

Ревенко Николай Сергеевич — ведущий научный сотрудник Института исследований международных экономических отношений Финансового университета при Правительстве РФ, кандидат политических наук.

УДК 339.92

Одним из важнейших условий изменения рыночной среды является влияние научно-технического прогресса на модификацию товарного ассортимента, организацию форм и методов торговли. Исследования Европейской комиссии (ЕК) ситуации в сфере торговли товарами и услугами через Интернет выявили наличие существенных проблем, тормозящих развитие промышленности, внедрение инноваций и дальнейшую евроинтеграцию. Для исправления ситуации ЕК предложила облегчить доступ потребителей и бизнеса к товарам и услугам через Интернет в пределах всего Евросоюза. Этот блок вопросов является одним из трех, предусмотренных Стратегией единого цифрового рынка (ЕЦР) для Европы.

Поставленная задача решается через разработку правил ведения трансграничной торговли через Интернет для ее облегчения, обеспечение более эффективной и доступной по цене доставки посылок, прекращение неоправданного блокирования доступа к товарам и услугам по географическому принципу, улучшение доступа к цифровому контенту с одновременным совершенствованием нормативно-правовой базы защиты авторских прав; сокращение нагрузки на бизнес, связанной с уплатой НДС. Предложенные Еврокомиссией меры должны быть реализованы в 2015–2016 гг.

Ключевые слова

Единый цифровой рынок, электронная торговля, трансграничная торговля через Интернет, цифровой контент, авторское право.



Единый цифровой рынок ЕС:

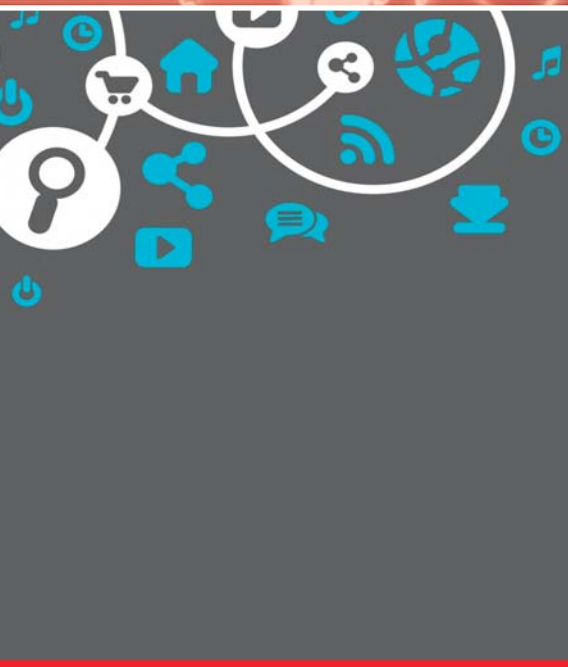
облегчение доступа к товарам и услугам через Интернет

Единым внутренним рынком Европейского союза как система взаимоотношений контрагентов по поводу реализации товаров и услуг в рамках интеграционной группировки является реальностью на протяжении многих лет. Являя собой вершину существующих в мире форм интеграции, единый внутренний рынок на практическом уровне претерпевает эволюционные изменения, связанные с трансформирующимися условиями и факторами конъюнктуры.

Одним из важнейших условий изменения рыночной среды можно считать влияние научно-технического прогресса на модификацию товарного ассортимента, организацию форм и методов торговли, особенности взаимодействия хозяйствующих субъектов. При этом «<...> наиболее активно используют

достижения научно-технического прогресса <...> развитые страны. Это является важнейшей предпосылкой удержания ими высоких конкурентных позиций в мировом хозяйстве и извлечения максимальной выгоды от международного разделения труда» [1, с. 331–332]. Соответственно, такие изменения влекут за собой формирование новых стратегических подходов к регулированию рыночной среды внутри Евросоюза. Тем более что не все сферы хозяйственной деятельности в ЕС характеризуются высокой степенью унификации «правил игры».

Проанализировав ситуацию в сфере электронной торговли, в Европейской комиссии (ЕК) выявили наличие существенных проблем. В их числе сложности с заключением трансграничных сделок с использованием Интернета, в результате чего лишь 16%



жителей ЕС приобретают товары и услуги за границей (в том числе 7,3% — в других странах Евросоюза и 8,7% — за пределами ЕС) [2, с. 21]. Лишь 7% малых и средних предприятий осуществляют трансграничные сделки [3, с. 2]. Кроме того, имеется значительное отставание от Соединенных Штатов: доля электронной торговли в секторе розничной торговли в ЕС составляет 7,2%, в то время как в США — 11,6% [4].

