в 2015 г. были сделаны значительные инвестиции в развитие собственных логистических каналов.

В целях усиления физического присутствия планируется развитие формата физических магазинов: в 2015 году уже был открыт первый подобный магазин в Москве.

Ситилинк – крупный Интернет-дискаунтер с сетью физических магазинов (около 30, в том числе в регионах РФ) – находится на третьем месте в совместном рейтинге Data Insight и Ruward.

По данным компании, посредством дистанционных каналов (веб-сайта и колл-центра) осуществляется до 80 % всех продаж, а 20 % генерируются физическими магазинами.

³⁴ Седых И.А. Рынок Интернет-торговли в РФ. 2016. // <https://dcenter.hse.ru/data/2017/03/10/1169536647/%D0%A0%D1%8B%D0%BD%D0%BE%D0%BA%20%D0%98%>

Кроме того, по данным компании, наблюдается рост продаж сервисных продуктов Ситилинк. Интернет-дискаунтер планирует развивать данное направление и концентрируется на компьютерных и цифровых сервисах.

Гипермаркеты техники МВидео, Связной, Эльдорадо, одновременно являющиеся онлайн подразделениями одноименных федеральных физических ритейлеров, заняли 4, 6 и 7 места в рейтинге соответственно.

Продажи через Интернет традиционных ритейлеров выросли в среднем на 12 %, а доля онлайн сегмента в общем объеме продаж составляет около 15 %.

Крупнейший российский ритейлер бытовой техники и электроники МВидео нацелен на развитие электронных продаж и расширении ассортимента посредством включения смежных с основным направлением товаров. При этом, отказа от развития физической сети не происходит: в 2015 г. было открыто 20 новых гипермаркетов, в 2016 г. также происходит усиление позиций в традиционном ритейле.

Сотовый ритейлер Связной придерживается практически аналогичной стратегии. В 2015 г. компания сократила сеть физических магазинов и усилила дистанционные каналы продаж (веб-сайт и электронные каталоги в установленные в оффлайн магазинах сети).

Однако федеральный ритейлер в ближайшем будущем не планирует полностью переводить бизнес в сеть (точки продаж используются также как пункты самовывоза при покупке через Интернет).

Что касается Эльдорадо (основного конкурента МВидео), то в 2015 г. крупный продавец бытовой техники и электроники, следуя своей стратегии по трансформации в мультикатегорийного ритейлера, существенно расширил ассортимент во всех каналах продаж, в том числе и через Интернет (добавились товары для детей, ремонта, дома и сада).

В дальнейшем возможна продажа компании и ее объединения с другим игроком этого сегмента – Техносилой.

Exist – крупнейший продавец товаров для автомобилей с развитой сетью, единственный магазин в рейтинге, предлагающий товары этой категории (5-ое место в рейтинге).

В условиях кризиса физлица и даже компании стараются экономить посредством приобретения альтернативных запчастей или покупки оригинальных, но не у неофициальных дилеров. Из-за девальвации цен на запчасти на автомобили иностранных марок существенно выросли, что помогло Exist.ru нарастить выручку.

В дальнейшем ожидается продолжение тенденции. Продажи крупнейшего онлайн гипермаркета Ozon (9 место в рейтинге), по данным самой компании, в 2015 г. выросли на ~30 % (с учетом новых активов).

Обогнать рынок по темпам роста Ozon удалось за счет расширения ассортимента и демпинга цен. Запуск туристического проекта и покупка онлайн-магазина обуви внесли существенный вклад в популяризацию сайта.

Кроме того, именно российский гипермаркет Ozon.ru стал самым популярным в стране российским магазином (2 место) по количеству уникальных посетителей в месяц (но по объему выручки уступает другим игрокам).

Однако два других лидера рейтинга – иностранные участники – китайский AliExpress (1 место) и американский онлайн аукцион eBay (3 место)³⁵.

Чаще всего в AliExpress покупают бытовую технику и электронику (32 %), одежду (25 %), обувь (13 %). Интересно, что именно такой сегмент, как обувь, всерьез отличают российский и трансграничный рынок (рисунок 2).



Рисунок 2– Затраты российских граждан в зарубежных интернет-магазинах по странам

³⁵ Седых И.А. Рынок Интернет-торговли в РФ. 2016. // <https://dcenter.hse.ru/data/2017/03/10/1169536647/%D0%A0%D1%8B%D0%BD%D0%BE%D0%BA%20%D0%98>

Среди зарубежных интернет-магазинов AliExpress считается лидером в России (рисунок 3).

Помимо Ozon стратегии снижения цен на ходовые товары в условиях кризиса, как уже говорилось выше, также придерживается значительная часть крупных участников.

Вследствие снижения общей покупательской активности населения в РФ наиболее популярными становятся Интернет-торговцы, предлагающие различные скидки и более дешевые товары. Свой вклад в развитие этого торгового формата (сайтов-дискаунтеров и скидочных сайтов) внесла популяризация групповых («совместных») покупок 20 в социальных сетях.

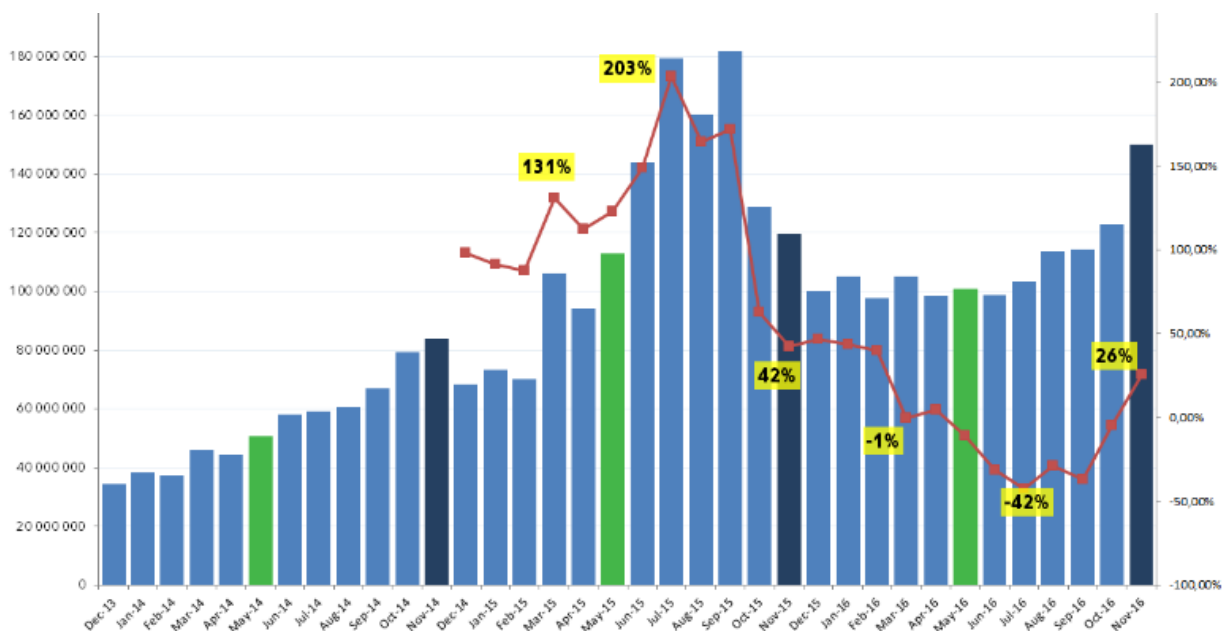


Рисунок 3 – Динамика визитов с ноября 2013 по декабрь 2016 гг. российских граждан в интернет-магазин AliExpress

В страновом разрезе, ожидается, согласно прогнозам экспертов, что в роли локомотива мирового рынка Интернет-торговли продолжит выступать Китай (26 % в год), в частности за счет экспортной розничной онлайн торговли.

Также достаточно высокие темпы роста ожидаются в других развивающихся странах – Индии (24 %), Южной Корее и Индонезии (свыше 20 %) (Рисунок 4).

Страна	Онлайн продажи, млрд. долл.		Доля Интернет-торговли в общем объеме ритейла, %		Доля онлайн покупателей, % от населения страны		Доля онлайн покупателей, % от населения мира	
	2015	2019	2015	2019	2015	2019	2015	2019
Китай	672	1973	16%	34%	37%	52%	28%	29%
США	341	535	7,1%	10%	65%	71%	9%	12%
Великобритания	99	143	15%	19%	75%	79%	-	-
Япония	90	134	-	-	69%	73%	4%	5%
Германия	62	88	-	-	67%	70%	-	-

Рисунок 4 – Развитие рынка Интернет-торговли в странах-флагманах

Онлайн супермаркет офисных товаров Комус замыкает десятку крупнейших Интернет-магазинов в РФ.

Игрок одновременно работает в двух сегментах –B2B и B2C, что позволяет ему генерировать существенные финансовые потоки. Ассортимент Комуса постепенно расширяется. Для укрепления своего присутствия на рынке офисных товаров игрок также развивает торговлю через другие каналы (помимо веб-сайта) – каталоги и оффлайн магазины.

2.2 Посредники в интернет-торговле

Все субъекты экономического обмена (независимо от их статуса и специализации) в той или иной форме выполняют посреднические функции по отношению друг к другу, а посредничество в его различных специализированных (профессиональных и непрофессиональных) формах является имманентным свойством рыночного поведения, объективной функцией каждого, кто вступает в рыночный обмен. Это универсальный институциональный фактор экономического обмена, без которого последний просто невозможен.

Следует отметить, что рыночный обмен в современной экономике активизируется множеством посредников. Они конструируют коммуникативные, институциональные, нормативные, информационные, социальные и другие механизмы (каналы), которые упрощают, расширяют и ускоряют связи между продавцами и покупателями в различных секторах экономики.

Посредники берут на себя затраты иных субъектов хозяйствования по изучению параметров конкретной среды и разработки необходимых технологий и механизмов адаптации к ней.

Посредника можно определить как специалиста, который является доверенным лицом субъекта хозяйствования, адаптирован в данной среде, предлагает такую схему экономического обмена, которая, учитывая местные условия и конкретную социально-экономическую ситуацию, может дать наибольший эффект.

