

Юркевич Татьяна Ивановна,
доктор юридических наук (Dr.iur.),
доцент Балтийской Международной Академии,
присяжный адвокат Латвийской коллегии адвокатов

ЕВРОПЕЙСКИЙ ЕДИНЫЙ ЦИФРОВОЙ РЫНОК: ОСНОВНЫЕ АСПЕКТЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ

Развитие информационных технологий в современном обществе осуществляется стремительно и охватывает на сегодня безусловно многие сферы жизни и существования общества. Одной из таких сфер является ведение бизнеса и осуществление торговли. Коммерческий оборот в сфере международной торговли все активнее использует преимущества электронной коммуникации в самом широком смысле, что вызывает необходимость введения специального нормативно-правового регулирования. Одним из решений означенной необходимости явился представленный Европейской Комиссией проект по формированию Европейского Единого цифрового рынка (Digital Single Market, DSM), который станет основанием для внесения изменения в нормативные акты, регулирующие разные направления, среди которых: поддержка малого бизнеса, запрет на необоснованную гео-блокировку, защита авторских и смежных прав, а также вопросы кибербезопасности.

Интернет-пространство, или киберпространство, охватывает много аспектов и характеризуется своей многозначностью [1, р. 382]. Сегодня это прежде всего пространство для коммуникации, осуществляемой с помощью различных информационных каналов в самом широком смысле, где с помощью различных сервисов происходит и торговля (интернет-магазины, аукционы), и самовыражение лиц (творческие платформы), и даже реализация демократических механизмов (сервисы online-петиций, поддерживаемые государственными структурами) и многое другое.

Для коммерческих отношений и торговли в рамках Европейского Союза (далее – ЕС) базисом являются основные свободы, предусмо-

тренные Договором о функционировании Европейского союза и которые должны быть обеспечены в рамках внутреннего рынка Европейского союза без внутренних национальных границ [2, Art. 26 (2)]. Поэтому проект по формированию Единого Европейского цифрового рынка (Digital Single Market, DSM) направлен именно на соблюдение основных свобод перемещения лиц, товаров, услуг и капитала именно в интернетпространстве. Необходимость разработки и внедрения такого проекта обусловлена разными причинами, в том числе и юридического характера. Развитие широкого спектра возможностей в интернетпространстве имеет и «побочный» эффект, а именно наличие правонарушений в данной сфере, например, нарушение авторских и смежных прав, а также противоправное распространение персональных данных лиц. Возникновение правонарушений, совершаемых в интернетпространстве, требует от стран-участниц ЕС динамичной разработки и своевременного принятия регулирования, направленного одновременно и на поддержку бизнес-решений, использующих интернетпространство, и на предотвращение использования инноваций в противоправных целях. Внедрение DSM позитивно и в том, что вызовет необходимость постоянного усовершенствования инфраструктуры, отвечающей за сбор и обработку информации, используемой участниками рынка, например, единой статистической сети. В своей совокупности, внедрение цифровых технологий и развитие навыков работы с цифровой информацией только способствует открытости общества, экономических и политических институтов, соблюдению прав [3, р. 4]. Существуют и экономические преимущества для реализации проекта DSM, *цифровая экономика* обладает потенциалом создания роста, занятости, предоставляя возможности для инвестиций и инноваций, которые ведут к расширению рынков и увеличению предложений на товары и услуги [3, р. 4]. Открытие экономических границ в интернетпространстве поспособствует развитию экономики в странах Европы.

Реализация проекта потребует новаций нормативно-правовой базы ЕС, направленных в первую очередь на преодоление наиболее серьезных проблем осуществления торговли в рамках ЕС, среди которых Eurobarometer отмечает следующие: высокая стоимость

доставки товара от покупателя продавцу; большие затраты на решение трансграничных споров; высокая стоимость гарантийного обслуживания или возврата товара; взаимодействие с налоговой системой иностранного государства либо слишком затруднительно, либо слишком дорогостоящее; недостаточная защита данных; недостаточная защита для трансграничных платежей [4, р. 22]. Так, в отношении регулирования правоотношений, связанных с использованием в сделках цифрового контента, не существует специфичного правового регулирования ЕС, а предполагается применение национальных правовых норм. Однако регулирование в странах ЕС отличается, а иногда и попросту отсутствует. В сложившейся ситуации, между лицами, вступающими в договорные правоотношения допустимо применение выбранного сторонами правового регулирования [5, Art. 3 (1)], но в то же самое время при определении таких правоотношений как потребительских, возникает обязанность не допустить поражения потребителя в правах вследствие такого выбора применимого права [5, Art. 6 (2)]. Наличие или отсутствие поражения в правах определяется в соответствии с правовым регулированием, действующим на территории государства постоянного места жительства потребителя. При этом следует учитывать низкий уровень информированности потребителя о своем правовом положении и возможностях в странах ЕС [6, р. 44]. Итогом сказанного является следующее: если компания не хочет возникновения сложностей в трансграничных договорных отношениях, то она просто не предоставляет свои услуги или товары в страну, правовое регулирование которой не известно или представляется крайне сложным. Данная ситуация по своему смысловому содержанию является гео-блокировкой, что исследованием Eurobarometer указано как одна из наиболее серьёзных причин, препятствующих перемещению товаров, приобретаемых в пределах ЕС путем купли-продажи с помощью цифровых технологий. Проект по формированию DSM выступает за запрет необоснованной гео-блокировки. Гео-блокировка это, прежде всего, территориальное ограничение, которое представляет собой запрет на приобретение определённого товара или услуги у выбранного предприятия с помощью устройств, которые находятся на

