

Електронна търговия – същност и основни модели

1. Общ анализ.

Значимостта на обществените отношения, възникващи с появата на Интернет вече у никого не предизвикват съмнения, както и обективната необходимост от тяхното правно регулиране, спецификите на което се отразяват в нормите на интернет правото, които както беше отбелязано включват норми както на публичното, така и на частното право, тъй като в еднаква степен се отнасят до интересите на държавата и отделния индивид и освен това в много от случаите това са норми на международното частно право.

Общият социално – икономически контекст, в рамките на който се идентифицира изследваният проблем се характеризира с интензивно развитие на нови икономически реалности при изоставане на тяхното правно осмисляне и законодателно регулиране, а необходимост от правно регулиране в обществото възниква там и тогава, когато възникнат нови обществени отношения и връзки, които в съответствие със своята социална значимост изискват съответната степен на нормативна осигуреност. Отчитайки тези тенденции в много страни правителствата очертават основните насоки на своята дейност във връзка с изграждане на информационното общество.

Към настоящият момент голям дял от правните отношения, опосредствани от използването на новите информационни технологии са в сферата на организацията на търговската дейност като все по – голямо значение придобива електронната търговия. Това не е случайно, тъй като при липсата на нормативна установеност механизмите на саморегулация се възпроизвеждат най – адекватно в среда от договорен характер.

Договорното право се развива през вековете по пътя на саморегулацията, съдебните решения и законодателни реформи. В традиционните търговски отношения неурегулираните сектори се развиват по- бързо, като е необходимо да се отчете и факта, че такова развитие е възможно благодарение на натрупания опит, формиран от обичая на деловия оборот в продължение на продължителен период от време.

Договорното право е относително определено и предсказуемо и в този смисъл търговските решения могат да бъдат вземани в правна среда, която гарантира високо равнище на определеност. Това ниво на определеност е важно за компаниите да бъдат убедени, че сделките , които сключват ще имат обвързващ характер. Всеки опит сериозно да се измени законодателството намалява тази степен на определеност,

вносяйки допълнително рискове. Освен това прилагането на съществуващото право към електронната среда трябва да съхрани основополагащите принципи на осъществяване на търговска дейност.

Основният правен принцип в електронната търговия се състои в това, че страните не могат да поставят под съмнение законността и действителността на сделката само на основание на това, че тя е сключена с по електронен път.

Безусловното спазване на този принцип изключително на основата на специални споразумения между страните за използването на електронни средства при сключването на сделки не винаги е възможно, което често поражда специфични юридически сложности. В частност, отсъства определеност по въпроса за това дали всички положения на такова споразумение ще имат еднаква юридическа сила в случай на съдебни разбирателства, отчитайки, че в законодателството на различни страни е предвидено правото на страните по договора да оспорят законността на предадените едни или други съобщения с мотив, че в дадения случай се изисква писмен документ или документ заверен със собственоръчни подписи на страните.

В такъв смисъл чисто договорният подход към електронния обмен на данни, наред с такива преимущества като гъвкавост и разнообразие на възможните условия, не е в състояние изцяло да преодолее правните препятствия за използването на електронен обмен на данни.

Освен това, страните по такъв договор не могат ефективно да регулират правата, задълженията и отговорността на третите лица – посредници между автора и получателя на електронни съобщения. Посредникът, който не е страна по такова споразумение всъщност е важен участник в “ електронната сделка”.

Решаването на редица въпроси на правното регулиране на електронната търговия, е свързано с едно от ключовите понятия в тази сфера, “електронен обмен на данни,” което се възприема като предаване на унифицирани по установена схема данни между различни информационни системи посредством електронна връзка. Това е базово от юридическа гледна точка понятие. Електронната търговия в юридически смисъл има широко тълкуване и обхваща въпроси, възникващи във връзка с осъществяването на отношения от търговски характер, които включват (но не се ограничават с тях) следните сделки: покупко – продажба, факторинг, лизинг, инвестиционни договори, застраховане, банкови услуги и т. н.

Регулирането на електронната търговия може да представи и до известна степен практически същността на механизма на регулиране на интернет пространството

въобще и това е другата причина , която прави актуално разглеждането на правните въпроси свързани с този вид отношения.

