

СОДЕРЖАНИЕ

Введение 3

1 Роль электронного бизнеса в экономике 5

1.1 Этапы становление электронного бизнеса в экономике ...5

1.2 Электронный бизнес: понятие, виды, функции ...7

1.3 Плюсы и минусы электронного бизнеса .10

2 Особенности правового регулирование электронного бизнеса .14

2.1 Проблемы правового регулирования электронного бизнеса в России .14

2.2 Анализ правового регулирования электронного бизнеса в зарубежных странах .17

2.3 Перспектива развития правового регулирования электронного бизнеса в РФ и зарубежных странах и зарубежных странах .19

Заключение 25

Список использованной литературы 26

31. 05.2021 г. План утверждён. Работу пишите согласно утверждённому плану

**ВВЕДЕНИЕ**

Электронный бизнес с каждым годом повышает свою значимость в экономиках развитых государств. Появляются, как новые ниши для введения предпринимательской деятельности, так и уже устоявшиеся формы предпринимательства переходят на электронные модели. Для развития и поддержания данного состояния, а также электронного бизнеса в частности, необходима развитая правовая база. Продуманное цифровое законодательство становится гарантом развития данной сферы, обеспечивая ей необходимую протекцию и устанавливая правила для функционирования субъектов цифровой экономики. И напротив, недостатки в правовом регулировании – влекут за собой издержки, делая предпринимательскую деятельность более рисковой и тормозящие потенциальные инновации.

Целью курсовой работы является изучение правового регулирования в сфере электронного бизнеса, как в России, так и за рубежом.

Исходя из цели, можно обозначить задачи курсовой работы:

* изучение истории развития правового регулирования электронного сектора экономики;
* исследование сущности электронного предпринимательства;
* рассмотрение действующих правовых актов в России и за рубежом;
* прогнозирование перспектив по совершенствованию сетевого законодательства, как в России, так и в зарубежных странах.

Объект исследования – электронный бизнес и его правовое регулирование.

Предмет данной работы – анализ взаимодействия сферы электронной коммерции с институтами государственного регулирования.

Информационная база – исследования являются публицистические работы российских и зарубежных авторов, посвященные вопросу государственного регулирования сетевого бизнеса, а также действующие законодательные акты Российской Федерации.

Структура курсовой работы представляет собой введение, две главы, заключение и список использованной литературы.

**1 Роль электронного бизнеса в экономике**

**1.1 Этапы становление электронного бизнеса в экономике**

В 1960 появился термин "Электронная Коммерция", практически сразу вслед за появлением ЭВМ. Пионерами электронной коммерции были программы для транспорта - заказ билетов, а также обмен данными между различными службами для подготовки рейсов.

Полноценным же стартом для электронного бизнеса, стало создание всемирной паутины. Изобретателями оной считаются Тим Бернерс-Ли и в меньшей степени, Роберт Кайо. Тим Бернерс-Ли является автором технологий HTTP, URI/URL и HTML. В 1980 году он работал в Европейском совете по ядерным исследованиям консультантом по программному обеспечению. Именно там, он для собственных нужд написал программу «Энквайр», которая использовала случайные ассоциации для хранения данных и заложила концептуальную основу для Всемирной паутины.

В 1989 году, работая в CERN над внутренней сетью организации, Тим Бернерс-Ли предложил глобальный гипертекстовый проект, теперь известный как Всемирная паутина. Проект подразумевал публикацию гипертекстовых документов, связанных между собой гиперссылками, что облегчило бы поиск и консолидацию информации для учёных CERN. Для осуществления проекта Тимом Бернерсом-Ли были изобретены идентификаторы URI, протокол HTTP и язык HTML. Это технологии, без которых уже нельзя себе представить современный Интернет. В период с 1991 по 1993 год Бернерс-Ли усовершенствовал технические спецификации этих стандартов и опубликовал их. Но, всё же, официально годом рождения Всемирной паутины нужно считать 1989 год.

В 90-е годы. Бурный рост Интернет, связанный с появлением Web-технологии, заставил аналитиков EDI кардинально пересмотреть свои планы по дальнейшему развитию Электронной Коммерции.

Появился новый тип бизнеса - розничная торговля через Интернет. Так как Интернет был более дешевой средой для передачи информации, чем концепция электронной почты через частные сети, то был создан стандарт EDIINT на базе стандартов для электронной почты Интернет.

1996-1997 гг. сообщество CommerceNet - организация по содействию развития бизнеса в Интернет провела ряд тестов по проверке совместимости различных коммерческих реализаций. Тестирование прошло успешно, но был выявлен целый ряд недостатков предлагаемого стандарта, посему - он не был принят.