Посредник – это экономический агент, который, используя свою лояльность по отношению к потребителям своих услуг, материальную заинтересованность и необходимую экономическую компетентность, может минимизировать транзакционные и социальные издержки своих клиентов.

Таким образом, посредник, с одной стороны, является необходимым дополнительным звеном при совершении сделки, выполняя чисто экономические функции, с другой стороны – амортизатором и адаптером, оптимизируя воздействие социальных факторов, в рамках которых функционирует конкретная система контрактных отношений.

Несмотря на усиление роли посреднической деятельности, необходимо отметить, что теоретическая база указанной области исследования разработана не в полной мере, поскольку отсутствуют фундаментальные работы, рассматривающие посредническую деятельность в целом.

В результате единое понимание посреднической деятельности как вида экономического поведения в экономической науке отсутствует. Одна группа авторов называет посреднической всю торговую деятельность, которая связана с продвижением товаров, работ, услуг от производителя к потребителям, подразумевая только реализацию товара (иногда работ и услуг), но не приобретение его.

Таким образом, прослеживается однонаправленность посреднической деятельности на сбыт и реализацию. Согласно мнению других авторов экономическая сущность посреднической деятельности шире и должна рассматриваться сквозь призму науки права и «институционального подхода», как правовой институт, направленный на регулирование экономических отношений хозяйствующих субъектов, которое «может проистекать в различных юридических формах (представительство, договор в пользу третьего лица и проч.), а также существовать в эконо-

мических рамках без соответствующего правового выражения»³⁶, и состоит в установлении связи между двумя или более лицами через посредство другого, третьего лица.

Выделяют следующие сферы посреднической деятельности: финансовое посредничество, страховое посредничество, информационное посредничество, коммерческое посредничество и посредничество в канале продвижения.

Приведем классификацию сфер посредничества в Интернет-торговле³⁷:

- финансовые посредники: банки, пенсионные фонды, страховые компании
- услуги по обработке и совершенствованию платежей, страхованию, управлению средствами;
- страховые посредники – продают услуги от имени и по поручению страховой компании;
- коммерческие посредники: торговые посредники, маркетинговые посредники;
- посредники в канале продвижения: рекламные агентства.

Коммерческий посредник не производит товар (в широком смысле), но активно способствует осуществлению операций реализации. Посредник, вступая в контакты с производителями, обладателями товаров и услуг, необходимых потребителям, получает информацию о наличии товаров и услуг и условиях их продажи. Получив информацию от продавца, посредник информирует покупателей, круг которых, как правило, формируется заранее с поступлением от них предварительных запросов и интересов к товарам и услугам. Посредник доводит требования и пожелания покупателей до продавца. Таким образом, продавец и покупатель имеют четкое представление о содержании торговой сделки. Если сделка состоялась, то посредник получает вознаграждение или от продавца, или от покупателя.

Коммерческие посреднические фирмы действуют в целях извлечения прибыли, получаемой в результате разницы между ценами закупки товаров (услуг) у

³⁶ Арутюнов Ю. Л. Финансовый менеджмент. - М. : КНОРУС, 2013. С. 102.

³⁷ Завьялова Л.В., Китаева Т.Н. К вопросу о роли и значении посреднической деятельности в рыночной экономике //Вестник Омского университета. Серия «Экономика». 2015. № 2. С. 188-196.

производителей и ценами, по которым эти товары (услуги) продаются покупателям, либо в виде вознаграждения за предоставленные услуги по продвижению товаров (услуг). Наиболее крупные торгово-посреднические фирмы часто выполняют производственные операции, связанные с доведением закупаемых и реализуемых ими товаров до соответствия требованиям местного рынка (обработка товаров, транспортировка, страхование, складирование).

Для этого коммерческие посредники, как правило, имеют собственную материально-техническую базу - складские помещения, демонстрационные залы, ремонтные мастерские, а иногда и свои розничные магазины³⁸. В процессе осуществления коммерческой посреднической деятельности посредники могут приобретать полное или частичное право собственности на товар или не приобретать его. Это определяется типом заключаемого договора между посредником и заказчиком, а также степенью независимости посредника от предприятия, его привлекающего, что диктуется финансовой состоятельностью посредника, его позицией на рынке и характером предоставляемых услуг.

Коммерческая посредническая деятельность в широком смысле включает круг дополнительных услуг: поиск контрагента, подготовку и совершение сделки, кредитование сторон и предоставление гарантий оплаты товара покупателем, осуществление транспортно-экспедиционных операций, страхование товаров при транспортировке и хранении, выполнение таможенных и иных формальностей (например, по сертификации товара), исследование рынка сбыта и информационное обслуживание контрагента, проведение рекламных и других мероприятий по продвижению товаров (услуг) на рынки, осуществление предпродажного сервиса и технического обслуживания.

С точки зрения экономической целесообразности и значимости использования коммерческих посреднических услуг полезность деятельности посредника оценивается полученной заказчиками экономией за счет использования ими посреднических услуг. Иногда заказчик намеренно прибегает к затратам на посред-

³⁸ Киселева Е. Н., Буданова О. Г. Организация коммерческой деятельности по отраслям и сферам применения. - М. : Вузовский учебник, 2013. С. 82.

нические услуги, которые явно выше его собственных, так как они приносят ему другие выгоды в области повышения качества и престижности продукции, делают его рекламу более эффективной и в целом повышают имидж фирмы на товарном рынке в силу большей компетентности и подготовленности посредников в данных аспектах, отличных от производственной или иной деятельности.

В рамках коммерческой посреднической деятельности происходит специализация посредников с разделением их на три группы: торговые, маркетинговые посредники и организации товаропроводящей сети. Посредников второй группы называют независимыми, а остальных - зависимыми посредниками³⁹.

Торговые посредники связывают стороны, желающие заключить сделку, действуют от имени и за счет продавца и не имеют возможности влиять на цены. Основной вид деятельности торговых посредников, их функции и проводимые операции определяются в зависимости от их места в цепи движения товара (услуги), к ним относят: комиссионеров, агентов, брокеров, дилеров, дистрибьюторов и др.

Маркетинговые посредники относятся к группе независимых посредников, это юридические лица - маркетинговые агентства, предоставляющие комплекс услуг в области маркетинговых исследований, осуществляющих разработку бизнес-стратегий предприятия (стратегии маркетинга, продвижения, ценообразования, позиционирования, интернет-маркетинга, копирайтинга), призванных в целом реализовать стратегию фирмы-заказчика на рынке.

К организациям товаропроводящей сети относятся сбытовые отделения и конторы, а также магазины оптовой и розничной торговли. Сбытовые отделения и конторы создаются товаропроизводителями в качестве самостоятельных подразделений для управления товарными запасами, осуществления сбыта и его стимулирования.

Посредниками в канале продвижения являются лица, которые помогают проведению рекламных компаний и другой деятельности в этой области, в том числе и фирмы, которые проектируют, создают и транспортируют выставочные образцы

³⁹ Коммерческо-посредническая деятельность на товарном рынке : учебное пособие / под ред. А. В. Зырянова. - Екатеринбург, 2013. С. 218.

для показа на ярмарках и выставках-продажах. Рекламные агентства занимаются подготовкой и размещением рекламных материалов в СМИ.

Таким образом, с позиции терминологии, посреднической деятельностью является многозначный термин, который понимается в нескольких значениях: 1) как способ разрешения возникающих споров (включая споров международного характера). Посреднической деятельностью является участие третьей, нейтральной стороны для совершения оптимизации процесса переговоров и совершения поиска взаимоприемлемого решения; 2) определенный вид участия на рынке ценных бумаг в виде выполнения специальных функций по заключению сделок на фондовой, товарной, а также валютной биржах различными маклерскими конторами, разного рода фирмами или другими лицами (брокерами); 3) в виде деятельности в области коммерческого оборота, включая сферу внешней торговли. Большая часть исследователей сходятся во мнении, что посредническую деятельность реализуют хозяйствующие субъекты, которые занимают центральное положение в акте товарообмена между двумя иными субъектами, которые сводят непосредственно производителя и покупателя или заключают торговую сделку.

2.3 Основные нарушения в рамках интернет-торговли и их пресечение

Число нарушений авторских, а также смежных прав в сети Интернет стабильно увеличивается. Одной из главных причин, служащих этому, считается распространение и популяризация различных «электронных библиотек». Некоторые из них содержат полные собрания сочинений различных русских классиков, огромное число детективов и иной литературы, представленной в электронном виде.

Создатели данных электронных ресурсов уверены в абсолютной общественной полезности данных библиотек, в связи с чем не стараются приобретать разрешения авторов и других правообладателей на использование различных авторских произведений.

Однако, не только «электронные библиотеки» содействуют нарушению как авторских, так и смежных прав в сети Интернет. Большой популярностью пользу-

ются различные «интернет-хранилища», представляющиеся массивами информации разных видеofilьмов, определенных музыкальных произведений, а также программных продуктов⁴⁰.

Имеется устойчивое мнение, что Интернет представляется огромной мировой свалкой, в связи с чем вся информация, которая на этой свалке находится, никому принадлежать не может.

Конечно, на множестве сайтах находятся огромные массивы фото-, видео-, аудио-, а также текстовых цифровых объектов, но считать, что данные объекты никому не принадлежат абсолютно не верно, так как они не могли появиться сами по себе, и соответственно, тот, кто их создал, является автором. Откорректировать мировоззрение у лиц, желающих противоправно воспользоваться различными объектами авторского права в собственных целях помогает судебная практика.

Так, арбитражным судом г. Москвы в декабре 2000 года было вынесено решение о компенсации на общую сумму в 54 тыс. рублей, а также конфискации тиража выпущенных контрафактных книг для их дальнейшего уничтожения Издательством «Познавательная книга плюс» компании Promo.Ru, в связи с тем, что выпущенная им публикация А. Высоткина «Реклама в Internet» практически в полном объеме содержала заимствования из иных текстовых объектов авторского права, которые ранее были опубликованы в сети Интернет, причем, сами авторы в данной публикации указаны не были⁴¹.