территории определённого государства. Помимо уже указанного, причинами гео-блокировки могут являться: невозможность доставки товара силами поставщика в страну покупателя, а также определение ценообразования в реалиях каждого национального рынка, где разница цен может составлять от 0% до 53% на одну категорию товара в разных странах [7, р. 5-13]. Чаще гео-блокировка в online-магазинах производится автоматически посредством принудительной переадресации на версию страницы для определённой страны, либо невозможностью оформить заказ (неактивная ссылка, отсутствие страны потенциального покупателя в списке и т.д.), но может проявляться и в другой форме (отказ принять заказ на товар или услугу в переписке, отказ доставить товар в определённую страну ЕС).

Одним из предложений ЕК является рассмотрение самого феномена гео-блокировки не только со стороны коммерческого права, но также и со стороны конкурентного права (competition law), обязательственного права (contract law), прав потребителя (consumer rights) и коммерческой практики (commerce practice) [3, р. 25].

Решением открытия границ рынка в интернетпространстве автором представляется следующее: или «мягкое» ограничение гео-блокировки, которое выражается в том, что компании, осуществляющие коммерческую деятельность, связанную с продажей товаров с помощью цифровых технологий на территории стран ЕС, должны предоставлять доступ к ассортименту товаров пользователям любой другой страны ЕС, при этом сохраняя право на установления разных цен (в ограниченных рамках) для определённых регионов, либо регулировать объём доступа к товару и такой информации (например, посредством «программ лояльности»); или «жесткий» запрет гео-блокировки, которым можно обязать любого предпринимателя, ведущего коммерческую деятельность, связанную с продажей товаров с помощью цифровых технологий, всю территорию ЕС понимать как один регион, таким образом, обязывая его устанавливать единую цену на товар или услугу по всей территории ЕС без каких-либо территориальных или национальных оговорок.

Разрешая вопросы предотвращения гео-блокировки, внимание стоит уделить и кибербезопасности, которая выступает немаловаж-

ным фактором успешного внедрения и развития проекта 2013/40/EU Об атаках против информационных систем, замещающая рамочное Решение Совета 2005/222/JHA, и которая определила некоторые понятия, относимые к киберпреступлениям, например, такие как: неправомерный доступ к информационным системам; неправомерное вмешательство в системы; неправомерное вмешательство в данные; незаконный перехват данных. Также, расширен список инструментов, которые могут быть использованы для таких атак, определены рамки санкций, а также ответственность юридических лиц. Осенью 2017 года ожидается [8, Art. 17], что Комиссия оценит действие этого документа, и при необходимости предложит изменения. Вытекающая из кибербезопасности тема, которая также затрагивается проектом DSM – это защита персональных данных. Основным нормативным актом ЕС, который оговаривает защиту данных, является Директива 95/46/ЕС о защите лиц в связи с обработкой и свободным перемещением их личных данных. Но в настоящее время идет работа над созданием проекта Генерального Регламента о защите данных (General Data Protection Regulation) [3, p. 46].

Формирование единого цифрового рынка в пределах ЕС, представляется нам позитивным изменением, которое с одной стороны, является велением времени и сложившихся в обществе видов взаимоотношений, а с другой стороны, развитием и усовершенствованием правопорядка в ЕС. Видится, что реализация проекта Единого цифрового рынка может стать хорошим акселератором экономики, поскольку проект поможет малым предприятиям, осваивающим интернет пространство (в частности, электронную торговлю) найти для себя потребителя и вести коммерческую деятельность на международном уровне. Расширение не только рынка потребителей, но и числа компаний, предоставляющих товары и услуги, будет способствовать не только количественным, но и качественным изменениям, приглашая тем самым предпринимателей совершенствовать уровень ведения бизнеса.

Литература:

1. Strate Lance. The varieties of cyberspace: Problems in definition and delimitation. Western Journal of Communication Vol. 63, Issue 3, 1999.

2. Consolidated version of the Treaty of the functioning of the European Union. Official Journal of the European Union, C 326/47 (26/10/2012).
3. A Digital Single Market Strategy for Europe – Analysis and Evidence. European Commission staff working document. Available at: http://ec.europa.eu/priorities/digital-single-market/index_en.htm.
4. Companies engaged in online activities. Eurobarometer report #413 (Published: May 2015). Available at: http://open-data.europa.eu/en/data/dataset/S2058_413_ENG.
5. Regulation (EC) 593/2008 of the European Parliament and of the Council of 17 June 2008 on the law applicable to contractual obligations. European Parliament and Council Regulation. Official Journal of the European Union, L 177/6 (04/07/2008).
6. Consumer attitudes towards cross-border trade and consumer protection. Eurobarometer report #397 (Published: September 2015). Available at: http://open-data.europa.eu/en/data/dataset/S2031_397_ENG.
7. Duch-Brown Néstor, Martens Bertin. Consumer Benefits from the EU Digital Single Market: Evidence from Household Appliances Markets. Joint Research Centre Technical Report, 2014.
8. Directive 2013/40/EU of the European Parliament and of the Council of 12 August 2013 on attacks against information systems and replacing Council Framework Decision 2005/222/JHA. European Parliament and Council Directive. Official Journal of the European Union L 218/8 (14/08/2013).