Такое положение дел, считают в ЕК, тормозит развитие промышленности и дальнейшую евроинтеграцию в целом и негативно отражается на жизненном уровне граждан. Исправить положение могло бы облегчение доступа потребителей и бизнеса к товарам и услугам через Интернет в пределах всего Евросоюза. Именно эта задача поставлена в качестве первой в Стратегии единого цифрового рынка для Европы [5], опубликованной 6 мая 2015 г. Двумя другими предусмотренными стратегией задачами являются создание благоприятных условий для развития цифровых сетей и услуг и содействие максимальному росту потенциала европейской цифровой экономики.

Меры по облегчению онлайн-доступа к товарам и услугам, предложенные Европейской комиссией

Решение поставленной задачи, по мнению Еврокомиссии, должно идти по нескольким направлениям.

Первым из них является облегчение трансграничной торговли через Интернет и разработка в этих целях правил ее ведения, которые пользовались бы доверием у потребителей и бизнеса.

К 2015 г. в ЕС уже был гармонизирован ряд требований к электронным продажам, в частности по объему информации, которую продавцы обязаны предоставить потребителям до заключения контракта, и правилам отказа от сделки в случае изменения намерений. Однако многие разделы контрактного права, такие как размер возмещения ущерба при поставке товара, не соответствующего условиям контракта, в ЕС почти не гармонизированы, а по вопросу защиты прав потребителя в случае выявления брака купленного через Интернет медийного контента (например, фильмов) вообще не было никаких правил. Остаются еще различия в технических условиях, предъявляемых к товарам, которые действуют в странах — членах ЕС, и в правилах маркировки товаров. Часто покупатели и малый бизнес избегают совершать операции через Интернет также по причине сложности и неясности применяемых правил, которые к тому же могут различаться в разных странах-членах.

Чтобы исправить ситуацию, ЕК предложила гармонизировать правила заключения контрактов и защиты потребителей независимо от того, поставляется физический товар или его электронный вариант (например, книга в печатном или электрон-

ном виде). Необходимо внести изменения в нормативную базу, чтобы гармонизировать основные права и обязанности участников интернет-торговли физическими товарами (в частности, в отношении невыполнения обязательств и сроков права на предъявление претензий), а также разработать руководство относительно того, какой суд должен рассматривать дела по интернет-сделкам и законодательством какой страны он должен при этом руководствоваться.

Еще одной проблемой является стоимость судебного разбирательства в разных странах Евросоюза. Около 21% компаний, участвующих в трансграничных торговых операциях, полагают, что эта проблема является одной из наиболее острых, особенно для небольших фирм с числом сотрудников до девяти [6, с. 16]. В целом, по оценке экспертов, чтобы соответствовать требованиям другой страны — члена ЕС, компания в среднем тратит 9 тыс. евро [3, с. 3].

Необходимо также добиться более быстрого и последовательного выполнения правил электронной торговли. В связи с этим ЕК обещала представить свои предложения о внесении изменений в Регламент о сотрудничестве в области защиты прав потребителей [7] с целью уточнения и расширения полномочий компетентных органов и улучшения координации их деятельности. Кроме того, ЕК планирует создать общеевропейскую платформу разрешения споров.

Другим направлением работы, которое, по мнению ЕК, позволит активизировать интернет-продажи, является более эффективная и доступная по цене почтовая доставка.

В настоящее время продавцы и покупатели жалуются на высокую стоимость доставки посылок и бандеролей, недостаточ-

ный уровень взаимодействия между почтовыми службами разных стран и наличие неудобств для потребителей почтовых услуг. Так, стоимость трансграничной доставки посылок порой почти в пять раз превышает стоимость аналогичной услуги местных почтовых служб [8]. 62% компаний, которые пока не работают через Интернет, считают это одной из главных проблем, мешающих электронной торговле [5, с. 5].

Несмотря на это, объем поставок товаров, заказанных через Интернет, продолжает расти. В 2015 г. по сравнению с 2011 г. он увеличился на 5,7%, а в 2014 г. оценивался на уровне 42,8 млрд евро. При этом 85% доставок приходилось на товары, заказанные на местном рынке [6, с. 17].