В современный период в сети Интернет выделяют две основные наиболее обширные категории правонарушений в области авторских прав:

- пиратство;
- киберсквоттинг, являющийся незаконным использованием доменных имен⁴².

⁴⁰ Смирнов С.А. О некоторых способах совершения преступлений в сфере авторского и смежных прав в сети «Интернет» // Юридическая наука и практика: Вестник Нижегородской академии МВД России. 2016. №3 (35) С.191-194.

⁴¹ Южно Ю.А., Сурник А.П. Нарушение авторских прав в сети интернет // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. 2014. №10 С.51-52.

⁴² Галушкина С.Л. Международная защита авторского права в глобальной сети Интернет // Мониторинг правоприменения. 2014. №2 С.38-41.

Нарушения в сфере авторских прав в некоторых ситуациях приобретают характер уголовного преступления. Понимание преступных деяний, которые совершаются в сфере авторских прав, регламентировано положениями статьи 146 УК РФ⁴³, а также основано на норме статьи 1270 ГК РФ «Исключительное право на произведение», конкретизируются согласно определенному объекту авторского или смежного права.

Данные положения предоставляют возможность выделить некоторые виды преступных действий в рассматриваемой области.

Первый вид противоправных действий, подпадающий под признаки уголовного деяния, является подмена собой автора, а также представление чужого определенного объекта авторского права в виде собственного или непосредственно плагиат, если противоправными действиями был нанесен крупный ущерб. Данное деяние совершается при помощи опубликования в Интернете объекта авторского права (полностью или в какой-то степени) при выдаче себя непосредственно за автора произведения, совершение размещения в Интернете объекта авторского права, который создан в соавторстве, с указанием себя только единственным автором.

Типичными способами совершения текстового плагиата, который используется в Интернете, выглядят в виде копирования (к примеру, строк, различных параграфов и т.д.), совершение трансформирования текстовой информации (в виде замены некоторых слов (различных словосочетаний) синонимами), совершение смены расположения слов, а также словосочетаний в предложении, с совершением удаления и (или) добавления иных слов, совершения компилирования текстовой информации из нескольких различных объектов авторских прав, не указывая ссылки на заимствование информации из отдельных объектов авторского права, или без цитирования определенных авторов.

Вторым видом противоправных действий является противозаконное использование различных объектов авторского права —направленное, против желания непосредственно правообладателя или авторов, размещение в Интернете без согласования для использования в гражданском обороте как в крупном, так и в особо

⁴³ Уголовный кодекс Российской Федерации от 13.06.1996 N 63-ФЗ //СЗ РФ. 1996. № 25. Ст. 2954.

крупном размере, производится при помощи размещения (или воспроизведения) в Интернете объектов как авторского, так и смежных прав для приобретения материального вознаграждения, а также его совершения распространения, различного демонстрированию (в виде публичного показа) аудиовизуального объекта, его проката, сообщению для общего сведения, образованию производного объекта (в виде перевода, обработки и т. п.), совершение внесения изменений в различные программы и базы данных, а также совершение их переработки (включая перевод с одного языка на другой).

В связи с тем, что, согласно положений гражданского законодательства, экземпляром произведения является его копия в различной материальной форме, включая цифровой, то различные объекты авторского права, которые выражены в цифровой форме и которые были записаны на жесткий магнитный диск либо иной накопитель информации, считаются экземплярами произведения. Указанное и определяет противоправность совершения деяния.

Третий вид включает в себя совершение приобретения, хранения, распространение в Интернете объектов как авторского, так и смежных прав для совершения сбыта в крупном (либо особо крупном) размере.

В большой степени свойственен для настоящей интернет-действительности и приобретший массовый характер собственно второй вид незаконной деятельности. Причем, действия субъектов различны по своему характеру, но по своей сущности заключаются именно в том, что данные лица приобретают пользующиеся на рынке спросом различные объекты как авторского, так и смежных прав (в виде аудио-, видео- и фотопродукции, программного обеспечения и т. п.), выкладывают данные объекты в Интернет.

Ситуация в последнее время складывается таким образом, что пользователи в Интернете приобретают практически неограниченный доступ к противоправно размещенным объектам авторского права, загружаемые к себе на компьютеры.

Гораздо чаще встречается совершение незаконного распространения или незаконного размещения программного обеспечения в Интернете различных произведений литературы, видео-, а также кинопродукции.

Главная особенность противоправного размещения различных объектов авторских прав в Интернете заключается непосредственно в структуре данной сети, предоставляемых в данной сети услугах, в также ее трансграничностью.

Принимая этот факт во внимание, правонарушители, которые нацелены на отечественных пользователей как покупателей, целенаправленно помещают объекты авторского права на различных серверах других государств, уходя от отечественной юрисдикции.

Также совершается множество нарушений прав на адресные наименования (или доменные имена). Доменным именем или доменом является уникальное условное обозначение, которое служит для индивидуализации различных информационных ресурсов в Интернете: в основном, это адреса веб-сайтов в Интернете.

Также приобрел в сети распространение бизнес, направленный на регистрацию в качестве доменных имен как неизвестных, так и малоизвестных компаний различных фирменных наименований, товарных знаков известных фирм. По-другому данные действия именуются киберсквоттингом, характерной сущностью которых является лишение истинного владельца возможности использовать собственные исключительные права на фирменное наименование, права на товарный знак при совершении регистрации доменного имени. Если истинный владелец решит заняться электронной продажей, то ему будет необходимо выкупать у «предприимчивых» конкурентов его же средства индивидуализации⁴⁴.

Нарушения авторских прав в сети Интернет также происходят из-за действия торрент-треккиров. Торрент – это сервис для обмена информацией между людьми в Интернете. Если вдаваться в подробности, то Торрент (BitTorrent) – это специальный пиринговый (P2P) сетевой протокол, который придумал и воплотил в жизнь американский программист Брэм Коэн. Суть его действия была такова, что передаваемый файл не загружается на сервер, а напрямую передается от пользователя к пользователю.

Во всем мире правообладатели считают торрент-трекеры главными виновниками распространения пиратского контента в Интернет. Но бороться с файлооб-

⁴⁴ Терещенко Л.К. Открытость информации и «пиратство» в Интернете. - ПараГраф, 2013. С. 32.

менниками законным способом очень трудно. Основная причина в следующем: на ресурсе нет объекта авторского права, как такового. Всё, что храниться на трекерах – это медиафайл об объекте авторского права. В данной системе правонарушителями становятся не владельцы ресурса, а обычные пользователи, раздающие или скачивающие пиратский контент. Хотя привлечь их к ответственности не менее сложно, чем интернет-предпринимателей – данные о пользователях торрент-трекеров хранятся на ресурсе, и получить их правообладателям в законном порядке крайне трудно.

Таким образом, долгое время торрент-трекеры представляли собой практически идеальный механизм незаконного распространения контента, позволяющий уходить от ответственности за нарушение авторских прав.

Имеется список запрещённых товаров в интернет-магазине, покупка которых может обернуться в лучшем случае штрафом, а в худшем уголовной ответственностью.

Запрещёнными для ввоза на территорию РФ товаров из Китая являются следующие категории товаров:

- табачные изделия: все виды сигарет и курительных смесей;
- алкоголь: все напитки, которые содержат этиловый спирт, независимо от крепости – водка, виски, пиво и т.д.;
- скоропортящиеся продукты: запрещены к ввозу все продукты питания с маленьким сроком хранения;
- представители животного мира: все животные, за исключением шелководного червя, пиявок и пчёл;
- орудия для вылова биологических водных ресурсов: все виды электрودочек, а также рыбацкие сети с ячейками менее 100 мм и нитью менее 0,5 мм;
- технические средства для скрытого прослушивания и наблюдения: любая техника со скрытой камерой, а также другие средства, которые могут использоваться для скрытого наблюдения и записи;
- растения и семена: любые растения и семена запрещены к провозу;
- контрафакт: все пиратские и контрафактные товары;

- культурные ценности: всё, что имеет культурную ценность – картины, статуэтки и другие произведения искусства;
- медовая продукция: мёд и все продукты его переработки – прополис, маточное молочко, пыльца и т.д.;
- озоноразрушающие вещества: все вещества, которые напрямую или косвенно могут нанести вред озоновому слою;
- оружие: все виды огнестрельного, газового и травматического оружия, а также ножи с длиной лезвия более 90 мм.;
- боеприпасы и части оружия: все виды боеприпасов, а также части для всех видов оружия, в том числе для арбалетов и луков;
- аккумуляторы и батареи: все виды аккумуляторов и батарей – для девайсов, машин и прочей техники;
- лёгковоспламеняющиеся вещества: зажигалки, баллоны с бензином для зажигалок и прочие вещества, которые легко воспламеняются;
- ядовитые и радиоактивные вещества, а также опасные отходы: все виды ядов, опасных отходов и предметы, излучающие повышенный радиоактивный фон;
- наркотики и психотропные вещества: все виды наркотических и психотропных средств;
- денежные знаки: под запретом пересылка в посылке любой валюты, а также денежных знаков РФ;
- драгоценные камни: все виды драгоценных камней, кроме ювелирных изделий, в которых они есть;
- органы человека: все органы человека, а также биоткани, кровь и все её компоненты;
- лазерные указки: имеющие мощность более 1 Вт и могущие нанести вред человеку;
- материалы пропаганды: Запрещены все аудиовизуальные и печатные материалы, в которых есть призывы к межнациональной розни, терроризму и другая информация, способная нанести вред безопасности государства, нравственности и здоровью граждан.

Заказывать и получать запрещённые товары из Китая в Россию нельзя, за некоторые категории можно назначается наказание лишь в виде конфискации покупки и небольшой штраф, за другие возможно и возбуждение уголовного дела.

Завершая рассмотрение наиболее общих проблем, связанных с выделением характерных способов преступных нарушений авторских прав в Интернете, укажем, что динамично развивающиеся технические подходы в способах преступной деятельности определяют новые реалии для выявления и раскрытия преступлений. Соответственно, практика борьбы с данными видами преступлений, криминалистическая и оперативно-розыскная методика должны также динамично развиваться, учитывая реальности технического уровня и степени развития информационных технологий.

