

**Семейкина Мария Сергеевна,**  
студентка II курса направления «Бизнес-информатика» ФГБОУ ВО  
«Кубанский государственный университет», г. Краснодар  
[semamasha@gmail.com](mailto:semamasha@gmail.com)



**Бочкова Елена Владимировна,**  
кандидат экономических наук, старший преподаватель кафедры теоретической  
экономики ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет», г. Краснодар  
[elen-nel@mail.ru](mailto:elen-nel@mail.ru)

### **Интернет-торговля в России: современное состояние и основные проблемы**

**Аннотация.** В предложенной статье рассмотрены вопросы развития интернет-торговли в России; выделены основные проблемы, оказывающие негативное влияние на ее развитие; акцентировано особое внимание на нормативно-правовом регулировании данной сферы экономики страны.

**Ключевые слова:** интернет-магазин, интернет-торговля, электронная коммерция, онлайн-продажи, электронная торговля, интернет-покупатели.

**Раздел:** (4) экономика.

По данным Торговой ассоциации электронной коммерции в 2012 г. общий объем рынка электронной торговли в мире в 2012 г. был значительно больше, чем 1 трлн. дол., в 2013 г. был на отметке 1,25 трлн дол., а в 2015 г. – более, чем 2 трлн дол. [10].

По данным Data Insight в 2010 г. объем рынка электронной коммерции в процентах от общего объема продаж всей розницы в странах Евросоюза был равен 5,7%, в США – 6,4%. К 2015 г. доля онлайн-продаж в общем объеме розничной торговли достигла в странах ЕС – 8%, в США превысила 10% [6, с. 19].

Сегодня во всех развитых странах мира пытаются упрочнить нормативную и законодательную базу, которая будет регулировать сферу электронной торговли. Например, над этим вопросом активно работают в США, где Федеральная торговая комиссия (FTC) и Бюро цензов министерства торговли США регулируют экономические отношения в Интернете. «Законодательная база в этой сфере охватывает вопросы использования коммерческой электронной почты, интернет-рекламы, конфиденциальности сделок, устанавливает национальные стандарты для электронного маркетинга» [9, с. 12].

В Великобритании же регулирующим органом является FSA (Financial Services Authority). 1 ноября 2009 г. вступил в силу новый закон, который регулирует «деятельность всех организаций, осуществляющих продажи через Интернет, включая банки, платежные системы, электронные торговые площадки, интернет-магазины и другие» [7, с. 7]. В данном законе выделен новый тип компаний, а также выдвинуты определенные требования такого рода фирмам. Так, например, в ст. 87 говорится о том, что фирмы обязаны предоставлять полную отчетность по сделкам, которые происходят в Интернете.

Очень остро у владельцев онлайн-магазинов стоит проблема налогообложения электронной торговли. В США полагают, что электронная коммерция очень актуальна и не должна облагаться налогами. Однако, налог с продаж (то же, что и НДС) со-

ставляет значительную долю бюджета. По некоторым оценкам, только по налогу с продаж потери бюджета США составляют около 8 млрд дол. ежегодно [4, с. 24].

Германия, Великобритания и Франция являются лидерами европейского рынка торговли через Интернет, объем торговли в данных странах составляет около 70% объема интернет-торговли ЕС. Основными критериями отбора в группу стран-лидеров европейского рынка электронной торговли является то, что в этих странах проживает огромное количество людей, более 100 млн чел, совершающих покупки в интернет-магазинах, кроме того «масштабы национального рынка электронной коммерции: минимальный объем в представленных странах превышает 17 млрд евро. Они выступают «ядрами», притягивающими покупателей из других стран, при этом сами по себе достаточно автономны в отношении внешних связей» [5, с. 25]. Многие страны идут на некоторые уловки для привлечения интернет-покупателей. Например, в Соединенных Штатах вошел в моду день, именуемый так называемым «киберпонедельником». Киберпонедельник – это понедельник, который идет после Черной пятницы, дающей начало сезона распродаж в США, между Днем благодарения и Рождеством. Что касается Черной пятницы, то в этот день происходит топ распродаж в традиционных торговых залах, а «киберпонедельник» ассоциируется с пиком продаж товаров по заниженным ценам в Интернете. Само понятие «киберпонедельник» до 2005 г. не употреблялось, однако С. Сильверман ввел данный термин, руководствуясь маркетинговыми исследованиями, которые продемонстрировали рост продаж в понедельник после Дня благодарения 2004 г. По статистике онлайн-магазинов США самые активные по продажам дни – 5–15 декабря 2004 г. Когда появился этот термин (2005 г.), по данным Master Card, наибольшее количество веб-транзакций было осуществлено 5 декабря 2005 г., т. е. через неделю после Дня благодарения [11]. По данным Национальной федерации розничной торговли США, в 2006 г. киберпонедельник принёс онлайн-торговле 485 млн дол. дохода.