Почтовые службы стран ЕС осуществляют отдельные меры саморегулирования, но в основном они направлены на повышение качества обслуживания и улучшение координации работы в целях отслеживания прохождения товара и сокращения сроков доставки и не касаются уровня цен.

В «Зеленой книге» [9] и «Дорожной карте завершения создания единого рынка доставки посылок» [10] ЕК признала наличие проблем, в том числе чрезмерную стоимость доставки небольших бандеролей и отсутствие должного уровня предоставляемых услуг. Дорожной картой намечен ряд мер, направленных на устранение недостатков. Еврокомиссия обещала дать оценку этим мерам, продолжить их мониторинг, повысить прозрачность цен и улучшить контроль за осуществлением трансграничных поставок.

В качестве следующей меры в рамках первого блока ЕК предложила *прекратить неоправданное блокирование по географическому принципу*. Под таким блокированием понимается отказ в досту-

пе покупателям, сделавшим заказ на сайте в других государствах — членах ЕС, и перенаправление на сайты той же компании в стране нахождения покупателя, но уже с другими ценами и набором услуг. Порой применяется так называемая геолокационная практика, суть которой состоит в том, что потребителю предлагается приобрести товар или услугу на основе определения его местонахождения. В таком случае, например при аренде через Интернет автомашины в другой стране, он вынужден платить более высокую цену по сравнению с местными жителями.

По сути, блокирование по географическому принципу является инструментом, используемым компаниями для сегментации рынков; оно ведет к повышению уровня неудовлетворенности потребителей и фрагментации внутреннего рынка. Об этом, в частности, свидетельствует тот факт, что 74% жалоб, получаемых европейскими центрами защиты потребителей, касаются различий в ценах и других видов географической дискриминации в процессе трансграничных сделок через Всемирную паутину [5, с. 6].

Есть несколько причин того, почему компании прибегают к блокированию по географическому принципу. Оно может являться следствием картельного сгово-

ра конкурентов с целью раздела рынка или вертикальных соглашений (для распределения прав на территории). В то же время продавцы порой вынуждены вводить ограничения на поставку и устанавливать разные цены на свои товары и услуги, например, когда им необходимо выполнить конкретные юридические обязательства. Так, компании, предоставляющие доступ к играм онлайн за деньги, могут ограничивать доступ к сайту или определенному контенту, если это запрещено законами о рекламе и защите несовершеннолетних страны нахождения потребителя. Кроме того, ограничения на трансграничную продажу товаров и услуг в конкретных странах могут устанавливаться производителями товаров путем включения соответствующих статей в действующие контракты.

Компания может также принять решение воздержаться от трансграничных сделок из-за противоречий между положениями контракта и законодательством страны проживания потребителя. Часто компании не продают свои товары и услуги за рубежом из-за высоких накладных расходов и стоимости доставки при разовых сделках.

В то же время в большинстве случаев блокирование по географическому принципу является



Часто компании не продают свои товары и услуги за рубеж из-за высоких накладных расходов и стоимости доставки при разовых сделках.

неоправданным. Еврокомиссия взяла на себя обязательство подготовить и внести законодательные предложения для прекращения такого блокирования, в том числе в виде поправок в Директиву об электронной коммерции [11] и в правовые акты, упомянутые в ст. 20 Директивы об услугах на внутреннем рынке [12].

Следующим направлением создания ЕЦР является *улучшение доступа к цифровому контенту с одновременным совершенствованием нормативно-правовой базы защиты авторских прав*.

Цифровым контентом называется «множество информационно-развлекательных материалов, распространяемых в цифровом виде по каналам связи и предназначенных для использования на цифровых устройствах, таких как компьютеры, мобильные терминалы, специализированные устройства» [13]. По жанрам цифровой контент представлен видео- и аудиофайлами, играмми, текстом.

В 2013 г. мировой рынок цифрового контента оценивался в 106 млрд долл. По сравнению с 2012 г. его рост составил 12%, и при ежегодном приросте в размере 11% объем продаж на этом рынке в 2016 г. может достичь 144 млрд долл. [13]. Лидирующие позиции здесь занимают США (27% мирового рынка в 2013 г.) и Япония (14%). Из стран Евросоюза самым крупным рынком цифрового контента является Великобритания (4%) [13].