3 ТАМОЖЕННО-ТАРИФНОЕ И НЕТАРИФНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ТОВАРОВ, РЕАЛИЗУЕМЫХ С ПОМОЩЬЮ ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ В РФ

3.1 Таможенно-тарифное регулирование

Таможенное регулирование в РФ, согласно таможенного законодательства ЕАЭС и законодательства РФ заключено в установлении порядка и нормативных правил регулирования таможенного дела в РФ. Таможенное дело в РФ – совокупность средств и методов гарантированного соблюдения мер таможенно-тарифного регулирования, необходимых запретов и ограничений при осуществлении ввоза товаров в РФ и производства вывоза товаров из РФ.

В РФ реализуются различные меры таможенно-тарифного регулирования, а также запреты и ограничения, которые затрагивают внешнюю торговлю товарами, регламентированные международными договорами, которые составляют договорно-правовую базу ЕАЭС, и издаваемыми согласно указанных договоров актами органов ЕАЭС.

В различных обстоятельствах и порядке, регламентированными международными договорами, которые составляют договорно-правовую базу ЕАЭС, различными актами органов ЕАЭС, РФ использует различные меры таможенно-тарифного регулирования, а также запреты и ограничения в одностороннем порядке согласно действующего законодательства РФ.

Понятие «таможенные платежи» в таможенном законодательстве ЕАЭС. В таможенном законодательстве ЕАЭС не разработана легальная дефиниция термина «таможенные платежи».

В пределах ЕАЭС указанная категория считается собирательной и применяется для обозначения общности обязательных платежей, которые взимаются в связи с совершением перемещения товаров и транспортных средств через таможенную территорию ЕАЭС. Необходимо отметить нетождественность терминов «таможенные платежи» и «платежи, которые взимаются в связи с реализацией таможенного регулирования».

Думается, что последняя категория является более широкой и охватывает, кроме таможенных платежей, другие платежи, выплата которых предусмотрена нормативными положениями таможенного законодательства ЕАЭС. К примеру, сюда относятся авансовые платежи, штрафы, проценты за изменение сроков выплаты таможенных пошлин, налогов в виде рассрочки или отсрочки, финансовые средства, которые внесены в виде способа обеспечения выплаты таможенных пошлин, и другое.

В соответствии с п. 1 ст. 46 ТК ЕАЭС, таможенными платежами являются следующие платежи:

- ввозная и вывозная таможенные пошлины;
- налог на добавленную стоимость, который взимается при перевозке товаров через таможенную границу ЕАЭС;
- акцизы, взимаемые при перевозке товаров через таможенную границу ЕАЭС;
- таможенные сборы.

В соответствии с подп. 33 п. 1 ст. 2 ТК ЕАЭС таможенными пошлинами являются обязательные платежи, взимаемые таможенными органами по поводу перемещения товаров через таможенную территорию Союза. С учетом направления движения перемещаемых через таможенную территорию товаров таможенное законодательство ЕАЭС регламентирует взимание как ввозных, так и вывозных таможенных пошлин. Систематизированные ставки последних предусматриваются Единым таможенным тарифом ЕАЭС⁴⁵.

Предусмотренные ставки ввозных таможенных пошлин по Единому таможенному тарифу считаются общими и используются в отношении товаров, которые происходят из любых государств, включая тем, происхождение которых не установлено. Также, они не подлежат видоизменению в зависимости от лиц, которые перемещают товары через таможенную территорию ЕАЭС, видов сделок и

⁴⁵ Решение Совета Евразийской экономической комиссии от 16 июля 2012 года N 54 "Об утверждении единой Товарной номенклатуры внешнеэкономической деятельности Таможенного союза и Единого таможенного тарифа Таможенного союза". [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.tsouz.ru/> - официальный сайт Евразийской экономической комиссии.

других обстоятельств.

Отдельные аспекты взимания вывозных таможенных пошлин предусмотрены таможенным законодательством Союза согласно Соглашения от 25 января 2008 года «О вывозных таможенных пошлинах в отношении третьих стран»⁴⁶.

Непосредственно сводный перечень товаров, к которым законодательством стран-членов Союза предусматривается применение вывозных таможенных пошлин, должен быть составлен Комиссией в соответствии со сведениями о товарах, поставляемых в другие государства, к которым на дату вступления в силу Соглашения странами-членами ЕАЭС применялись вывозные таможенные пошлины.

Указанный перечень может быть скорректирован Комиссией в отношении включения или исключения из данного перечня товаров или перемены величины предусмотренных ставок вывозных таможенных пошлин. Причем, в отношении товаров, названных в сводном перечне Комиссии, предусмотренные ставки вывозных таможенных пошлин определяются согласно законодательства стран-членов ЕАЭС.

Таможенные сборы - обязательные платежи, которые взимаются за выполнение таможенными органами таможенных операций, которые связаны с выпуском товаров, связаны с таможенным сопровождением транспорта, а также за выполнение других действий, предусмотренных ТК ЕАЭС либо законодательством стран-членов о таможенном регулировании.

Виды и предусмотренные ставки таможенных сборов определяются законодательством стран-членов.

Величина таможенных сборов не может превышать приблизительной стоимости затрат таможенных органов на выполнение действий, в связи с которыми предусмотрены таможенные сборы.

⁴⁶ Соглашение между Правительством Российской Федерации, Правительством Республики Беларусь и Правительством Республики Казахстан от 25 января 2008 года "О вывозных таможенных пошлинах в отношении третьих стран" // Документ опубликован не был. Доступ из СПС "КонсультантПлюс".

Постановлением Правительства РФ от 28.12.2004 N 863 "О ставках таможенных сборов за таможенные операции" установлено, что таможенные сборы уплачиваются по следующим ставкам:

500 рублей – за таможенные операции в отношении товаров, таможенная стоимость которых не превышает 200 тыс. рублей включительно;

1 тыс. рублей – за таможенные операции в отношении товаров, таможенная стоимость которых составляет 200 тыс. рублей 1 копейку и более, но не превышает 450 тыс. рублей включительно;

2 тыс. рублей – за таможенные операции в отношении товаров, таможенная стоимость которых составляет 450 тыс. рублей 1 копейку и более, но не превышает 1200 тыс. рублей включительно;

5,5 тыс. рублей – за таможенные операции в отношении товаров, таможенная стоимость которых составляет 1200 тыс. рублей 1 копейку и более, но не превышает 2500 тыс. рублей включительно;

7,5 тыс. рублей – за таможенные операции в отношении товаров, таможенная стоимость которых составляет 2500 тыс. рублей 1 копейку и более, но не превышает 5000 тыс. рублей включительно;

20 тыс. рублей – за таможенные операции в отношении товаров, таможенная стоимость которых составляет 5000 тыс. рублей 1 копейку и более, но не превышает 10000 тыс. рублей включительно;

30 тыс. рублей – за таможенное оформление товаров, таможенная стоимость которых составляет 10000 тыс. рублей 1 копейку и более.

Плательщики данных сборов, объекты обложения данными сборами, база для их исчисления, возникновение и прекращение обязанности по выплате таможенных сборов, предусмотренные сроки выплаты таможенных сборов, установленный порядок их исчисления, выплаты, взыскания и возврата, а также ситуации, когда таможенные сборы не выплачиваются, предусматриваются законодательством стран-членов.

Таможенные сборы являются публично-правовыми платежами неналоговой природы в связи с тем, что их характеризует признак индивидуальной возмездно-

сти. Размер сбора должен быть эквивалентен расходам таможенного органа, которые были понесены в связи с выполнением им действий к плательщику сбора.

Налогом на добавленную стоимость (далее – НДС) и акцизами считаются обязательные, безвозмездные платежи, которые взимаются с юридических и физических лиц таможенными органами по поводу перевозки товаров через таможенную границу ЕАЭС в виде отчуждения принадлежащих на праве собственности (другом вещном праве) денежных средств для финансового обеспечения деятельности стран-членов ЕАЭС.

Налогоплательщиками являются декларанты либо другие субъекты, к примеру, таможенные перевозчики, владельцы как складов временного хранения, так и таможенных складов, владельцы магазинов беспошлинной торговли и иные юридические лица. НДС и акцизы предусматриваются внутренним законодательством стран-членов ЕАЭС.

С целью исчисления НДС и акцизов применяют ставки, предусмотренные законодательством стран-членов ЕАЭС, на территории которого товары были помещены под таможенную процедуру либо непосредственно на территории которого был обнаружен факт противоправного перемещения товаров через таможенную территорию ЕАЭС.

В соответствии с нормативными положениями раздела II «Таможенные платежи» Федерального закона от 27 ноября 2010 года № 311-ФЗ «О таможенном регулировании в Российской Федерации»⁴⁷, термин «таможенные платежи» необходимо понимать в значении нормы, указанной ст. 46 ТК ЕАЭС.

Необходимо заметить, что до начала 2005 года таможенная пошлина и таможенные сборы вместе с «внешними» НДС и акцизами, которые подлежали выплате из-за ввоза товаров на российскую таможенную территорию, включались в систему государственных налогов и сборов (ст. 12 Налогового кодекса Российской Федерации⁴⁸ (далее – НК РФ) в редакции, которая действовала до 1 января 2005 года).

⁴⁷ Федеральный закон от 27 ноября 2010 года N 311-ФЗ "О таможенном регулировании в Российской Федерации" // Собрание законодательства РФ. 2010. N 48. Ст. 6252.

⁴⁸ Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31.07.1998 N 146-ФЗ (ред. от 19.02.2018) //СЗ РФ. 1998. № 31. Ст. 3824.

В соответствии со ст. 19 Федерального закона от 8 декабря 2003 года N 164-ФЗ «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности»⁴⁹ ввозные таможенные пошлины и вывозные таможенные пошлины определяются согласно международных договоров стран-членов ЕАЭС либо российским законодательством для регулирования внешней торговли товарами, включая защиту внутреннего отечественного рынка и совершения стимулирования прогрессивных структурных перемен в отечественной экономике.