В первой половине девяностых наступил период активного развития интернета. У все большего количества пользователей начали появляться персональные компьютеры, а компании стали массово переключать свою деятельность на работу в интернете. Если у компании не было собственного сайта, это казалось несолидным. Тогда же родились первые проекты, деятельность которых была полностью ориентирована на онлайн-сегмент. Например, интернет-аукцион «eBay», книжный онлайн-магазин «Amazon» и поисковик «Yahoo!». Интернет-стартапы появлялись ежедневно. При этом индустрия оставалась молодой и четкого понимания, как управлять таким бизнесом, у большинства людей не было. В стартапы вкладывались гигантские деньги, а оценка еще вчера не существовавших компаний раздувалась. Сами компании старались набрать инвестиций как можно быстрее и как можно больше. Но делалось это только для того, чтобы вложить средства в маркетинг, увеличить узнаваемость бренда, снова привлечь средства и вновь направить их на рекламу, так 1999 году 39% венчурного капитала вливалось в интернет-компании. Подобная ситуация на рынке вылилась в «Пузырь доткомов», который образовалась к концу 90-х, его кульминацией стал март 2000 года, когда биржа высокотехнологичных компаний обвалилась за дневные торги в полтора раза.

Период с 2001 по 2007 г. - этап становления и планомерного развития как интернет-технологий, так и электронного бизнеса в целом по всему миру. Российские предприниматели торопились занять свое место в Сети и смело открывали новые магазины на собственные и привлеченные средства, чем и объясняются высокие темпы прироста интернет-магазинов в России в 2001 г. (19,91%) и 16,84% в среднем за 2001-2007 гг. Первых инвесторов привлекали колоссальные перспективы начинающих интернет-компаний. С этих пор российский рынок электронной коммерции начал расти активными темпами, достигая в некоторые годы прироста в несколько десятков процентов.

Наблюдая за подобной динамикой, можно сделать выводы, что сфера электронной коммерции терпит постоянные изменения. Это, безусловно, привносит определенный страх и неопределенность, но потенциальная выгода данная сферой – оправдывает риски. Грамотно выстроенные институты правового регулирования призваны внести определенность и упорядоченность в данный вид коммерческой деятельности.

**1.2 Электронный бизнес: понятие, виды, функции**

Весь электронный бизнес представляет собой огромный набор компаний различных направлений деятельности, которые перешли в цифровой формат и теперь работают в сети. Причисление компании к тому или иному виду электронного бизнеса определяется спецификой деятельности данной компании, а не используемой технологией. Со временем все больше компаний перейдут в электронный формат, даже если сегодня это кажется немыслимым. Технологии быстро совершенствуются, и благодаря им завтра станет возможным то, чего сегодня мы и представить не в состоянии.

Перечисленные ниже виды выбраны потому, что они доказали свою жизнеспособность в сети. Существуют и другие виды, но для того, чтобы достичь успеха, они должны взаимодействовать с выбранными.

1) Электронные аукционы. Организация и проведение аукционов в интернете кардинально изменяются. При проведении обычного аукциона какая-то часть людей собирается в аукционном зале и какой-то части разрешается участвовать в торгах по телефону. Интернет сделал аукцион более демократичным, позволив каждому, у кого есть доступ в глобальную Сеть, торговаться за любые выставляемые на торги предметы.

2) Электронные банки. Банковское дело в интернете — одно из самых процветающих электронных начинаний. Электронный банк позволяет клиентам получать доступ к их счетам и осуществлять различные финансовые операции с помощью простого в использовании Web-сайта. Более того, некоторые банки за онлайновые операции берут дешевле, чем за традиционные. Электронные банки экономят время и деньги индивидуальных клиентов и компаний.

3) Электронная коммерция. Магазин в сети не ограничен в пространстве и времени. Ассортимент товаров, которые предлагает магазин, также неограничен. Онлайновые розничные торговцы (иногда их называют электронными продавцами) также предлагают больше товаров, чем традиционные продавцы, а также более широкий комплекс услуг по каждому товару. В интернете книги, компакт-диски и билеты продаются лучше, чем в торговых заведениях, поскольку потребительскую ценность этих товаров составляет их содержание, а не оформление.

4) Электронные указатели. Указатели просто необходимы в поисках нужных товаров и услуг. Вся база данных находится в одном месте, обеспечивая централизованное функционирование, однако сведения может получить кто угодно в любое время в любой точке земного шара.

5) Электронные НИР и ОКР. За последние несколько лет резко изменился стиль проведения научно-исследовательских, опытно-конструкторских работ и особенно работ, связанных с созданием сложных программных систем.