Исходя сказанного, можно утверждать, что во многих развитых странах мира происходят постоянные изменения в правовом регулировании данной сферы, а также используются различные методы привлечения внимания к Интернет-торговле.

Европейский опыт правового регулирования очень важен и для нашей страны, поскольку Россия также является членом той же правовой среды, как и многие страны Европы.

8 июня 2000 г. вышла Директива ЕС № 2000/31/ЕС о ряде нормативно-правовых аспектах услуг информационного общества [1, с. 21], в том числе интернет-торговли. Отсюда следует, что в ЕС предприняты важные меры и попытки формирования ряда правил для развития электронной коммерции.

В России электронная коммерция стала развиваться сравнительно недавно. По результатам ряда социологических опросов, к числу проблем, тормозящих дальнейшее успешное развитие электронного бизнеса в РФ, можно отнести:

- 1) низкий уровень жизни населения;
- 2) ограниченность контингента пользователей Интернет;
- 3) слабое развитие телекоммуникаций;
- 4) несовершенство законодательства;
- 5) отсутствие развитой системы электронных платежей;
- 6) высокий уровень преступности;
- 7) отсутствие должного доверия со стороны населения;
- 8) слабо развитое венчурное и проектное финансирование;
- 9) низкое качество обслуживания, нехватка кадров;
- 10) перегруженность большинства сайтов электронной торговли;

11) отсутствие дальнейшего послепродажного обслуживания.

Одной из важнейших проблем является оплата товара. Возникает множество вопросов по поводу выбора системы оплаты: большая часть покупателей оплачивает банковским переводом, минусом которого является добавление определенной суммы к цене товара. Основными проблемами оборота платежей электронной торговли являются: рискованность, относительно высокую стоимость обслуживания и отсутствие приватности. Низкий уровень жизни населения и слабое развитие телекоммуникаций – взаимозависимые проблемы, т. к. во многих регионах заработная плата не позволяет подключить интернет, а если и позволяет, то компании-монополисты в небольших районах накручивают цены на проведение и пользование интернетом в десятки раз.

«Несовершенство законодательства выражается в отсутствии законодательных норм, регулирующих распространение ворованных продуктов (программных, мультимедийных) и других видов нарушений» [3, с. 35]. Свободный доступ к информации и отсутствие законодательной базы является причиной кибермошенничества. В России пока еще не имеется отдельных документов, которые регламентировали бы электронную торговлю. Деятельность продавцов, работающих в среде Интернет, регулируется такими же точно нормативно-правовыми актами, что и традиционная торговля. В российском законодательстве электронная торговля приравнивается к понятию ««дистанционной торговли» и регулируется Правилами продажи товаров дистанционным способом» [7]. В п. 5 говорится о том, что: «Не допускается продажа дистанционным способом алкогольной продукции, а также товаров, свободная реализация которых запрещена или ограничена законодательством РФ». Это означает, что такие товары, как драгоценные камни или металлы, фармакологические средства, оружие и др. не могут быть выставлены на продажу в интернет-магазинах.

Далее, как по цепочке, следует другая, не менее важная, проблема – недоверие платежеспособного населения. Последствиями может быть как мошенничество, так и несанкционированное использование конфиденциальной информации и т. д. Однако, в последнее время в России наблюдается тенденция расширения сферы электронной коммерции. По данным агентства Data Insight, по состоянию на 2010 г. отечественный рынок электронной коммерции составлял 240 млрд руб., что равно 1,6% от общего объема продаж всей российской розницы.

23 декабря 2013 г. Минфин России произвел понижение уровня необлагаемых пошлинами покупок, реализуемых посредством Интернета с 1 тыс. евро до 150 евро, также активно проводится работа над универсальными правилами ведения Интернет-торговли в Рамках Таможенного Союза [13].