На аудиовизуальном рынке тоже лидируют США (68,8% в 2013 г.).

Евросоюз здесь занимает второе место (15,4%), третье — Япония (11,8%) [14, с. 2].

Основными препятствиями к трансграничному распространению цифрового контента являются недостаточная развитость сетей высокой пропускной способности и наличие большого числа защищенных авторскими правами цифровых материалов, особенно аудиовизуальных программ, которыми граждане не могут пользоваться в других странах. Так, в настоящее время из-за рубежа, в зависимости от страны, можно получить доступ лишь к 3,6–9% фильмов по запросу [6, с. 27].

Такие ограничения во многих случаях объясняются территориальным действием авторского права и сложностями получения разрешения на использование авторских прав. Кроме того, отсутствие доступа к контенту может являться следствием контрактных ограничений между правообладателями и продавцами. Наконец, иногда это может быть связано с ролью, которую страны играют в финансировании отдельных видов аудиовизуальных работ.

С проблемой доступа к защищенному авторским правом цифровому контенту сталкиваются также научные работники. Например, при копировании текста и пакетов данных для анализа могут возникнуть сложности из-за неясности правового механизма или различий в подходах в различных странах. В связи с этим ЕК взяла на себя обязательство изучить вопрос, в частности в контексте

более широкого использования исследователями и учебными заведениями материала, защищенного авторским правом.

В целях увеличения инвестиций в инновационные проекты центральным элементом политики является создание эффективной системы контроля за соблюдением гражданско-правовых актов, которая предотвращала бы нарушение авторских прав в промышленных масштабах. В уточнении нуждаются также правила деятельности посредников в Интернете применительно к произведениям, защищенным авторским правом.

В целом, полагают в Еврокомиссии, необходим гармонизированный в рамках ЕС режим авторских прав, который стимулировал бы создание новых произведений, не препятствуя при этом трансграничной передаче и потреблению контента.

Последним направлением, предлагаемым Еврокомиссией, является *сокращение нагрузки, связанной с уплатой НДС*. В зависимости от страны ставка НДС в ЕС колеблется от 17 до 27% [6, с. 31]. Это одна из причин, вынуждающих поставщиков физических товаров при осуществлении трансграничных сделок регистрироваться и оплачивать НДС в каждом государстве. При этом они сталкиваются с необходимостью иметь дело с иностранными налоговыми службами, причем зачастую общаться приходится на иностранном языке.

Ситуация, однако, отличается применительно к поставщикам электронных услуг, оказываемых в других странах ЕС. До конца 2014 г. НДС на все услуги связи, теле- и радиовещания и другие виды электронных услуг оплачивался в стране нахождения поставщика. 1 января 2015 г. вступили в силу новые правила, в соответствии с которыми НДС на такие услуги

Устранение препятствий для осуществления трансграничной интернет-торговли является одной из задач, поставленных Еврокомиссией в рамках Стратегии единого цифрового рынка для Европы.

начисляется и оплачивается по правилам страны нахождения потребителя. Одновременно в целях сокращения расходов и административной нагрузки на бизнес была введена в действие система электронной регистрации и оплаты, работающая по принципу «одного окна». Теперь, вместо того чтобы декларировать и оплачивать НДС каждому государству-члену, предприниматели имеют возможность заполнить одну декларацию и оплатить налог в своем государстве через специально созданный портал.

Государства-члены достигли консенсуса по вопросу о том, что НДС должен оплачиваться в государстве, где произошло потребление товара или услуги, поскольку тем самым обеспечивается честная конкуренция между фирмами, работающими на местном рынке и из-за рубежа. Таким образом создаются единые правила для всех компаний, в результате чего исчезает стимул переносить их деятельность в другую страну с более низкой ставкой НДС. Наконец, это обеспечивает честное распределение доходов от налогов между государствами-членами, поскольку НДС взимается с товаров и услуг, потребленных их резидентами.

В мае 2014 г. экспертная группа Комиссии по налогообложению цифровой экономики в своем докладе предложила, чтобы ЕС применял принцип места по-

ребления для всех поставок товаров и услуг, а действие единой системы электронной регистрации и оплаты НДС было распространено на трансграничные сделки. Кроме того, было рекомендовано отменить исключения на импорт мелких партий товаров из третьих стран.