Интернет изменила скорость разработки проекта. Она предоставила такую помощь, какую не в состоянии были обеспечить даже мощные компьютеры. Местонахождение специалистов больше не играет никакой роли. Любой, у кого есть подключение к сети, может принять участие в работе над проектом.

Отлично зарекомендовали себя открытые инженерные разработки и программные средства (проекты и программы, не связанные ограничениями на дальнейшую модификацию и распространение с сохранением информации о первичном авторстве и внесенных изменениях). Любой пользователь может принять участие в работе над ними и добавить что-то от себя. Любой может переделать программу для удовлетворения своих требований.

6) Электронное обучение. Электронное обучение, предлагает принципиально новый подход к подготовке специалистов. Можно встретить различные формы обучения по сети, которые могут варьироваться в зависимости от пожеланий студента или специфики курса. Это указывает нам на то, что процесс становится более индивидуальным, благодаря чему каждый усваивает материал в подходящем для себя темпе.

7) Электронный маркетинг. Традиционный маркетинг ориентируется на целевые группы и создает для них положительный имидж товара или компании. На смену ему приходит более динамическая модель, в которой продавец получает преимущество, если сумеет быстро подстроиться под индивидуальные потребности клиента.

Компании обычно производят то, что можно продать, будь то товар, услуга или информация, и в своих усилиях по продаже основываются на четырех ключевых компонентах маркетинга (цена, товар, продвижение и распространение). В сети торговля приобретает более стратегический характер. Если большинство компаний рассматривает свои товары исключительно как средство удовлетворения спроса [8], то сетевое пространство заставляет их видеть в качестве товара весь цикл продаж (освоение рынка, создание спроса, удовлетворение спроса, обслуживание клиента, удержание потребителя). В тактической модели все эти стадии цикла продаж — нечто вроде неизбежного приложения, добавляемого до и после продажи. В стратегической модели, напротив, это важнейшие составные части, из которых составляется коммерческое послание. Поскольку маркетинг традиционно имеет прямые связи с потребителем, поступающая в реальном времени от потребителя информация способна передаваться в специализированный отдел компании, который в реальном же времени реагировал бы на все быстрее меняющийся спрос.

Можно подытожить то, что интернет меняет традиционную модель продажи, тактическую по своей природе. Товары, стратегии, цены — все зависит от потребностей клиентов. Все аспекты деятельности компаний ориентированы на потребителя. Запросы клиента напрямую влияют на дизайн товаров, маркетинговые стратегии, ценообразование.

**1.3 Плюсы и минусы электронного бизнеса**

Электронный бизнес представляет собой монолитный термин, охватывающий различные бизнес-процессы, которые направлены на интеграцию производителей или торговцев с потребителями и поставщиками чрез интернет, а посему ожидаемо, что он может иметь как позитивные, так и негативные проявления.

Основным преимуществом послужит именно экономическая глобализация, что является большим преимуществом ведения бизнеса в интернете. Фирма, вовлечённая в электронный бизнес может иметь присутствие по всей территории страны или по всему миру. IBM была одной из первых компаний, которая стала использовать термин «интернет-бизнес» для обслуживания клиентов и сотрудничества с бизнес-партнерами со всего мира, а позже этот путь повторил каждый ИТ-гигант, как Amazon или Google.

Так же достоинством электронной коммерции послужит, экономически эффективные маркетинговые и рекламные акции. Например, рекламные технологии, такие как «Pay-per-click» реклама, когда рекламодатель платит лишь за рекламу, которая фактически просматривается. Партнерский маркетинг – где клиенты направляются на бизнес-портал благодаря усилиям партнера, который, в свою очередь, получает компенсацию за свои усилия. Партнерский маркетинг помогает бизнесу и филиалам. Фирмы сумели использовать экономически эффективные онлайн стратегии рекламы в своих интересах.

Немаловажным оказалась возможность, предоставлять лучший сервис для клиентов. Посещая сайт, клиента встречает всплывающее окно чата. Легко доступный сервис для клиентов может помочь в стимулировании клиента разузнать побольше о товаре или услуге. Кроме того, оплата может быть произведена онлайн, и продукция может быть отгружена заказчику без того, что бы клиент выходил из дома.

Вышеперечисленное является составными частями сокращение операционных издержек в целом. Натура онлайн-бизнеса такова, что, затраты, понесенные по каждой сделке [6], могут быть максимально минимизированы, так как здесь нет посредников. Электронный-бизнес, по сути, является независимым от затрат, которые были понесены из-за бизнеса, имеющего физическую суть. Коммунальные услуги и другие затраты, являются управляемыми. Он также позволяет сокращать затраты на найм персонала и поддерживать конкурентный стимул.