Статья 5 Закона РФ от 21 мая 1993 года № 5003-1 «О таможенном тарифе»⁵⁰ таможенную пошлину определяет как обязательный платеж в государственный бюджет, который взимается таможенными органами по поводу перемещения товаров через таможенную территорию ЕАЭС и в других ситуациях, предусмотренных согласно международных договоров стран-членов ЕАЭС и российским законодательством.

С целью исчисления ввозных таможенных пошлин, которые взимаются при ввозе товаров на российскую территорию, применяют ставки, определенные Единым таможенным тарифом ЕАЭС, если другое не предусмотрено ТК ЕАЭС либо международными договорами стран-членов ЕАЭС.

В соответствии с п. 3 ст. 3 Закона РФ «О таможенном тарифе», ставки в отношении вывозных таможенных пошлин и список товаров, к которым они применяются, исключая ставки на нефть сырую и некоторые категории товаров, которые были выработаны из нефти, определяются Правительством РФ⁵¹.

К нефти сырой и некоторым категориям товаров, которые были выработаны из нефти, определенные ставки вывозных таможенных пошлин определяются в порядке, регламентированном ст. 3.1 Закона РФ «О таможенном тарифе».

Согласно статей 76, 77 ТК ЕАЭС, таможенные пошлины, налоги вычисляют-

⁴⁹ Федеральный закон от 8 декабря 2003 года N 164-ФЗ "Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности" // Собрание законодательства РФ. 2003. N 50. Ст. 4850.

⁵⁰ Закон Российской Федерации от 21 мая 1993 года N 5003-1 "О таможенном тарифе" // Российская газета. N 107. 1993.

⁵¹ Постановление Правительства Российской Федерации от 30 августа 2013 года N 754 "Об утверждении ставок вывозных таможенных пошлин на товары, вывозимые из Российской Федерации за пределы государств - участников соглашений о Таможенном союзе, и о признании утратившими силу некоторых актов Правительства Российской Федерации" // Собрание законодательства РФ. 2013. N 36. Ст. 4582.

ся плательщиками таможенных пошлин и налогов самостоятельно, кроме случаев, которые предусмотрены ТК ЕАЭС и (или) международными договорами стран-членов Союза.

При взимании таможенных пошлин и налогов исчисление подлежащих выплате сумм таможенных пошлин и налогов осуществляется таможенным органом государства-члена ЕАЭС, в котором подлежат выплате таможенные пошлины и налоги.

Исчисление сумм таможенных пошлин и налогов, которые подлежат выплате, производится в валюте государства-члена ЕАЭС, таможенному органу которого передана таможенная декларация, кроме случаев, которые предусмотрены международными договорами государств-членов ЕАЭС.

Сумма таможенных пошлин, которые подлежат выплате и (или) взысканию, устанавливается с помощью применения базы для вычисления таможенных пошлин и определенного вида ставки таможенных пошлин, если иное не регламентировано ТК ЕАЭС.

Сумма налогов, которые подлежат выплате и (или) взысканию, устанавливается согласно законодательства государства-члена ЕАЭС, на территории которого товары могут быть помещены под таможенную процедуру либо на территории которого обнаружен факт незаконного перемещения товаров через таможенную границу, если другое не установлено законодательством ЕАЭС.

Суммы таможенных пошлин и налогов подлежат вычислению согласно с законодательством того государства-члена ЕАЭС, в котором данные суммы подлежат выплате.

Определённые сведения об исчислении предусмотренных таможенных пошлин, налогов должны быть указаны в декларации на товары, предусмотренном таможенном приходном ордере либо другом таможенном документе.

В случае исчисления таможенных пошлин, налогов в ситуациях, предусмотренных подпунктами 2, 3, 5, 6 и 11 п. 2 ст. 52 ТК ЕАЭС, сведения об исчислении предусмотренных таможенных пошлин, налогов должны указываться в расчете

данных таможенных пошлин, налогов, а также специальных, компенсационных пошлин.

Форма совершения расчета таможенных пошлин, предусмотренных налогов, специальных, а также компенсационных пошлин, определенная структура и формат данного расчета в виде электронного документа, предусмотренный порядок их заполнения и внесения в указанный расчет изменений устанавливаются Комиссией ЕАЭС⁵².

В случае заполнения данного расчета на бумажном носителе должностное лицо таможенного органа формирует электронный вид заполняемого таможенного документа.

В ситуации, если согласно ТК ЕАЭС таможенные пошлины, предусмотренные налоги выплачиваются в соответствии с таможенным приходным ордера либо в соответствии с другим таможенным документом, который определен Комиссией согласно п. 24 ст. 266 ТК ЕАЭС, сведения об исчислении предусмотренных таможенных пошлин, налогов должны указываться таможенным органом непосредственно в таможенном приходном ордере либо в другом таможенном документе, который определен Комиссией ЕАЭС.

Законодательство стран-членов о таможенном регулировании в ЕАЭС может предусматриваться возможность применения таможенного приходного ордера для совершения уплаты других платежей, взимание которых возлагается на таможенные органы указанным законодательством. В данной ситуации порядок заполнения установленной формы таможенного приходного ордера, внесения в данный документ изменений и использования, регламентируется внутренним законодательством о таможенном регулировании отдельного государства, являющегося членом ЕАЭС⁵³.

⁵² Решение Коллегии Евразийской экономической комиссии от 07.11.2017 N 137 "О расчете таможенных пошлин, налогов, специальных, антидемпинговых, компенсационных пошлин" (вместе с "Порядком заполнения расчета таможенных пошлин, налогов, специальных, антидемпинговых, компенсационных пошлин и внесения в такой расчет изменений (дополнений)") //СПС «КонсультантПлюс»

⁵³ Приказ ФТС России от 25.02.2013 N 350 (ред. от 01.02.2016) "Об утверждении Инструкции о применении таможенного приходного ордера" //СПС «КонсультантПлюс»

Для вычисления вывозных таможенных пошлин применяют ставки, предусмотренные законодательством государства-члена, где согласно ст. 61 ТК ЕАЭС они подлежат выплате, если другое не определено международными договорами в ЕАЭС либо двусторонними международными договорами стран-членов⁵⁴.

Для вычисления налогов используются ставки, предусмотренные законодательством страны-члена, где согласно ст. 61 ТК ЕАЭС они подлежат выплате.

Комиссия создает общий перечень предусмотренных ставок налогов, которые применяются к товарам в странах-членах, в соответствии со сведениями, представленными компетентными государственными органами стран-членов, и размещает данный перечень на официальном сайте ЕАЭС в сети Интернет.

Законодательство государств-членов может предусматривать возможность выполнения обязанности по выплате таможенных пошлин, установленных налогов также другими лицами.

В ситуации, если законодательство государства-члена предусмотрена возможность выполнения обязанности по выплате таможенных пошлин, предусмотренных налогов при помощи компенсации причиненного ущерба в виде невыплаченных таможенных платежей, характерные особенности выполнения такой обязанности предусматриваются внутренним законодательством данного государства-члена.

При неисполнении или ненадлежащем исполнении обязанности по выплате таможенных пошлин, предусмотренных налогов таможенный орган в установленном порядке и сроки обязан направить плательщику таможенных пошлин, установленных налогов, а также лицам, которые согласно положений ТК ЕАЭС несут с плательщиком данных платежей солидарную обязанность по их выплате или, если это предусматривается законодательством стран-членов ЕАЭС, – субсидиарную обязанность по выплате таможенных пошлин, установленных налогов, уведомление о не выплаченных в предусмотренный срок суммах рассматриваемых платежей,

⁵⁴ Решение Совета Евразийской экономической комиссии от 16.07.2012 N 54 (ред. от 31.01.2018) "Об утверждении единой Товарной номенклатуры внешнеэкономической деятельности Евразийского экономического союза и Единого таможенного тарифа Евразийского экономического союза" (с изм. и доп., вступ. в силу с 24.03.2018) //СПС «КонсультантПлюс»

за исключением случаев, определенных положениями пункта 4 ст. 55 ТК ЕАЭС, и ситуаций, предусмотренных законодательством стран-членов Союза согласно положений п. 5 ст. 55 ТК ЕАЭС.

При неисполнении или ненадлежащем исполнении обязанности по выплате таможенных пошлин, установленных налогов в срок, предусмотренных в уведомлении, которое направлено согласно положений п. 3 ст. 55 ТК ЕАЭС, а также в ситуациях, определенных внутренним законодательством стран-членов согласно п. 5 ст. 55 ТК ЕАЭС, когда такого рода уведомление не направляется, таможенный орган, который осуществляет взыскание рассматриваемых платежей, принимает необходимые меры по их взысканию.

Комиссия ЕАЭС имеет право определять характерные особенности выполнения обязанности по выплате таможенных пошлин, налогов в ситуациях, когда по поводу одних и тех же товаров обязанность по выплате рассматриваемых платежей возникла у разных субъектов по различным обстоятельствам либо неоднократно.

В случае незаконного перемещения товаров через таможенную территорию Союза при недостоверном таможенном декларировании рассматриваемые платежи исчисляются согласно установленных положений ТК ЕАЭС. Причем, фактически выплаченные при таможенном декларировании товаров предусмотренные таможенные пошлины, налоги вторично не взыскиваются, а суммы, которые были излишне выплачены либо излишне взысканы подлежат возврату либо зачету согласно положений ТК ЕАЭС.

Таким образом, таможенные платежи, таможенные пошлины являются неотъемлемой частью системы налогов, сборов и иных обязательных платежей, а использование таможенных платежей возможно при наличии факта перемещения товаров через таможенную границу. Собственно обстоятельство перемещения и определяет специальное место таможенных платежей в бюджетной системе Российской Федерации. В Российской Федерации фискальное назначение таможенно-тарифного регулирования является достаточно значительным, именно в связи с этим так важно исключить различные ситуации недополучения федеральной казной таможенных доходов. Указанная ситуация может возникнуть в случае несвое-

временной уплаты таможенных налогов и сборов.