Промяната на икономическите отношения в света след появата на Интернет и по-скоро след неговата комерсиализация изискват адекватна реакция за гарантиране на правата на участниците в електронния пазар. Едно от първите действия за осигуряване на нови правила за търговията в мрежата е приемането на закони , отговарящи в максимална степен на променената бизнес среда и съответстващи на специфичния начин за осъществяване на електронни сделки .

За да може да се изясни сложността на въпроса, е необходимо да се отбележи , че правното пространство, свързано с глобалната мрежа, трябва да се основава на обща или еднаква правова база , предопределена от универсалността на решаваните задачи, за да се изключи неравноправното положение на субектите в правоотношенията. Това правно състояние се детерминира от обективната необходимост – да се съдейства на търговията , развитието на инвестиционната дейност и свободното придвижване на гражданите. Оттук хармонизацията на законодателството се представя като едно от възможните средства за постигането на тази цел.

Системата от правни норми, регулиращи бизнеса, в това число и електронния бизнес е многостранна. Тук следва да отбележим нормите на интернет правото, което както както беше отбелязано образуват комплексен правен институт, включващ норми от различни правни отрасли.

Усиленото развитие на електронната търговия през последните години и декларираният от правителството на РБ принцип за приоритетно развитие на използването на информационните технологии, поставят въпроса за регулирането на тази сфера.

За нормалното функциониране и развитие на електронната търговия възниква необходимостта от нормативно определяне на механизма на сключване на сделки посредством използването на Интернет и легализация на използваните способи за електронен обмен на данни и електронни разплащания. Във връзка с това възниква необходимостта от :

- Признаване на юридическа сила на сделките, сключени в електронна форма;
- Създаване на нормативни условия за електронен документооборот, т. е. потвърждаване на автентичността и авторството на електронния документ посредством използването на електронни подписи;

- Определяне на правният режим на информацията , разпространявана посредством Интернет;
- Решаване на въпросите, свързани с информационната безопасност и др;

За последните години в резултат на работата на множество специалисти, международни организации е формиран общ подход към правните проблеми , свързани с използването на информационните технологии.

Този подход се основава на виждането за това , че е необходимо да се прилагат проверени с времето методи на познание, разглеждайки сферата на информационните технологии не като изведена от контекста на реалността, а като технически и технологичен комплекс, при използването на който се установяват напълно реални обществени отношения, системно свързани с общите социално – икономически и правни категории, като техният пренос в новата среда не трябва да се абсолютизира.

Нормативната база следва да се основава на детайлна разработка на въпросите за оптималното съотношение и рационално разпределение на ресурсите на развитие на на електронните и традиционни процедури.

Юридическите и техническите въпроси свързани с електронните сделки възникват на няколко равнища. На обикновеният въпрос за това може ли да бъде признато, че електронното съобщение има юридическа сила като писмено съобщение вече е даден отговор. Отделен е въпросът за това какви електронни техники ще се приемат в качеството на юридически еквивалент на ръкописният подпис.

Решаването на тези въпроси зависи до голяма степен от изискванията на съответната правна система .

Първите сериозни стъпки в тази посока правят международните организации с разработването на типови закони.

На 30 януари 1997г. с Резолюция на Генералната Асамблея на ООН е приет разработеният през 1996г. от Комисията на ООН по международно търговско законодателство (УНСИТРАЛ) Типов закон “За електронна търговия”. Това е първата стъпка в областта на развитието на международното право регулиращо сферата на електронната търговия. Даденият документ носи рамков и препоръчителен характер и е предназначен на първо място за използване от държавите като основа за разработване на националните законодателства.

В него са заложили правните основи на дейността в сферата на електронната търговия, дадени са определения на основни понятия като “електронен документ”, “ електронен подпис”, “ автор на електронен документ”, “ информационна система”,

призната е юридическата и доказателствена сила на документите в електронна форма, предявени са условията, към електронните подписи като средство за потвърждаване на автентичността и целостта на електронния документ, разграничени са етапите на сключване на електронен договор и т. н.

Наред с нормотворческата дейност на ООН, във формирането на международното право в областта на електронната търговия активно участие взема и ЕС.