Обратной стороной послужат такие сопутствующие недостатки электронного предпринимательства, как отраслевые ограничения и вопросы безопасности.

Первым значимым недостатком электронного бизнеса является отсутствие роста в некоторых секторах из-за продукта или сектора ограничений. Например, потребители не смотрят на продовольственные товары в интернете, так как они предпочитают сходить в супермаркет, чтоб купить необходимые продукты, когда в этом возникает нужда.

Второй ключевой недостаток – это безопасность, как материальных ценностей, так и данных. Мошенничество, издержки в следствии технических причин, непредумышленные утечки данных и злонамеренные взломы – порождают множество рисков для интернет-пользователей. По мере развития технологий, также растет и количество угроз в сети. На данный момент выделяют три основные группы угроз электронной коммерции: вирусы и вредоносные программы, хакерские атаки и мошенничество с использованием различных средств передачи.

Главной целью написания вирусов и вредоносных программ служит временная остановка или полное отключение аппаратных и программных возможностей объекта атаки, а также получение конфиденциальных сведений о субъекте, будь то физическое или юридическое лицо.

Чаще всего для борьбы с вирусами используют специальные антивирусные программы, причем эффективны наиболее свежие и обновленные версии, потому что вирусописатели постоянно находят недостатки в антивирусных программах и создают вирусы, нацеленные именно на эти недоработки. Разработчики, в свою очередь, пытаются своевременно предотвратить угрозу, постоянно усовершенствуя антивирусные программы.

Хакерские атаки обычно направлены на взлом программного обеспечения и сетевых ресурсов. Взламывается абсолютно все: сайты Интернет-магазинов, сайты государственных учреждений и многое другое. Хакерские атаки очень часто бывают связаны с вирусами и вредоносными программами. Неоднократно в своей деятельности хакеры используют богатые возможности вредоносных программ, которые дают еще большую эффективность при проведении противоправных действий.

Абсолютной защиты от хакеров, как и от вирусов, нет и быть не может. Это связано с тем, что полностью все недостатки в программном обеспечении предотвратить невозможно, а сами хакеры постоянно ищут новые уязвимости, а когда находят – производят атаку.

На сегодняшний день так же растет количество различных видов мошенничества. Выделяют пять основных видов мошенничества, связанные с несовершенством платежных систем, использованием номеров кредитных карт, копий легальных сайтов, фиктивных торговых площадок, инвестициями и возможностью заработать. В данных случаях рекомендуются простые методы защиты от мошенничества – это воспитание и осведомлённость самих пользователей.

Если ответственность отдельных лиц и организаций, а также соблюдение законов, защищающих потребителя от возможного мошенничества продавцов, обеспечивают гарантию и сохранение тайны проведения любой коммерческой операции, то обеспечить конфиденциальность, целостность, аутентификацию и авторизацию коммерческих операций можно только при помощи технических средств.

**2 Особенности правового регулирование электронного бизнеса**

**2.1 Проблемы правового регулирования электронного бизнеса в России**

Законодательство в сфере правового регулирования электронного бизнеса в России еще не совершенно, однако, на данном этапе, уже позволяет вести предпринимательскую деятельность, как внутри страны, так и на международном рынке. В связи с проблемой правового регулирования Интернета возникает вопрос, является ли Интернет сферой, которую необходимо регулировать нормами права, допустимо ли вмешательство государства в отношения, возникающие в связи с использованием Интернета, а также каково должно быть соотношение общеобязательных правовых норм и саморегулирующих норм сетевого сообщества.

Один из самых значимых законов в области торговли – это закон «О защите прав потребителей», который распространяется и на сетевое пространство. Если покупатель Интернет – магазина в момент приобретения находится в России (независимо от своего гражданства), то он всегда может обратиться к статьям этого закона. Если продавец зарегистрирован в качестве юридического лица в России [5], то сделка находится полностью под юрисдикцией законодательства Российской Федерации. Если фирма – продавец иностранная, то вопрос правого регулирования становится несколько сложнее. Встает также и вопрос идентификации фирмы в Интернете. Ведь сервер магазина может находиться в одной стране, собственно компания – в другой стране, доставка товара осуществляться из третьей и тому подобное. Добросовестные участники электронной коммерции постараются разместить как можно полную информацию о себе: адреса, регистрационные номера, номер лицензии и так далее в этом роде.