3.2 Нетарифные ограничения, применяемые к товарам, реализуемым с помощью интернет-торговли в РФ

В рамках функционирования единого экономического пространства в Российской Федерации существуют списки товаров, к которым применяются нетарифные меры регулирования внешнеторговой деятельности⁵⁵. К таким товарам относятся товары двойного назначения, подлежащие экспортному контролю, товары, к ввозу/вывозу которых применяются нетарифные меры регулирования в соответствии с международными договорами с участием Российской Федерации и, исходя из национальных интересов, товары, ввоз/вывоз которых подлежит лицензированию в связи с решениями Правительства Российской Федерации.

Нетарифное регулирование не входит в группу таможенных отношений, поскольку:

- может применяться государствами – членами ЕАЭС во взаимной торговле;
- таможенным законодательством не регламентируются взаимоотношения участников внешнеэкономической деятельности и органов, осуществляющих нетарифное регулирование;
- таможенные органы проверяют лишь легитимность ввоза товаров на таможенную территорию, их вывоза с таможенной территории и их перевозки по таможенной территории. В части проверки соблюдения участниками внешнеэкономической деятельности требований нетарифного регулирования таможенные органы, действительно, задействованы, но они в равной степени проверяют, например, законность вывоза иностранной валюты за пределы таможенной территории, что не делает валютные отношения таможенными;
- передача значительной части полномочий по введению таких мер, унификации документооборота на уровень наднациональных органов ЕАЭС не влечет изменение сущности данных отношений и сделано исключительно для удобства

⁵⁵ Рожкова Ю.В. Роль нетарифных ограничений при экспорте товаров в современных условиях //Известия Оренбургского государственного аграрного университета. 2015. № 3. С. 292-295.

контроля за перемещением части объектов гражданских прав - товаров.

Нетарифное регулирование в отличие от тарифного является чрезвычайной мерой и в большинстве случаев временной. К этим мерам прибегают в тех случаях, когда более традиционные меры таможенно-тарифного регулирования перестают быть эффективными.

Более того, если таможенно-тарифное регулирование направлено в том числе на увеличение доходной части бюджета, нетарифное регулирование всегда является только защитной мерой и в большинстве случаев не основано на экономических критериях.

Особенностью нетарифного регулирования можно также считать и распространение его и на сферу услуг, что несвойственно таможенно-тарифному регулированию.

В правовой и экономической науке вопросам нетарифного регулирования уделяется особое внимание⁵⁶, что обусловлено как евразийскими интеграционными процессами, так и вступлением России во Всемирную организацию торговли.

В настоящее время сфера нетарифного регулирования регламентируется как законодательством Российской Федерации, так и международными договорами, составляющими договорно-правовую базу ЕАЭС, и принимаемыми в соответствии с указанными договорами актами органов ЕАЭС. В части экономических мер нетарифного регулирования практически вся нормативная база урегулирована международными договорами и актами органов ЕАЭС.

Как нами указано выше, договорно-правовая база ЕАЭС предоставляет России право применять ряд мер нетарифного регулирования и в отношении стран – членов Союза, однако в настоящее время у России отсутствует правовая база для легитимного введения и применения специальных защитных, антидемпинговых и компенсационных мер при импорте товаров из Республики Беларусь или Казахстана.

Действующий Федеральный закон от 8 декабря 2003 г. № 165-ФЗ «О специ-

⁵⁶ Трошкина Т.Н. Система мер нетарифного регулирования международной торговли: понятие и сущность // Налоги. 2013. N 4; Трошкина Т.Н. Нетарифные меры в системе государственного регулирования международной торговли (на примере развитых стран) / Под ред. В.С. Загашвили. М.: ЦППИ, 2014.

альных защитных, антидемпинговых и компенсационных мерах при импорте товаров»⁵⁷ предоставляет право введения таких мер только при импорте товаров на таможенную территорию России, в то время как таможенная территория России практически три года как не существует и ее тем более не существует для вышеуказанных государств. В целом Россия в вопросах нетарифного регулирования внешней торговли сконцентрировалась на технических барьерах – национальных требованиях к техническим характеристикам товаров, специальных требованиях к качеству товаров, их соответствию санитарным, фитосанитарным и ветеринарным требованиям, системам сертификации и др. Это одна из наиболее эффективных мер нетарифного регулирования, поскольку не запрещена правом Всемирной торговой организации и позволяет жестко контролировать допуск иностранных товаров в национальную экономику⁵⁸.

Действующее законодательство позволяет выделить следующие группы мер нетарифного регулирования:

– меры экономического характера – установление количественных ограничений, введение квоты, лицензирование, предоставление исключительного права на экспорт и (или) импорт отдельных видов товаров (ст.ст. 21, 23, п. 1 ч. 1 ст. 24, ст. 26 Федерального закона «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности»), а также специальные защитные меры (специальная пошлина, импортная квота), антидемпинговые меры (антидемпинговая пошлина) и компенсационные меры (компенсационная пошлина), эмбарго. Меры экономического характера вводятся только в отношении внешней торговли товарами;

– меры неэкономического характера, которые вводятся исходя из национальных интересов и целей, определенных Федеральным законом «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности», при этом такие меры могут применяться в отношении внешней торговли как товарами, так и услугами. К числу мер неэкономического характера можно отнести и особый порядок

⁵⁷ Федеральный закон от 8 декабря 2003 г. N 165-ФЗ "О специальных защитных, антидемпинговых и компенсационных мерах при импорте товаров" //СПС «КонсультантПлюс»

⁵⁸ Губарева А.В. Отношения, складывающиеся в сфере государственного регулирования внешнеэкономической деятельности //Административное право и процесс. 2014. N 1. С. 28.

допуска иностранных инвесторов в те отрасли экономики России, которые считаются стратегическими. В отличие от мер экономического характера неэкономические меры вводятся органами государственной власти Российской Федерации и на основании российского законодательства.

Несмотря на то, что действие Федерального закона «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности» не распространяется на отношения, регулируемые Федеральным законом «Об экспортном контроле»), предложенная выше классификация мер применима и к отношениям, регулируемым данным Законом.

В соответствии с Договором о Евразийском экономическом союзе⁵⁹, применяются следующие меры нетарифного регулирования:

- запрет ввоза и (или) вывоза товаров;
- количественные ограничения ввоза и (или) вывоза товаров;
- исключительное право на экспорт и (или) импорт товаров;
- автоматическое лицензирование (наблюдение) экспорта и (или) импорта товаров;
- разрешительный порядок ввоза и (или) вывоза товаров.

При введении Российской Федерацией запретов и ограничений в одностороннем порядке, а также при применении в Российской Федерации мер таможенно-тарифного регулирования, отличных от мер, применяемых в одном или нескольких государствах - членах ЕАЭС, применяются средства и методы обеспечения их соблюдения, установленные в соответствии с международными договорами Российской Федерации и настоящим Федеральным законом. Актами Президента Российской Федерации или Правительства Российской Федерации могут быть определены федеральные органы исполнительной власти, осуществляющие функции по контролю и надзору соблюдения установленных мер.

Товары пересекают таможенную границу в порядке, который установлен таможенными законами ЕАЭС.

⁵⁹ Договор о Евразийском экономическом союзе (Подписан в г. Астане 29.05.2014) (ред. от 08.05.2015) (с изм. и доп., вступ. в силу с 12.08.2017) // СПС «КонсультантПлюс»

Товары, пересекающие таможенную границу, подлежат таможенному контролю в соответствии с регламентом, который установлен таможенным законодательством ЕАЭС и законами стран, являющихся членами ЕАЭС.

При производстве таможенного контроля органы таможни и их должностные лица не имеют права устанавливать требования и ограничения, которые не предусмотрены таможенным законодательством ЕАЭС и законами стран, являющихся членами ЕАЭС.

Таким образом, отношения в сфере введения и применения мер нетарифного регулирования внешнеэкономической деятельности могут быть определены как отношения, возникающие в процессе международной миграции объектов гражданских прав в связи с осуществлением Российской Федерации суверенных прав по регулированию такой миграции вне рамок таможенного тарифа.

3.3 Рекомендации по улучшению современной ситуации в интернет-торговле

На рынке электронной коммерции на данный момент существует ряд проблем, которые затрудняют развитие, и могут привести к несбыточности прогноза экспертов. Будущее данного сектора во многом будет зависеть от решения участниками рыночных отношений некоторых задач. Непосредственно на российском рынке онлайн-ритейла необходимо решить следующие задачи.

Государству необходимо обеспечить высокий процент распространения высокоскоростного интернета доступного для населения. Для России – приоритет отдаленные регионы, такие как Дальний Восток, Сибирь, Урал. Кроме того, необходимо обеспечить доступ к мобильному интернету, для быстро растущей аудитории пользователей смартфонов и планшетов. Также важно выработать стандарт обеспечения безопасности личных данных покупателя и стандарт возврата товаров/денег за товар⁶⁰.

На развитие электронной торговли в России оказывают влияние факторы, которые сдерживают не только потребителей, но и продавцов и производителей.

⁶⁰ Ветрова Е.Н., Яковенко Е.А. Состояние и перспективы развития электронной коммерции //Научный журнал НИУ ИТМО. Серия «Экономика и экологический менеджмент». 2016. № 3.С. 65-70.

Один из них заключается в следующем: многие зарубежные Web-компании имеют возможность продавать товар дешевле, чем в реальных магазинах, иногда работая в убыток. Российские компании также стараются продавать товары чуть дешевле или хотя бы по тем же ценам. Сложность определяется тем, что с небольших объемов продаж труднее сложнее получать оптовые скидки.

Но основным сдерживающим фактором в развитии электронной коммерции в России необходимо определить невысокий уровень подготовки участников онлайн экономических процессов.

В основе этого лежит недопонимание того, что происходит в интернет-среде и электронном бизнесе соискателями инвестиций в Интернет сути процесса инвестирования, потенциальными инвесторами – того что происходит в интернет-бизнесе – того что происходит в интернет-бизнесе, уровень осведомленности явно недостаточен.

Специфика российского бизнеса осложнена тем, что только небольшая часть проектов, имеющих в своей основе востребованные сайты и интернет-ресурсы, имеет возможность предоставить потенциальным инвесторам бизнес-план, в котором обоснованы коммерческая привлекательность и перспективность своего проекта.