През 1998г. е прието Предложение за Директива на Европейския парламент и Съвета на ЕС “ За някои аспекти на електронната търговия на вътрешния пазар”.

Основна задача на дадената Директива е гарантиране на условията за надлежно функциониране на международната електронна търговия между държавите – членки на ЕС. В сравнение Типовия закон на УНСИТРАЛ дадената Директива представлява достатъчно обширен документ, определящ насоките за правно регулиране на значителен кръг обществени отношения в сферата на електронната търговия. Освен общите положения документа съдържа комплекс от норми детайлно регулиращи отделни аспекти на електронната търговия. В частност е регламентирана дейността на доставчиците на информационни услуги, установени са правилата за отговорността на информационните посредници и условията при които органите на съответните национални съдебни власти могат да възлагат задължения по контрол и изискване на факти , указващи незаконен характер на дейността. Достатъчно детайлно е установен механизма на сключване на електронни договори, определени са изискванията, на които трябва да отговарят, установени са правила за определяне момента на сключване на договора.

Вторият , но не по- малко важен документ формиращ европейското право за електронна търговия е приетата през декември 1999г. Директива на ЕС за “ Правните аспекти на Обществото за използване на електронни подписи” . В документа се установяват изискванията по отношение на електронните подписи, определят се принципите за тяхното използване, регулирана е дейността на сертифициращите органи, определен е редът за предоставяне на сертификационни услуги.

Посочените законодателни актове като цяло отразяват изходното условие, че електронната търговия ще се развива, ако на частният сектор бъде разрешено да разработва решения, продиктувани от конкуренцията и пазарните механизми. Същевременно международните модели осъждат всяка интервенция на държавата, която може да ограничи развитието на пазара на услугите на електронните подписи.

В частност тези документи не възприемат системата, по която организациите, предоставящи услуги свързани с електронни подписи за електронна търговия да бъдат подчинени на лицензионен режим. Директивата на ЕС изрично препоръчва на държавите – членки да не приемат задължителното лицензиране. И не на последно място те подчертават принципа на “технологичната неутралност” на правните норми определящи редът за определяне на автентичността на електронните документи – националните закони не трябва да признават каквато и да е било технология за създаване на електронни подписи.

Международните модели оставят много въпроси. Технологичната неутралност не позволява да бъде обезпечена адекватно достоверността и затова много законодателства приемат по-регулативна система.

Оставащите неуредени въпроси следва да бъдат решавани или от съдебните, или от регулативни органи, или от саморегулиращи отраслови органи, които ще установяват стандарти.

2. Електронна търговия. Същност и основни модели.

Направеният общ анализ на насоките на създадените механизми на регулация на електронните сделки не може да бъде основателно интерпретиран без да бъде отделено внимание на същността на самото явление “електронна търговия”.

Първите примери за електронна търговия могат да се открият в банковите операции и процесите, получили името “телеграфни преводи”. В този процес купувачът упълномощава банката да извърши телеграфен превод на сметката в друга банка.

Такъв процес включва движение на парични средства извън страната и обикновено се използват от големи предприятия и други самостоятелни търговски организации. Телеграфните преводи се сменят от електронните средства за предаване на финансова информация.

Първоначално от възможностите на електронната търговия се ползват главно държавните органи, крупни финансови организации и предприятия. Затова движеща сила за формирането на електронната търговия стават компаниите емитенти на кредитни карти. Фирми като Visa International използват частни търговски мрежи за връзка за санкциониране и гарантиране чистотата на финансовите операции с кредитни карти.

В средата на 80-те години търговски оперативни информационни служби - такива като "CompuServ" и "Sors", разрешават на своите ползватели оперативно (в диалогов режим) да придобиват стоки и услуги, след което завеждат стойността на извършените сделки в своите месечни отчети, които често се разпращат посредством дебитни карти.

Глобалният пазар на електронната търговия се развива с бързи темпове и по оценки на компанията Форестър Рисърч през 2003г. нейният размер се оценява на 1.4 трилиона долара в САЩ. За същият период в Европа тя се оценява на 340 млрд долара, като годишното нарастване на обема е в пъти повече от предходни периоди.