Говоря о российском законодательстве, следует отметить, что Гражданский кодекс не утверждает, что сделка обязательно должна быть оформлена на бумаге. Можно сослаться на статью 160 пункт 1 [2] и убедится в этом. Договор о составлении сделки должен быть составлен, иначе сделка не имеет юридической силы. Следующий же пункт прямо указывает, что использование электронно-цифровой подписи допускается. Помимо этого, 13 декабря 2001 года - принят Государственной Думой Российской Федерации Федеральный закон "Об электронной цифровой подписи". Он предусматривает правовые условия для использования электронной цифровой подписи в электронных документах - условия, при которых электронная цифровая подпись в электронном документе признается равнозначной собственноручной подписи в документе на бумажном носителе.

В статье 434 Гражданский кодекс Российской федерации гласит, что договор может быть заключен не только путем составления документа с подписями сторон, но также и путем обмена документами посредством средства связи – телефона, телетайпа, через почту или электронным способом [3]. Причем помимо письменных сделок существуют сделки, для которых вообще не нужен договор в любом виде – достаточно устного соглашения. Так может происходить, скажем, покупка каких-либо файлов – информации или программ. Покупатель производит платеж удобным способом и получает возможность скачать файлы из Интернета. С конкретными законами в этом случае все просто: помещение на web–странице информации о товаре рассматривается как предложение заключить договор, а к самим договорам следует применять правила продажи товаров по образцам. В Гражданском кодексе это статья 494.

Необходимо отметить также, что правила использования технологий электронных коммуникаций в законодательстве Российской Федерации изложены в наиболее общем виде. Кроме того, законодательно не определена единая система доказательств, принимаемых и применяемых в судебной практике при рассмотрении споров.

Помимо этого, нужны также разъяснительные документы по сертификации криптографических средств связи. Сейчас их сертификация осуществляется в нескольких местах (ФАПСИ, Гостехкомиссия и т.д.), что создает определенные трудности.

В России экспертно-координационным советом при Комитете по экономической политике и предпринимательству Государственной Думы рабочей группой по электронной коммерции в сентябре 2000 года был принят проект программы "Организационно-правовые стандарты электронной коммерции", который обрастал новыми правками в 2007, 2014 и 2017 годах.

В последнее время в связи с реализацией коммерческой деятельности и совершением сделок в сети Интернет, стоит отметить, одной из практически значимых стала проблема применения в сети налогового и таможенного законодательств. Помимо этого, существует задача выстраивать налогообложение электронной торговли на основе общепринятых международных стандартов, чтобы избежать несоответствия национальных налоговых правил и двойного налогообложения.

Из анализа вышеперечисленного можно сделать выводы, что в России система правового регулирования электронного бизнеса пока полностью не сложилась, но она будет формироваться в процессе создания взаимосвязанной системы норм на международном и национальном уровнях. При этом необходимо идти по пути заключения многосторонних договоров, фиксирующих цели и принципы функционирования глобальных компьютерных сетей, финансирование и технические параметры их развития на базе существующих средств коммуникаций. В разработке вопросов совершенствования гражданско-правового законодательства целесообразно привлекать компании, занятые бизнесом в сети Интернет, и организации, которые обеспечивают работу самой сети в целом. Для России сегодня важно не отставать от тех процессов, которые происходят в области электронного бизнеса при формировании соответствующего международного законодательства и более тесно интеграции в мировую экономику.

**2.2 Анализ правового регулирования электронного бизнеса в зарубежных странах**

Мировая стандартизация сферы электронной коммерции началась, в 1997 году с появлением стандарта - OBI (Open Buying on the Internet). В стандарте декларируются принципы, которым должно соответствовать программное обеспечение для Электронной Коммерции, поддерживающее открытые Интернет-стандарты. А также разработаны Резолюцией Генеральной Ассамблеи ООН был принят разработанный Комиссией ООН по праву международной торговли Типовой закон "Об электронной торговле". Данный документ носит рамочный, рекомендательный характер, и предназначен в первую очередь для использования государствами как основа для разработки национального законодательства.

Следующий шаг был сделан мае 1998 года на Женевской конференции министров стран-членов ВТО принята Декларация о глобальной электронной коммерции. В ней содержится поручение Генеральному совету ВТО разработать программу по изучению всех торговых аспектов электронной коммерции, закреплена договоренность стран-членов ВТО продолжать сложившуюся практику необложения электронных торговых операций таможенными пошлинами.

А 13 декабря 1999 года - принята Директива Европейского союза о правовых основах использования электронных подписей. Таким образом, в Европейский Союз сделал предварительные шаги к формированию рамочных правил для развития электронной коммерции.