В связи с этим возникло две проблемы. Первая касается исключений на уплату НДС стартовыми, для которых в зависимости от страны порог налогообложения колеблется от 0 до 110 тыс. евро. Чтобы это не стало препятствием для торговли в рамках ЕЦР, нужно установить единый для всех порог применительно к трансграничным сделкам.

Другая проблема: принцип «одного окна» предполагает проведение аудита страной, где произошло потребление товара или услуги. Это может привести к проверке деятельности компании налоговыми службами разных государств-членов. Следствием такой практики могут стать рост административных расходов компаний, неуверенность в эффективности аудита и появление проблемы добровольного соблюдения правил ЕС фирмами из третьих стран. В связи с этим Экспертная группа рекомендовала ЕК рассмотреть принцип контроля своей страны, то есть выполнения поставщиком правил того государства-члена, где он учрежден.

ЕК обещала представить свои предложения, в том числе распространить механизм единой электронной регистрации и уплаты налога от продажи физических товаров через Интернет на все пространство ЕС и на товары, поступающие из третьих стран, ввести общий нижний порог освобождения от уплаты НДС, разрешить контроль за трансграничными сделками на национальном уровне, отменить исключения на уплату НДС при импорте небольших партий товара из третьих стран.

Практическая реализация предложенных мер

Планы Еврокомиссии предусматривают реализацию предложенных мер в 2015–2016 гг. В первый год реализации стратегии удалось достичь следующего.

В рамках подготовки предложений о внесении изменений в Директиву об электронной торговле ЕК провела общественное обсуждение проблемы блокирования по географическому принципу. Анализ полученных ответов свидетельствует о том, что 90% респондентов выступают против установления цен в зависимости от того, в какой



стране проживает потребитель. Компании, работающие в секторе электронной торговли, согласились с тем, что потребителям, живущим в разных странах, нельзя в принципе отказывать в приобретении товаров или услуг, доступных местным жителям. В то же время они выступили категорически против возложения на продавца обязанности продать или поставить продукт за пределы зоны ведения бизнеса [15].

ЕК также провела общественное обсуждение Директивы о спутниковом и кабельном вещании и внесла предложения о приведении европейского законодательства по авторским правам в соответствие с требованиями времени, в том числе законов о мобильности авторского права, предоставлении цифрового контента и продажах товаров через Интернет.

Для модернизации правил авторского права ЕК предлагает исходить из принципа местонахождения защищенного авторским правом товара, а также предусмотреть исключения из правил авторского права для целей исследования или обучения и выработать правила работы посредников в Интернете.

Предложения по вопросу предоставления цифрового контента предусматривают возможность для жителей ЕС, оплативших и получающих онлайн-услуги у себя дома (просмотр фильмов и спортивных соревнований, прослушивание музыкальных произведений, чтение цифровых книг, доступ к играм), продолжать получать их во время поездок в другую страну Евросоюза. В то же время сроки пребывания путешественника за границей в документе не зафиксированы. Контролировать выполнение этого положения, по мнению ЕК, должны государства-члены.

Кроме того, предложения включают такие изменения, как ответственность при выявлении брака, гарантийный срок, право на завершение контракта и использование персональных данных. Например, поставщик обязан прекратить использование персональных данных потребителя после получения им цифрового контента. В случае загрузки бракованного цифрового контента покупатель будет иметь право потребовать его замены или, если это невозможно или сделано недолжным образом, получить скидку или прекратить действие контракта и получить уплаченную сумму.

Гарантийный срок на приобретенные онлайн физические товары увеличивается с шести месяцев до двух лет. Кроме того, потребителям предоставляется право прекратить действие контракта или вернуть деньги в случае обнаружения любого брака, даже если продавец может отремонтировать или заменить товар. Аналогичные права предоставляются потребителям, купившим онлайн подержанные товары.

Продавцы в свою очередь теперь смогут заключать контракты по трансграничным сделкам на основе набора ключевых

правил. В результате им не придется больше нести издержки на адаптацию своих контрактов к требованиям государства нахождения покупателя.