По данным, предоставленным компанией Insales объем отечественного рынка электронной торговли в 2011 г. составил 244,6 млрд руб., этот показатель на 39% выше показателя предыдущего года. Лидером по годовому обороту стал сегмент «бытовая техника и электроника». На данный вид товаров наши соотечественники потратили «57,3 млрд руб., что на 44% больше, чем в 2010 г. В 2012 г. объем рынка интернет-продаж в России вырос более чем на 45% по сравнению с 2011 г.» [12]. Электронная торговля «живет» благодаря урбанизированным городам, 45% жителей которых, пользуются интернет-ресурсами и совершают покупки в Интернете.

Согласно CNews Analytics 83% людей, которые пользуются Интернетом и проживают в России, сказали, что хоть раз в жизни приобрели какой-либо товар в интернете [13]. Согласно статистике фонда «Общественное мнение», сегодня число постоянных пользователей составляет приблизительно 6 млн чел., которые каждый месяц покупают в Интернете товаров на сумму около 15 млрд руб. Исследование активной (ме-

сячной) аудитории Интернета, которое провел канал Subscribe.ru, показывает, что среди опрошенных 1200 пользователей, среди которых «84% однажды совершали покупки в интернет-магазине, в том числе, 29% совершивших 1–2 покупки, 23% совершивших 3–5 покупок, 24% совершивших 6 и более покупок за последний год».

Итак, в РФ существует множество проблем, связанных с электронной торговлей, начиная от несовершенства правового регулирования в данной сфере и заканчивая неразвитой инфраструктурой. В связи с этим, принятие мер по улучшению государственного регулирования необходимо реализовывать по следующим направлениям:

- нивелирование пробелов и внесение поправок в законодательство;
- анализ рынка, который будет проводиться официально и регулярно
- (необходимо предоставление аналитических данных на государственном уровне);
- развитие инфраструктуры рынка (ускорение темпов проникновения высокоскоростного доступа в Интернет);
- развитие грамотности в глобальной сети у населения.

Перспективы развития Интернет-торговли в России во многом обусловлены желанием отечественных компаний внедрять или не внедрять достижения научно-технического прогресса, автоматизировать бизнесы-процессы предприятия, переходить на систему дистанционного обучения и др. Безусловно, многое будет зависеть и от правового регулирования со стороны государства.

На сегодняшний день, исполнительной власти следует предпринять ряд ответственных шагов, которые бы обеспечили в полной мере высокую конкурентоспособность российских компаний на международной арене.

В ближайшее время правовое регулирование в отношении электронной торговли продолжится, но пока нельзя спрогнозировать динамику законотворческой деятельности. Тем не менее, можно сказать о том, что государство стремится к внесению поправок и устранению пробелов в законодательстве. Это объясняется тем, что на современном этапе происходит рост значимости информационных технологий в политическом и социальном аспектах.

Государственное регулирование, возможно, будет проявляться как в отдельных, специализированных проектах, так и в более общих, например, «законопроект об интернете».

На повестке дня стоит ряд вопросов, которые касаются:

- применения ФЗ от 28.07.2012 № 139-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» и отдельные законодательные акты Российской Федерации»;
- о конфиденциальной информации на национальном и международном уровнях;
- упорядочивание в сфере интеллектуальной собственности;
- развитие служб, специализирующихся на курьерской доставке;
- применение законов против киберпреступлений;
- регулирование в области электронных платежей.

Дальнейшая судьба отечественных фирм, специализирующихся на электронной торговле в определенной степени зависит от правильного и эффективного принятия решений государства и реализации на практике законодательства в сфере интернет-торговли.



Государство выполняет очень важные стимулирующую, направляющую, координирующую роли. В нашей стране, увы, государство еще начинает осваивать эти роли, несмотря на то, что в наиболее развитых странах имеется развитое законодательство в сфере электронной.

При составлении и разработке законопроектов, которые должны учитывать международные тенденции развития, необходимо учитывать тот факт, что постоянно выходят в свет новые технологии. Кроме того, на сегодняшний день наблюдается тенденция глобализации общественных отношений, касающихся интернет – торговли.