8 июня 2000 г. вступила в силу Директива Европейского Союза № 2000/31/EC о некоторых правовых аспектах услуг информационного общества, в частности электронной коммерции, на внутреннем рынке. Спустя двадцать лет после его принятия в учреждениях ЕС ведутся широкие дискуссии о том, как пересмотреть эту директиву в ожидании Закона о цифровых услугах.

Участники ООН разработали проект международной Конвенции "Об электронных сделках". Основной задачей разрабатываемой Конвенции является выработка единых и обязательных правил, определяющих порядок заключения электронных сделок и их исполнения. Принятие данной Конвенции позволило бы перевести отношения в сфере международной электронной торговли на качественно иной - более высокий уровень развития, предоставило бы участникам международных отношений юридические гарантии судебной защиты их прав. Проект Конвенции, предложенный США устанавливает основные принципы, которым должны следовать государства при регулировании отношений связанных с электронной торговлей. Это, прежде всего устранения противоречий внутри национальный правил в сфере электронной коммерции и провозглашения принцип "технологической нейтрализации" правовых норм, определяющих порядок определения подлинности электронных документов, т.е. методы электронного подтверждения подлинности документа не должны строго привязываться к существующим технологическим решениям. Также важной задачей перед международным правом стоит создания режима наибольшего благоприятствования в странах участниках Конвенции в отношении всех сторон электронного договора с целью устранения препятствий для совершения электронных сделок, недопущения каких-либо форм дискриминации, предоставление участникам равных прав на судебную защиту. Проект Конвенции устанавливает юридическое признание электронных документов, их доказательственную силу, определяет порядок составления и условия действительности электронных договоров.

Наряду с международным правом активно развивается и национальное законодательство. Особенно преуспели в этом деле Соединенные Штаты Америки, где уже сейчас принято 12 федеральных законов, регулирующих отношения в сфере Интернет. Они затрагивают вопросы интеллектуальной собственности, вопросы налогообложения и регламентируют порядок использования технических средств для коммерческой деятельности.

Однако главное место по значимости имеет «Раздел 230», который сыграл огромную роль в формирование правовых границ между сетевым миром и реальным, а также роль в становление крупнейших ИТ-компаний. Важность «Раздел 230 Закона о телекоммуникациях США 1996 года», по сути в том, что он снимает ответственность с платформ и провайдеров за действия пользователей. По этой причине американские компании смогли получить монопольное положение на интернет-рынке, так как не были скованны громоздкими ограничениями для публичных платформ, имеющие место быть в странах Европы и Тихоокеанского региона. Раздел 230 является положением закона об этике в сфере коммуникаций, его авторами были сенатор Рон Уайден (штат Орегон) и член палаты представителей Крис Кокс. Они разработали раздел 230, чтобы владельцы веб-сайтов могли модерировать сайты, не беспокоясь о юридической ответственности.

В нем говорится, что компании, предоставляющие платформы для онлайн-форумов (имеются ввиду социальные сети, форумы, мессенджеры, чаты, блоги), не могут считаться издателями всех постов, публикуемых на этих форумах. Следовательно, компании, предоставляющие платформы для форумов, не должны нести ответственность за то, что другие предпочитают размещать на них, даже если размещаемый контент — незаконный.

Основная часть раздела 230 звучит так: "Ни провайдер, ни пользователь интерактивного компьютерного сервиса не считаются издателем или носителем какой-либо информации, предоставленной другим провайдером информационного контента" [10]. В разделе 230 также говорится, что "интерактивная компьютерная служба" не может рассматриваться как издатель или распространитель стороннего контента. Это защищает веб-сайты от судебных исков, если пользователь публикует что-то незаконное, хотя есть исключения для пиратских материалов и материалов, связанных с проституцией.

**2.3 Перспектива развития правового регулирования электронного бизнеса в РФ и зарубежных странах**

В деле развития электронной коммерции в России – одним из острых вопросов является конфликт между национальным законодательством и функционированием международных платежных систем на территории России. Так, например, проблемы могут быть связаны с законом «О цифровых финансовых активах», который вступил в силу с 1 января 2021 года. Он вводит понятие цифровой валюты и запрещает ее использование в качестве средства платежа на территории России [9]. В целом данный нормативный правовой акт имеет достаточно обширный предмет регулирования и охватывает не только национальную платежную систему карт «МИР», но и вообще любой перевод денежных средств электронным способом. В своем потенциале закон может быть одним из фундаментальных в данной сфере, однако он требует доработки.