ЕК провела также общественное обсуждение по вопросу трансграничной доставки посылок. Предварительный анализ полученных ответов подтвердил вывод Еврокомиссии о том, что высокая стоимость доставки сдерживает развитие трансграничной торговли. Потребители считают, что она должна быть сопоставима со стоимостью доставки, взимаемой местными почтовыми службами. Кроме того, они отметили сложности с отслеживанием посылки и отсутствие гибкости по датам и времени ее получения. По мнению почтовых служб, новые правила приведут лишь к росту цен [16].

В 2016 г. ЕК планирует выпустить новую редакцию Регламента о сотрудничестве в сфере защиты потребителей, создать общеевропейскую платформу урегулирования споров, продолжить работу по тематике доставки почтовых посылок, внести предложения о сокращении административной нагрузки на бизнес из-за существования разных режимов налогообложения на добавленную стоимость, внести изменения в перечень мер по обеспечению защиты авторских прав (с упором на нарушения в промышленных масштабах) и их трансграничное применение, предложить способы сокращения административной нагрузки на бизнес вследствие различных режимов НДС, разрешить осуществлять контроль на национальном уровне, отменить исключения на уплату НДС при импорте небольших партий товара из третьих стран.

Будет также продолжена начатая в 2015 г. работа по пересмотру Директивы о спутниковом и кабельном вещании.



Устранение препятствий для осуществления трансграничной интернет-торговли является одной из задач, поставленных Еврокомиссией в рамках Стратегии единого цифрового рынка для Европы. По мнению ЕК, тем самым будут созданы условия для развития промышленности и стимулирования экономики в целом в обстановке честной конкуренции, внедрения инноваций, облегчения заключения трансграничных сделок, расширения доступа населения к товарам и услугам [17, с. 14]. Хотя отдельные страны ЕС высказывают замечания в отношении предлагаемых Еврокомиссией мер, в целом государства-члены достигли консенсуса по вопросу о необходимости предлагаемых изменений. ■

ПЭС 16044 / 19.03.2016

Источники

- Клинов В.Г., Ревенко Л.С., Ружинская Т.И. Мировые товарные рынки и цены / Под ред. Л.С. Ревенко. М.: МГИМО-Университет, 2012. 500 с.
- Cardona M., Dutch-Brown N., Martens B. Consumer Perceptions of (Cross-border) e-Commerce in the EU Digital Single Market. Brussels, the Joint Research Center of the European Commission, 2015, 44 p. URL: http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2668597.
- Why we need a Digital Single Market: factsheet. Brussels, the European Commission, 2015, 3 p. URL: http://ec.europa.eu/priorities/sites/beta-political/files/dsm-factsheet_en.pdf.
- Commission proposes modern digital contract rules to simplify and promote access to digital content and online sales across the EU: Press Release of the European Commission. Brussels, the European Commission, 09.12.2015. URL: http://europa.eu/rapid/press-release_IP-15-6264_en.htm.
- A Digital Single Market Strategy for Europe: Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions. Brussels, the European Commission, 06.05.2015, COM(2015) 192 final, 20 p. URL: <http://ec.europa.eu/transparency/regdoc/rep/1/2015/EN/1-2015-192-EN-F1-1.PDF>.
- A Digital Single Market Strategy for Europe — Analysis and Evidence: Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions. Brussels, the European Commission, 06.05.2015, SWD(2015) 100 final, 111 p. URL: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?qid=1447773803386&uri=CELEX:52015SC0100>.
- Regulation (EC) No 2006/2004 of the European Parliament and of the Council of 27 October 2004 on cooperation between national authorities responsible for the enforcement of consumer protection laws (the Regulation on consumer protection cooperation). Brussels, the European Commission, 27.10.2004, 11 p. URL: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32004R2006&from=EN>.
- Econometric Study on Parcel List Prices. Brussels, Universite Saint-Louis Bruxelles, 2015, 47 p. URL: <http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/14647/attachments/1/translations/en/renditions/native>.
- An integrated Parcel Delivery Market for the Growth of e-Commerce in the EU: Green Paper. Brussels, the European Commission, 29.11.2012, COM(2012) 698 final, 28 p. URL: http://ec.europa.eu/internal_market/consultations/docs/2012/parcel-delivery/121129_green-paper-parcel-delivery_en.pdf.
- A Roadmap for Completing the Single Market for Parcel Delivery. Build Trust in Delivery Services and Encourage Online Sales. Brussels, the European Commission, 2013, COM(2013) 886 final, 16 p. URL: <http://ec.europa.eu/transparency/regdoc/rep/1/2013/EN/1-2013-886-EN-F1-1.Pdf>.
- Directive 2000/31/EC of the European Parliament and of the Council of 8 June 2000 on certain legal aspects of information society services, in particular electronic commerce, in the Internal Market (Directive on electronic commerce). Brussels, the European Commission, 08.06.2000, 16. URL: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32000L0031&from=EN>.
- Directive 2006/123/EC of the European Parliament and of the Council of 12 December 2006 on Services in the Internal Market. Brussels, 12.12.2006, 33 p. URL: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32006L0123&from=EN>.
- Рынок цифрового контента в России и мире, 2010–2016 гг. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.advertology.ru/article125840.htm>.
- Lange A. Trends of the European Audiovisual Market: Contribution to the Conference of the Italian Presidency in the Council of European Union, Audiovisual Market and Regulations: an Industry at the Crossroad. Rome, 23–24 October 2014, 28 p. URL: <http://www.obs.coe.int/documents/205595/506942/Trends+of+the+European+Market+-+Andr%C3%A9%20Lange+Presentation++Italian+EU+Presidency+Conference+2014.pdf/bbf430f6-ba6f-424b-9bee-e9eb8f642bb9>.
- First Brief Results of the Public Consultation on Geo-Blocking and Other Geographically Based Restrictions When Shopping and Accessing Information in the EU. Brussels, the European Commission, 27.01.2016. URL: <https://ec.europa.eu/digital-agenda/en/news/first-brief-results-public-consultation-geo-blocking-and-other-geographically-based>.
- Summary of Responses to the European Commission's 2015 Public Consultation on Cross-border Parcel Delivery. Brussels, the European Commission, 22.12.2015, 14 p. URL: <http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/14744/attachments/1/translations/en/renditions/native>.
- Ревенко Н.С. Европейский союз на пути к единому цифровому рынку // Мир новой экономики. 2016. № 2. С. 6–15.