Наред с посочената статистика, обаче последните проучвания относно развитието на електронната търговия, изграждат становището, че виртуалните пазари няма да изместят традиционните, въпреки че преодоляват различията в географското положение. / Stienfield & Klain./1999/.Local versus Global Electronic Commerce).

Все по-голяма подкрепа среща и мнението, че "хибридният подход" (комбинация между виртуален и физически контакт) дава най-големи предимства за успешното развитие на електронната търговия.

За продължаване развитието на електронната търговия и компаниите и потребителите следва да бъдат уверени, че действат в безопасна среда.

В страните с преходна икономика в това число и България електронната търговия се възприема като съществен елемент от структурната реформа на икономиката, административната реформа и успешната интеграция на страната в Европейската инфраструктура за електронна търговия, обявена в документа COM /97/157 на Комисията на Европейския съюз "Европейска инициатива за електронна търговия" и в Декларацията на Бонската министерска конференция.

Ако се говори за "електронна търговия" като понятие, то трябва да отбележим обстоятелството, че на този етап отсъства единно разбиране в теорията на правото.

Съществуват много и разнообразни определения на понятието "електронна търговия". Някои автори го определят като производство, реклама и обмен на стоки, осъществявани между юридически и физически лица, посредством комуникационни мрежи /Baillet F. Internet:le droit du cybercommerce. Strategies./

В този случай става дума за тясно разбиране на понятието електронна търговия. Типовият закон на УНСИТРАЛ, в чл. 1 указва, че терминът "търговия" следва да се тълкува широко, обхващайки всички отношения от търговски характер. Широко разпространение получи определението на електронната търговия като комплекс от

сделки, извършени посредством цифрови средства за връзка. Le commerce électronique: aspects juridiques sous la direction de Alain Bensoussan. P., 1998

В националната стратегия за електронна търговия, одобрена с Решение № 362 от 2000г. на МС на РБ е формулирано следното определение : “ Електронната търговия е непрекъснат процес на обработка и обмен на данни, чрез който се осъществява унифицирано и интегрирано информационно осигуряване на участниците в цялостната търговска транзакция, независимо от сферата на дейност , отрасъла, държавата и пр.” или това е всяка форма на търговска транзакция , при която участниците взаимодействат по електронен път, вместо чрез физически обмен или пряк физически контакт(дадено от Програмата ESPRIT на Европейската комисия).

За целите на настоящата работата ще използваме термина “електронна търговия” в широк смисъл като “икономически процес на обмяна на стоки и услуги с помощта на електронни средства за комуникация” /Operkent A. Global Economy & Electronic Commerce- London : Business School Press, 1999.-P.14/

На основата на това определение можем да обобщим , че електронната търговия включва обществени отношения, установени по повод обмена на стоки и услуги посредством “електронни средства за комуникация”

Такъв подход се съгласува и с мнението на експертите на Международната търговска организация(МТО), което се основава на виждането, че електронната търговия несъществува като нещо отделно. Всички сделки, извършвани по електронен път не притежават никакви други особености, освен тази, че се опосредстват от електронни средства за телекомуникация.

Икономически електронната търговия се разглежда като отделни сегменти (модели) , в зависимост от икономическите субекти, които участват в тях и формите на взаимодействие помежду им.

Най- популярни са двете системи за електронна търговия : сектор “бизнес-бизнес” (business –to- business, B2B) и сектор бизнес - потребител (business – to – consumer, B2C).

Секторът бизнес – бизнес представлява широк спектър от отношения на корпоративно ниво. С помощта на различни приети международни стандарти за електронен обмен на данни като EDIFACT (Electronic Data Interchange for Administration, Commerce and Transport) или EDINT (EDIFACT over Internet) , компаниите могат да осъществяват своята дейност , обменяйки електронни съобщения,

които имат юридическа сила. През 1997г. към вече съществуващите стандарти се прибавя още един – OBI (Open Buying on the Internet).

Някои автори акцентират вниманието на това , че секторът бизнес – бизнес е етап от еволюцията на електронната търговия, следващ развитието на сектора бизнес – потребител. Това става в следствие от изменението на формите на възприятие на принципите на съществуване на електронната търговия.