Частичное решение проблемы нехватки квалифицированных кадров в российском Интернет профессионалы видят в распространении интернет-инкубаторов: концентрации менеджерских и маркетинговых кадров в рамках одной компании для разработки перспективных идей. При этом техническая реализация проектов происходит вне рамок компании (аутсорсинг). Такая форма развития интернет-бизнеса позволяет придавать оригинальным перспективным идеям деловое «оформление», создавать из сайтов интернет-компании.

Также большие проблемы у интернет-магазинов возникают на этапе доставки. В электронной коммерции успех во многом зависит от соответствия состояния склада каталогу и налаженной логистической системы. При этом предпочтительно использовать общедоступный надежный почтовый канал, что в России пока невозможно, потому что велик риск потери или порчи товара.

Решением проблемы с доставкой может быть создание собственного склада, а еще лучше – нескольких небольших в дополнение к главному в разных городах и регионах, куда доставляется товар. Наличие территориальных накопителей позволит гарантировать ассортимент и грамотно выстраивать логистические схемы.

Магазинам, оборот которых не столь велик, чтобы позволить себе выстраивать собственную систему поставок, есть смысл объединяться в рамках торговых площадок. Уже есть прецеденты создания дисконтных клубов, предоставляющих своим членам скидки на курьерские услуги. Однако стоит помнить, что это лишь один из этапов организации хорошей клиентской службы⁶¹.

Таким образом, в основе Интернет-торговли должны быть надежные и стабильные технологии взаимодействия с потребителями, основанные на опыте, полученном на более ранних этапах, на обдуманых бизнес-схемах и продуманной инфраструктуре обслуживания бизнес-процессов. Главное преимущество технологий интернет-коммерции выражена в возможности предвосхищать спрос, определять потребности потребителей. В нашем государстве продолжается активная борьба непосредственно за розничный сектор торговли, но открытым остается проблемный вопрос создания и формирования российских B2B-моделей электронного бизнеса. Определяемый сектор «бизнес-бизнес» фактически пустует на отечественном рынке из-за того, что не выработаны стандарты электронного обмена данными. Использование B2B-моделей в нашей стране являлось бы актуальным в областях автомобиле-, судо- и авиастроения, в области тяжелого машиностроения, в энергетической сфере и иных, которые имеют большое число поставщиков. При организации электронных бирж, бизнес-модель может применяться для более широкого списка сфер - оптовой торговли продуктами, одеждой, косметикой, электроникой и пр.

⁶¹ Горбунова О.Н., Горбунова Ю.И. Проблемы и перспективы развития электронной торговли в России /Социально-экономические явления и процессы. 2016. № 8. С. 23-28.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В заключение проведенного исследования приведем его отдельные положения и выводы.

Продажей товаров дистанционным способом считается продажа товаров по заключённому договору розничной купли-продажи, который совершается в соответствии с ознакомлением покупателя с указанным продавцом описанием товара, размещенного в каталогах, проспектах, буклетах либо при помощи средств связи, либо другими способами, которые исключают возможность прямого ознакомления покупателя с товаром либо образцом товара при заключении дистанционного договора.

С позиции терминологии, посреднической деятельностью является многозначный термин, который понимается в нескольких значениях: 1) как способ разрешения возникающих споров (включая споров международного характера). Посреднической деятельностью является участие третьей, нейтральной стороны для совершения оптимизации процесса переговоров и совершения поиска взаимоприемлемого решения; 2) определенный вид участия на рынке ценных бумаг в виде выполнения специальных функций по заключению сделок на фондовой, товарной, а также валютной биржах различными маклерскими конторами, разного рода фирмами или другими лицами (брокерами); 3) в виде деятельности в области коммерческого оборота, включая сферу внешней торговли. Большая часть исследователей сходятся во мнении, что посредническую деятельность реализуют хозяйствующие субъекты, которые занимают центральное положение в акте товарообмена между двумя иными субъектами, которые сводят непосредственно производителя и покупателя или заключают торговую сделку.

Таможенные платежи, таможенные пошлины являются неотъемлемой частью системы налогов, сборов и иных обязательных платежей, а использование таможенных платежей возможно при наличии факта перемещения товаров через таможенную границу. Собственно обстоятельство перемещения и определяет специальное место таможенных платежей в бюджетной системе Российской Федерации.

В Российской Федерации фискальное назначение таможенно-тарифного регулирования является достаточно значительным, именно в связи с этим так важно исключить различные ситуации недополучения федеральной казной таможенных доходов. Указанная ситуация может возникнуть в случае несвоевременной уплаты таможенных налогов и сборов.

Отношения в сфере введения и применения мер нетарифного регулирования внешнеэкономической деятельности могут быть определены как отношения, возникающие в процессе международной миграции объектов гражданских прав в связи с осуществлением Российской Федерации суверенных прав по регулированию такой миграции вне рамок таможенного тарифа.

В основе Интернет-торговли должны быть надежные и стабильные технологии взаимодействия с потребителями, основанные на опыте, полученном на более ранних этапах, на обдуманых бизнес-схемах и продуманной инфраструктуре обслуживания бизнес-процессов. Главное преимущество технологий интернет-коммерции выражена в возможности предвосхищать спрос, определять потребности потребителей. В нашем государстве продолжается активная борьба непосредственно за розничный сектор торговли, но открытым остается проблемный вопрос создания и формирования российских B2B-моделей электронного бизнеса. Определяемый сектор «бизнес-бизнес» фактически пустует на отечественном рынке из-за того, что не выработаны стандарты электронного обмена данными. Использование B2B-моделей в нашей стране являлось бы актуальным в областях автомобилестроения, судостроения и авиастроения, в области тяжелого машиностроения, в энергетической сфере и иных, которые имеют большое число поставщиков. При организации электронных бирж, бизнес-модель может применяться для более широкого списка сфер – оптовой торговли продуктами, одеждой, косметикой, электроникой и пр.

На основании изложенного, считается целесообразным предложить для совершенствования правового регулирования и контроля со стороны органов власти следующие рекомендации в сфере Интернет-торговли:

- 1) предлагается придать классификацию Интернет - магазинам с разбивкой на разделы:

- а) товары;
- б) услуги.

2) добавить раздел со ссылкой сайта Роспотребнадзора с возможностью обращения через данный сайт жалоб на продавца, либо сайт, предоставляющий услуги. Также сделать ссылку на сайт Роскомнадзора в случае обнаружения сайтов, на которых нарушаются авторские права, осуществляется торговля алкоголем, табаком (здесь необходимо ограничить доступ лиц моложе 18 лет, применив регистрацию на сайте с привязкой к государственным услугам).

3) представляется необходимым создать сайт, на котором необходимо будет всем Интернет-магазинам проходить регистрацию с указанием предоставления конкретного вида услуг и конкретных категорий товаров (по типу ОКВЭД в системе Федеральной налоговой службы, т.е. виды экономической деятельности). Это позволит вести статистику использования в стране Интернет-магазинов и движения потока товаров. Покупатель, приобретая в Интернет-магазине товар, нажимает на ссылку «купить» и «оплатить», и после оплаты сведения поступают в единую базу данных, и уже становится очевидным, где приобретено, кто приобрел и какой товар приобретен. Данная база позволит потребителям ускорить время рассмотрения их жалоб в соответствии с законодательством о защите прав потребителей.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Арутюнов, Ю.Л. Финансовый менеджмент / Ю.Л. Арутюнов. – М. : КНОРУС, 2013. – С. 102.
- 2 Асалханова, С.А. Понятие внешнеэкономической деятельности в российском праве/ С.А Асалханова // Российская юстиция. – 2013. – № 9. – С. 28.
- 3 Бобченко, В.А. К вопросу о понятии контрольно-надзорных функций государства / Бобченко В.А. //Экономика. Государство. Общество. – 2014. – № 11. – С. 33.
- 4 Васильева, Е.И. Контрольно-надзорная деятельность в области автомобильного транспорта и дорожного хозяйства на территории / Е.И. Васильева, В.Э. Бобченко // Вопросы управления. – 2015. – №3 (15). – С.57-66.
- 5 Ветрова, Е.Н. Состояние и перспективы развития электронной коммерции / Е.Н. Ветрова, Е.А. Яковенко //Научный журнал НИУ ИТМО. Серия «Экономика и экологический менеджмент». – 2016. – № 3. – С.65-70.
- 6 Галушкина, С.Л. Международная защита авторского права в глобальной сети Интернет / С.Л. Галушкина // Мониторинг правоприменения. – 2014. – №2. – С.38-41.
- 7 Герченко, В.В. Основные угрозы экономической безопасности России на современном этапе её развития и организация борьбы с ними / В.В. Герченко //Вестник Московского университета МВД России. – 2014. – № 7. – С. 31-32.
- 8 Горбунова, О.Н., Горбунова, Ю.И. Проблемы и перспективы развития электронной торговли в России / О.Н. Горбунова, Ю.И. Горбунова // Социально-экономические явления и процессы. – 2016. – № 8. – С. 23-28.
- 9 Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) [Электронный ресурс] : Гражданский кодекс Российской Федерации от 26.01.1996 № 14-ФЗ (ред. от 18.04.2018). Доступ из справ. – правовой системы «КонсультантПлюс».
- 10 Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) [Электронный ресурс] : Гражданский кодекс Российской Федерации от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 29.12.2017). Доступ из справ. – правовой системы «КонсультантПлюс».

11 Губарева, А.В. Отношения, складывающиеся в сфере государственного регулирования внешнеэкономической деятельности / А.В. Губарева // Административное право и процесс. – 2014. – № 1. – С. 28.

12 Гуменюк, Е.В. Административно-правовое регулирование внешнеэкономической деятельности: Автореферат дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.14 / Е.В. Гуменюк. – М., 2014. – С. 9.

13 Завьялова, Л.В., Китаева, Т.Н. К вопросу о роли и значении посреднической деятельности в рыночной экономике / Л.В. Завьялова, Т.Н. Китаева, // Вестник Омского университета. Серия «Экономика». – 2015. – № 2. – С. 188-196.

14 Иванова, Т.М. Российское предпринимательское право. / Т.М. Иванова. – М. : ТК Велби, Изд-во «Проспект», 2015. – С. 892.