Во многих работах говорится о том, что очень важно правовое регулирование в сфере электронной торговли. Несмотря на это, принятие ФЗ № 388132-3 «О внесении изменений и дополнений в закон Российской Федерации «О защите прав потребителей» и ч. 2 ГК РФ» было безуспешно.

Вместе с пробелами в законопроекте, который рассчитан на защиту прав потребителей, следует также упомянуть не имеющую успеха ст. 26 ч. 1, которая должна была регулировать торговлю на расстоянии.

В первую очередь, понятие «дистанционная торговля» не соответствует пункту 1 ст. 497 ГК РФ, в котором данный способ торговли уже указан.

К тому же, срок, длительностью 10 дней, необходимый для возврата неподходящего товара не соответствует сроку, продолжительностью 14 дней, указанному в пункте 1 ст. 502 Гражданского Кодекса, а также пункту 1 ст. 25 Закона «О защите прав потребителей», что исключает торговлю на расстоянии.

В законе «О защите прав потребителей» и ГК РФ указаны нормы, которые нужно соблюдать, составляя договоры купли-продажи в электронной коммерции.

Таким образом, правовое регулирование в России на данный момент развито слабо, отсутствуют четкие регламенты, относящиеся к данной сфере торговли.

### Ссылки на источники

1. Баин А. М. Автоматизированные информационные системы электронных бизнес-отношений. – М.: Финансы и статистика, 2009.
2. Бочкова Е. В., Пищулина Д. С. Интернет-магазины в России: прошлое, настоящее, будущее // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2016. – Т. 11. – С. 3891–3895. – URL: <http://e-koncept.ru/2016/86815.htm>.
3. Комаров Н. М., Борзов М. А. Экономика сферы обслуживания. Интернет-бизнес в России. Особенности, проблемы перспективы // Маркетинг услуг. – 2010. – № 2.
4. Кастельская А. В. Применение концепций источника дохода и постоянного представительства при налогообложении электронной торговли // Внешнеторговое право. – 2005. – № 2.
5. Мяльдин Т. География интернет-торговли потребительскими товарами и услугами // Вестник Московского университета. – 2013. – № 4.
6. Нехай А. Ю. Институционально-правовые проблемы развития международной электронной торговли // Государственный советник. – 2015. – № 1.
7. Постановление Правительства РФ «Об утверждении Правил продажи товаров дистанционным способом» от 27 сентября 2007 г. № 612. – URL: <http://www.rg.ru/2007/10/03/distancia-prodaja-dok.html>.
8. The Payment Services Regulations // UK: Legislation. – 2009. – № 209.
9. Advertising and Marketing on the Internet: Rules of the Road // Federal Trade. – 2000. – № 1.
10. Interactive Media Retail Group. – URL: <http://www.imrg.org>.
11. Стандарты для электронного маркетинга. – URL: <http://telnews.ru/event/9601>.
12. Объем российского рынка электронной торговли. – URL: [www.insales.ru/blog/](http://www.insales.ru/blog/).
13. Статистика использования интернет-ресурсов в России. – URL: <http://neprussia.ru/news>.

---

**Mary Semeykina,**

*II-year student of the direction "Business Informatics", Kuban State University, Krasnodar*  
[semamasha@gmail.com](mailto:semamasha@gmail.com)

**Elena Bochkova,**

*Candidate of Economic Sciences, senior lecturer of the Department of theoretical Economics, Kuban State University, Krasnodar*

[elen-nel@mail.ru](mailto:elen-nel@mail.ru)

**The Internet-trade in Russia: modern state and main problems**

**Abstract.** In the proposed article deals with the development of Internet trade in Russia; the main problems that have a negative influence on its development; accented special attention on the legal regulation of this sector of the economy.

**Key words:** online store, Internet Commerce, e-kommertion, online sales, e-Commerce, online shoppers.

**Рекомендовано к публикации:**

*Горевым П. М., кандидатом педагогических наук,  
главным редактором журнала «Концепт»*

Поступила в редакцию <i>Received</i>	23.05.16	Получена положительная рецензия <i>Received a positive review</i>	24.05.16
Принята к публикации <i>Accepted for publication</i>	24.05.16	Опубликована <i>Published</i>	25.05.16



[www.e-koncept.ru](http://www.e-koncept.ru)

© Концепт, научно-методический электронный журнал, 2016

© Семейкина М. С., Бочкова Е. В., 2016