Для проработки этого вопроса можно предусмотреть ряд действий. Можно ввести в Федеральный закон «О национальной платежной системе» главу под названием «Требования к вводу в эксплуатацию и функционированию программ для ЭВМ в сфере электронных платежей», которая бы регулировала предлагаемые нововведения, которые состоят в следующем: каждая кредитная организация, собирающаяся ввести новое программное обеспечение либо интернет-сайт, которые предоставят пользователям возможность осуществлять электронные платежи (речь идет как об интернет-банкинге, так и об электронных денежных средствах), должна будет это программное обеспечение (интернет-сайт) зарегистрировать в Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций [4].

Также, можно рассмотреть возможность, в Федеральный закон «О национальной платежной системе» внести изменения в статью 1, добавив в предмет регулирования закона интернет-банкинг, так как в нынешней редакции регулирование данной сферы этим законом подразумевается, но не называется в тексте первой статьи. Необходимо также добавить понятие программы ЭВМ в сфере электронных платежей, сформулировав его следующим образом: программа ЭВМ – электронное средство платежа, представляющее собой совокупность данных и команд, позволяющих функционировать ЭВМ в целях осуществления перевода электронных денежных средств (электронных платежей).

Надлежащая реализация подобных инициатив способно не только сделать взаимодействие между государственными институтами и сферой электронной коммерцией более тесной, но и даст новые инструменты сфере борьбы с сетевыми аферистами. Однако данный вариант не лишен серьезных недостатков:

Первый из них – это высокая дополнительная нагрузка на государственные органы в целом и работников Роскомнадзора в частности.

Второй недостаток – это тот факт, что скорее всего ни один государственный орган не обладает набором необходимых кадровых специалистов, чтобы качественно оценивать безопасность программного кода, а также применяемые в программном обеспечении методы шифрования.

Таким образом, для реализации подобной идеи, вероятнее всего, необходимо будет вносить изменения во внутреннюю структуру Роскомнадзора и подбирать новых высокооплачиваемых специалистов в сфере информационных технологий.

Для внесения данных изменений возможно предусмотреть такие меры в главе 2 Федерального закона «О национальной платежной системе». Представляется целесообразным просто внести дополнительную статью касательно таких ограничений, чтобы не нагромождать уже существующие. При этом следует отметить, что аналогичные требования должны касаться и электронных денежных средств [1].

В целом в России существует необходимая база для функционирования и развития электронной коммерции. Её совершенствование и развитие будет расти по мере оптимизации общего уровня правовых институтов в России и развития качества связей между субъектами экономики. В ближайшей перспективе идет расчет на то, что будет сделан дополнительный шаг к переходу на более автоматизированный электронный документооборот, который будет стимулом для получения электронных подписей среди граждан и посодействует, как цифровизации экономики, так и качеству функционированию государственных служб.

Что касается международного и зарубежного законотворчество, можно для начала выделить следующие актуальные цели и принципы правового регулирования этой сферы на уровне Европейского Союза, которые существуют на сегодняшний день:

1) реализация принципов внутреннего рынка в части обеспечения свободы движения услуг информационного общества. Для европейского сообществ, крайне важно добиться взаимоинтеграции национальных экономик, для чего нужна согласованность действий на уровне национальных правительств;

2) обеспечение уважения прав и основных свобод человека в условиях применения новых средств связи, включая свободу слова, право на получение информации, право на неприкосновенность частной жизни. Законодательство в сфере свободы высказывания в сети – становится крайне горячей темы в современных западных странах;

3) решение важнейших задач, стоящих сегодня перед Союзом, таких как увеличение занятости населения путем создания рабочих мест в «новой экономике», инновационное развитие малого и среднего бизнеса, рост инвестиций в научные исследования, а вследствие и развитие законодательство в сфере налогообложения сетевого предпринимательства;

4) установление правовой определенности в электронной торговле, при соблюдении баланса прав потребителей, производителей и общественно важных интересов.

Законопроектные работы в Европейском Союзе по разработке базового нормативного акта в области электронной торговли были начаты еще в 1996 году. Общий принцип, закрепленный в Директиве, гласит, что государства-члены не вправе ограничивать осуществление услуг информационного общества, происходящих или адресованных за национальную границу [7], но в пределах Европейского Союза. При этом в законодательство вводится принцип ответственности государства происхождения услуги. Действие Директивы об электронной торговле распространяется на услуги, предоставляемые поставщиками с территории Европейского Союза, и не применимо к услугам, предоставляемым с территории третьих стран.

Важнейшим в этой связи оказывается вопрос определения государства, с территории которого оказывается услуга. Директива исходит из сложившегося в практике Суда ЕС понимания места учреждения поставщика услуги как места действительного осуществления экономической деятельности.