Същността на B2B моделите се състои в това ,че с развитието на Интернет се появява възможност за създаване на обединени информационни търговски мрежи вече не на равнището на отделни компании, а на макроравнище – отделни отрасли (така нар. вертикален бизнес – модел) или група еднородни компании (хоризонтален бизнес – модел).

При това самата реализация на на B2B системата може да бъде най – различна – започвайки от различни сайтове(предоставящи информация по специализирана тематика) и системи, обединяващи в единно цяло промишлени корпорации.

Най – важната предпоставка за успешно развитие на B2B системите, което ги отличава коренно от B2C е това, че по принцип те позволяват активно да се прилагат и развиват в страни като нашата, на сегашния етап на развитие на телекомуникациите.

За успешното развитие на B2C моделите е необходимо да има голямо число частни ползватели, формиращи достатъчен покупателски интерес. В такъв смисъл е необходимо не само развитие на съответстващата мрежа, но така също и наличие на развити платежни системи, наличие на изискуемо законодателно регулиране на този вид правни отношения. Пример за успешно развиваща се концепция B2C е сайтът Amazon.com (www.amazon.com).

В случая B2B – моделът е свързането към Интернет на ограничен и по- рано известен кръг от корпоративни ползватели , участващи в реализацията на конкретен проект. При това схемата не изисква създаване на допълнителни разчетни и транспортно – логически системи (за разлика от моделите B2C.).

Отношенията от първият вид предполагат дълготрайна връзка между страните на договорна основа, докато при B2C сделките са еднократни и не обвързват страните в бъдещи отношения. При тях като правило сделките се сключват онлайн, докато в сегмента B2B само 1/3 от сайтовете позволяват сключването на сделки по интернет, а останалите целят да предизвикат транзакции офлайн.(в-к Капитал, приложение КапиталNet, бр.9, март 2001г.)

В много B2B – модели ситуацията е различна , доколкото системите като правило се създават на принципа на тясна специализация и при строг подбор на потенциалния кръг от клиенти.(Виж Общи условия за участие в Първия български електронен пазар “ BUSINESS TO BUSINESS)” за машини и съоръжения www.b2b-bg.net.

В най – общ вид реализираните по настоящем бизнес – модели могат да бъдат разделени на следните:

- 1 . Вертикални;
2. Хоризонтални;
3. Смесени;
4. Инфраструктурни (включващи програмно обезпечаване за B2B);
5. Рекламни и маркетингови;

Най- интересните модели , реализиращи в чист вид преимуществата на моделът B2B, са вертикалните и хоризонталните. Останалите, по- скоро могат да се разглеждат като модификация на аналогичен бизнес в B2C за корпоративни ползватели.

Вертикалните модели действат в границите на избрани отрасли.

Една от най – показателните компании, прилагащи даденият модел е Healthon /WebM , която създава системата VHN (Virtual Healthcare Networks) , позволяващи безопасно да се обменя информация между несъвместими информационни системи в здравеопазването. Системата VHN поддържа широк диапазон операции, включващи въвеждането на регистри, проверка на автентичността, искане за лабораторни и диагностични тестове, попълване на клинична информация и др.

Като резултат системата свързва лечебни, фармацевтични и застрахователни компании и дава възможност за автоматизиране на процеса на обработка на документи .

В такъв смисъл вертикалните схеми позволяват да се решат специфични въпроси на конкретен отрасъл, в който е характерна взаимосвързаност между субектите – участници.

Вторият интересен модел, активно прилаган на практика е хоризонталния. Неговият смисъл е обединяване на група компании, принадлежащи към различни отрасли, но решаващи сходни задачи.

В качеството на пример може да се приведе съвместния проект CommerceOne (CMRC) и General Motors (GM) при участието на Cisco system , който се състои в прилагането на платформата BuySite за създаването на единна система, целяща да повиши ефективността на взаимодействието на GM с нейните филиали.

Често тези модели се прилагат в смесен вид, като например случая с компанията VerticalNet (VERT), управляващ четиридесет и седем търговски системи в четиридесет и седем отрасли, които обхващат целия спектър на делова активност, от продажбата на миешки препарати до нааучни изследвания и биотехнологии.