15 Киселева, Е.Н., Буданова О.Г. Организация коммерческой деятельности по отраслям и сферам применения / Е.Н. Киселева, О.Г. Буданова. – М. : Вузовский учебник, 2013. – С. 82.

16 Коммерческо-посредническая деятельность на товарном рынке : учебное пособие / под ред. А.В. Зырянова. – Екатеринбург, 2013. – С. 218.

17 Конституция Российской Федерации. Официальное издание. – М. : Юрид. Лит., 2009. – 64 с.

18 Луцкер, А.П. Авторское право в цифровых технологиях и СМИ / А.П. Луцкер. – М.: Кудиц-образ. 2013. – С. 22.

19 Мельникова, Т.Е. К вопросу исполнения государственной функции по контролю за безопасностью дорожного движения / Т.Е. Мельникова // Транспортное право. – 2015. – № 1. – С. 12-14.

20 Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) [Электронный ресурс] : Уголовный кодекс Российской Федерации от 31.07.1998 № 146-ФЗ (ред. от 19.02.2018). Доступ из справ. – правовой системы «КонсультантПлюс».

21 Неретина, Н.Г. О совершенствовании государственного надзора и контроля в сфере торговли через Интернет-магазин / Н.Г. Неретина // Актуальные проблемы современности: наука и общество. – 2017. – № 1. – С. 3-5.

22 О вывозных таможенных пошлинах в отношении третьих стран [Элек-

тронный ресурс] : Соглашение между Правительством Российской Федерации, Правительством Республики Беларусь и Правительством Республики Казахстан от 25 января 2008 года. Доступ из справ. – правовой системы «КонсультантПлюс».

23 О защите прав потребителей [Электронный ресурс] : Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 (ред. от 18.04.2018) (в ред. от 18.04.2018). Доступ из справ. – правовой системы «КонсультантПлюс».

24 О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля [Электронный ресурс] : Федеральный закон от 26.12.2008 № 294-ФЗ (ред. от 18.04.2018). Доступ из справ. – правовой системы «КонсультантПлюс».

25 О координации международных и внешнеэкономических связей субъектов Российской Федерации [Электронный ресурс] : Федеральный закон от 4 января 1999 г. № 4-ФЗ (в ред. от 13.07.2015). Доступ из справ. – правовой системы «КонсультантПлюс».

26 О пресечении правонарушений при дистанционном способе продажи товара [Электронный ресурс] : Письмо Роспотребнадзора от 08 апреля 2005 г. № 0100/2569-05-32. Доступ из справ. – правовой системы «КонсультантПлюс».

27 О расчете таможенных пошлин, налогов, специальных, антидемпинговых, компенсационных пошлин» (вместе с «Порядком заполнения расчета таможенных пошлин, налогов, специальных, антидемпинговых, компенсационных пошлин и внесения в такой расчет изменений (дополнений)») [Электронный ресурс] : Решение Коллегии Евразийской экономической комиссии от 07.11.2017 № 137. Доступ из справ. – правовой системы «КонсультантПлюс».

28 О системе и структуре федеральных органов исполнительной власти [Электронный ресурс] : Указ Президента РФ от 09.03.2004 № 314 (ред. от 28.09.2017). Доступ из справ. – правовой системы «КонсультантПлюс».

29 О специальных защитных, антидемпинговых и компенсационных мерах при импорте товаров [Электронный ресурс] : Федеральный закон от 8 декабря 2003 г. № 165-ФЗ (в ред. от 26.07.2017). Доступ из справ. – правовой системы «КонсультантПлюс».

30 О Стратегии экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 года [Электронный ресурс] : Указ Президента РФ от 13.05.2017 № 208. Доступ из справ. – правовой системы «КонсультантПлюс».

31 О таможенном регулировании в Российской Федерации [Электронный ресурс] : Федеральный закон от 27 ноября 2010 года № 311-ФЗ (в ред. от 29.12.2017). Доступ из справ. – правовой системы «КонсультантПлюс».

32 О таможенном тарифе [Электронный ресурс] : Закон Российской Федерации от 21 мая 1993 года № 5003-1 (в ред. от 28.12.2016). Доступ из справ. – правовой системы «КонсультантПлюс».

33 Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности [Электронный ресурс] : Федеральный закон от 8 декабря 2003 года № 164-ФЗ (в ред. от 13.07.2015). Доступ из справ. – правовой системы «КонсультантПлюс».

34 Об отказе в принятии к рассмотрению жалобы гражданки Фрумкиной Ирины Львовны на нарушение ее конституционных прав статьей 138.1 Уголовного кодекса Российской Федерации [Электронный ресурс] : Определение Конституционного Суда РФ от 27.03.2018 № 830-О. Доступ из справ. – правовой системы «КонсультантПлюс».

35 Об отмене актов о привлечении к административной ответственности по ст. 8.14 КоАП РФ (нарушение правил водопользования). [Электронный ресурс] : Постановление Московского городского суда от 30.03.2018 № 4у-0482/2018. Доступ из справ. – правовой системы «КонсультантПлюс».

36 Об утверждении единой Товарной номенклатуры внешнеэкономической деятельности Таможенного союза и Единого таможенного тарифа Таможенного союза [Электронный ресурс] : Решение Совета Евразийской экономической комиссии от 16 июля 2012 года № 54. // Режим доступа: <http://www.tsouz.ru>. – 24.05.2018.

37 Об утверждении Инструкции о применении таможенного приходного ордера [Электронный ресурс] : Приказ ФТС России от 25.02.2013 № 350 (ред. от 01.02.2016). Доступ из справ. – правовой системы «КонсультантПлюс».

38 Об утверждении Положения о Федеральной службе по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека [Электронный ресурс] : По-

становление Правительства РФ от 30.06.2004 № 322 (ред. от 24.04.2018). Доступ из справ. – правовой системы «КонсультантПлюс».

39 Об утверждении Правил продажи товаров дистанционным способом [Электронный ресурс] : Постановление Правительства РФ от 27.09.2007 № 612 (ред. от 04.10.2012). Доступ из справ. – правовой системы «КонсультантПлюс».

40 Об утверждении ставок вывозных таможенных пошлин на товары, вывозимые из Российской Федерации за пределы государств - участников соглашений о Таможенном союзе, и о признании утратившими силу некоторых актов Правительства Российской Федерации [Электронный ресурс] : Постановление Правительства Российской Федерации от 30 августа 2013 года № 754. Доступ из справ. – правовой системы «КонсультантПлюс».

41 Об экспортном контроле [Электронный ресурс] : Федеральный закон от 18 июля 1999 г. № 183-ФЗ (в ред. от 13.07.2015). Доступ из справ. – правовой системы «КонсультантПлюс».

42 Определение Санкт-Петербургского городского суда от 12 сентября 2011 г. № 33-13810/2011. [Электронный ресурс]. Доступ из справ. – правовой системы «КонсультантПлюс».

43 Организационно-экономические основы формирования и развития интернет-торговли: автореф. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / С.Д. Валигурский. – М., 2013. – 24 с.

44 Постановление Президиума Хабаровского краевого суда от 12.02.2018 № 44у-30/2018. [Электронный ресурс]. Доступ из справ. – правовой системы «КонсультантПлюс».

45 Рожкова, Ю.В. Роль нетарифных ограничений при экспорте товаров в современных условиях / Ю.В. Рожкова //Известия Оренбургского государственного аграрного университета. – 2015. – № 3. – С. 292-295.

46 Рынок e-commerce: итоги 2015. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.akit.ru/wp-content/2016/AMT-MTom-2015-v11>. – 20.05.2018.

47 Сайбель, Н.Ю., Сайбель, Я.В. Развитие интернет-торговли в России: преимущества и недостатки / Н.Ю. Сайбель, Я.В. Сайбель // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2016. – № 10 (октябрь). – С. 107-112.

48 Седых, И.А. Рынок Интернет-торговли в РФ. 2016. [Электронный ресурс] / И.А. Седых. – Режим доступа : <https://dcenter.hse.ru/data/2017/03/10/1169536647/%D0%A0%D1%8B%D0%BD%D0%BE%D0%BA%20%D0%98%>. – 15.05.2018.

49 Смирнов, С.А. О некоторых способах совершения преступлений в сфере авторского и смежных прав в сети «Интернет» / С.А. Смирнов // Юридическая наука и практика: Вестник Нижегородской академии МВД России. – 2016. – №3 (35). – С.191-194.

50 Терещенко, Л.К. Открытость информации и «пиратство» в Интернете / Л.К. Терещенко. – ПараГраф, 2013. – С. 32.

51 Толочко, О.Н. Проблемы государственного регулирования внешнеэкономической деятельности / О.Н. Толочко // Право и демократия. 2013. – Вып. 9. – С. 4.

52 Тренды и цифры: российский e-commerce в середине 2016 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.datainsight.ru>. – 06.06.2018.

53 Трошкина, Т.Н. Нетарифные меры в системе государственного регулирования международной торговли (на примере развитых стран) / Под ред. В.С. Загашвили. М. : ЦППИ, 2014. – 156 с.

54 Трошкина, Т.Н. Система мер нетарифного регулирования международной торговли: понятие и сущность / Т.Н. Трошкина // Налоги. – 2013. – № 4.

55 Уголовный кодекс Российской Федерации [Электронный ресурс] : Уголовный кодекс Российской Федерации от 13.06.1996 № 63-ФЗ (ред. от 23.04.2018). Доступ из справ. – правовой системы «КонсультантПлюс».

56 Удовенко, С.П. Проблемные вопросы оценки применения мер торговой политики в евразийском экономическом союзе и подходы к их решению / С.П. Удовенко // Проблемы современной экономики. – 2015. – №1 (53) – С.39-41.

57 Электронная торговля в России: итоги 2015 год [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [http://www. datainsight.ru](http://www.datainsight.ru). – 05.06.2018.

58 Южно, Ю.А., Сурник, А.П. Нарушение авторских прав в сети интернет / Ю.А. Южно, А.П. Сурник // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. – 2014. – №10. – С.51-52.