Исключением из принципа свободы предоставления услуг информационного общества является традиционный перечень вопросов общественного порядка, государственной безопасности, здравоохранения и охраны нравственности. Ограничение свободы электронных сообщений требует применения принципа пропорциональности, развитого в праве Европейского Союза.

Для США же актуальными спорами становятся политические дискуссии вокруг Раздела 230. Закон особенно важен для социальных сетей, но он распространяется на многие другие сайты и сервисы. Однако данное положение становится все более спорным и часто неверно толкуемым. Критики утверждают, что его "широкая" защита позволяет влиятельным компаниям игнорировать реальный вред, наносимый пользователям.

В свете недавнего политического кризиса, связанного с выборами 46 президента США, критику действующего законодательства можно услышать от политиков обеих правящих партий [11]. Однако инициативные правительственные группы отмечают, что при реформировании данного раздела мы должны учитывать тот факт, что интернет-компании во многом полагаются на пользовательский контент, а также они создали много тысяч рабочих мест.

Пока неясно, как текущая администрация Белого Дома планирует решить проблемы, связанные с разделом 230, но заявления ведущих политиков дают некоторое представление о том, что может произойти в будущем. Считается, решать проблему монопольной власти в технологической отрасли должны Конгресс и Федеральная торговая комиссия, а также пересмотра статуса публичной-площадки или издательства для ведущих компаний Биг-Тека.

Подобная картина происходящего дает нам возможность сделать выводы, что государственное регулирование электронного бизнеса затрагивает не только технические аспекты, но и вопросы этики. Актуальные вопросы правового регулирования – пытаются ответить на индивидуальные вызовы стран, развиваясь в контексте актуальной политической и экономической повестки. Однако, современные государства склоны рассматривать электронную коммерцию не просто, как рядовую отрасль национальной экономики, а как повышающий свою значимость массовый институт, охватывающий все большое количество аспектов жизни государства.

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Целью данной работы было рассмотрение особенностей правового регулирования в сфере электронного бизнеса, как в России, так и за рубежом. Рассмотрение его становления, его специфики и вызовов, с которыми оно сталкивается.

В данной курсовой работе были:

* изучена история развития правового регулирования электронного сектора экономики;
* исследована сущность электронного предпринимательства;
* изучены действующие правовые акт в России и за рубежом;
* определена перспектив по совершенствованию сетевого законодательства, как в России, так и в зарубежных странах.

Полученные выводы сообщают нам о том, что, не смотря на специфики национальных законодательств, они стремятся унифицироваться, так как интернет-бизнес находится в авангарде глобализации экономики. Однако, с развитием технологий, перед интернет сообществом появляются и новые вызовы с которыми, так или иначе, сталкиваются все государства. К ним можно отнести вопросы: защиты прав интеллектуальной собственности, регулирование международных транзакций, противостояние мошенничеству, определения поля деятельности, а также вопросы этики и свободы слова. Создание сбалансированных, гибких и прагматичных правовых актов – дают преимущество национальным экономикам занять ниши сетевого предпринимательства, а также в целом повысить качество институтов стран, сделав государственную бюрократию более автоматизированной, а производство и способы коммуникации – более глобальными и технологичными.

**СПИСОК** **ЛИТЕРАТУРЫ**

1. Бурлачков В. Файл-деньги: вероятность появления и последствия для денежно-кредитной политики // Экономист. – 2016 – № 11. – C. 14-18

2. ГК РФ Статья 160. Письменная форма сделки [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons\_doc\_LAW\_5142/95f9b a225766dcfec8461f257ed0b179d032c5b7/

3. ГК РФ Статья 434. Форма договора [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons\_doc\_LAW\_5142/08b8673b58e 230c76f61b3a81736d4b2fd9ea3d2/

4. Иванов В.Ю. Понятие электронной платежной системы в ракурсе нового законодательства // Рос. Юстиция. – 2016 – № 6. – C. 36-38

5. О защите прав потребителей [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons\_doc\_LAW\_305/

6. Рассолов И.М. Право и Интернет. Теоретические проблемы. – 2009 – [С. 40-46]

7. Савельев А.И. Электронная коммерция в России и за рубежом: правовое регулирование. – 2014 – [С. 88-101]

8. Соловяненко Н.А, Проблемы и направления правового регулирования Интернет-трейдинга. – 2016 – [С. 14-19]

9. Федеральный закон О цифровых финансовых активах, цифровой валюте и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons\_doc\_LAW\_358753/

10. Grossman Wendy M. The Twenty-Six Words that Created the Internet, book review: The biography of a law. – 2020 – [С. 228-231]

11. Valerie C. Liability for Content Hosts: An Overview of the Communication Decency Act's Section 230. – 2020 – [С. 107-122]