Изборът на конкретната бизнес – схема зависи от спектъра стоки, произвеждани от компанията, от покупателната способност на компаниите в определен отрасъл. Ако компанията произвежда много видове стоки, то следва да създаде sell- сайт, който ще използват ползвателите на нейната продукция.

Ако компанията има висока покупателна способност, тя създава buy – сайт. Този вариант се използва от компании като General Motors, Ford, Chrysler в САЩ. Използвайки възможностите на Интернет, тези компании способстват за ръст на ефективността на сделките.

Алтернатива за останалите участници на пазара са електронните търговски площадки. Компаниите могат да не произвеждат голям асортимент от стоки, но притежават достатъчно висока покупателна способност и стават участници във вертикален електронен пазар. Ефективността от използването на електронната площадка зависи от отрасъла и от вида производствена дейност, както и от силното фрагментиране на пазара, където по принцип няма доминиращи продавачи и ползватели.

Освен в класическите B2B и B2C, съществуват и други стратегии на електронен бизнес като като например C2C (customer- to- customer) – потребител – потребител. Това са интернет базираните търгове. Пример за подобни аукциони са eBay (www.ebay.com), Yahoo (www.yahoo.com), Okazion (www.okazion.bg).

Може да се посочи и друга концепция C2B (потребител – бизнес), като в случаят инициативата се поема от потребителите под формата на търсене на стоки и услуги в зададен от потребителя периметър. Пример за това е сайтът на Pricelin.com (www.pricelin.com)

Новите информационни отношения намират отражение и в специфичната схема “бизнес – държава” или “бизнес – правителство” (business- to – government, B2G), която стои в основата на концепцията за “електронно правителство”

В такъв смисъл, компаниите, желаещи да реализират конкретни стоки и услуги в Интернет, могат да използват различни схеми на водене на електронен бизнес в зависимост от спецификата на отрасъла, в който те работят. Те могат да съчетават различните модели на електронен бизнес и схеми на традиционна делова активност.

Заедно с това, могат да бъдат отделени общи проблеми на бизнеса, свързани с процесите на обмяна на стоки и услуги, а така също и специфични проблеми, характерни именно за обмяна на данни с използване на електронни средства за комуникация.

Редица официални документи, научни и публицистични работи, а така също и деловата практика позволява да се определят три основни проблема, оказващи влияние на развитието на електронната търговия, които са взаимозависими един от друг и не могат да бъдат разглеждани самостоятелно, а именно:

1. Социално – икономически – недостатъчен процент на потребителите, включени към глобалната мрежа;
2. Юридически въпроси- недостатъчна регулативна определеност на придаването на юридическа сила на действията, извършени с помощта на електронни средства за връзка;
3. Технически въпроси – гарантиране оперативността и безопасността на работата с информационните системи при осъществяване на електронна търговия.

Социално – икономическите и техническите особености до голяма степен са предпоставящи по отношение на юридическите. Това намира отражение както в развитието, така и в регулацията на електронната търговия . Както вече споменахме, повечето нормативни актове в тази област установяват и развиват конкретни технологични правила. От друга страна тази техническа специфика на проблема до голяма степен изисква нормативна определеност , с оглед сигурността и правните гаранции за гражданския електронен оборот.

В световната практика търговските трансакции се управляват от комплексна система от нормативни актове, установени от националните законодателства и инструментите на саморегулиране.

Утвърдената практика е непрекъснатият преход на утвърдилите се саморегулиращи инструменти в писани закони и правила. От друга страна държавното регулиране трябва да е интернационално координирано , тъй като прилагането на специфично национално законодателство ограничава възможностите на страната за участие в “единния глобален пазар”.

Независимо от начините и моделите на водене на електронна търговия обаче, при всички случаи нейното осъществяване се свежда до съвкупност от електронни сделки.

За практическите цели на настоящата работа е важно да се изясни какво представлява електронната сделка , отличава ли се тя принципино от традиционните гражданско – правни сделки.

Едва след отговора на този въпрос може да се отговори на въпросите свързани с правното регулиране на електронните сделки и на електронната търговия въобще.