EU Digital Single Market: Better Access to Online Goods and Services

Revenko Nikolay Sergeevich

*Financial University under the Government
of the Russian Federation*

Impact of the scientific-and-technological advance on the modification of commercial variety of goods and organization of forms and methods of trade is one of the most important conditions for the market environment change. The study of the situation in the field of trade in goods and services via the Internet made by the European Commission (the EC) revealed significant problems hampering the industrial development, innovation and further European integration.

To remedy the situation, the EC proposed to provide better access for consumers and businesses to online goods and services across Europe. This is one of three pillars envisaged by the Digital Single Market Strategy for Europe.

The task is carried out through developing rules of conducting cross-border e-commerce to make it easier, ensuring a more efficient and affordable parcel delivery, preventing unjustified geo-blocking of access to goods and services, providing better access to digital content with parallel improving European copyright framework, reducing VAT related burdens.

Measures proposed by the European Commission are to be implemented in 2015-2016.

Keywords

Digital Single Market, e-Commerce, cross-border online trade, digital content, copyright.

References

1. Klinov V.G., Revenko L.S., Ruzhinskaya T.I. *Mirovye tovarnye rynki i tseny* [World Commodity Markets and Prices]. Moscow, MGIMO-Universitet, 2012, 500 p.
2. Cardona M., Dutch-Brown N., Martens B. *Consumer Perceptions of (Cross-border) e-Commerce in the EU Digital Single Market*, Brussels, the Joint Research Center of the European Commission, 2015, 44 p., available at: http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2668597.
3. *Why we Need a Digital Single Market: Factsheet*, Brussels, the European Commission, 2015, 3 p., available at: http://ec.europa.eu/priorities/sites/beta-political/files/dsm-factsheet_en.pdf.
4. *Commission Proposes Modern Digital Contract Rules to Simplify and Promote Access to Digital Content and Online Sales Across the EU: Press Release of the European Commission*, Brussels, the European Commission, 2015, December, 9, available at: http://europa.eu/rapid/press-release_IP-15-6264_en.htm.
5. *A Digital Single Market Strategy for Europe: Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions*, Brussels, the European Commission, 2015, May, 6, COM(2015) 192 final, 20 p., available at: <http://ec.europa.eu/transparency/regdoc/rep/1/2015/EN/1-2015-192-EN-F1-1.PDF>.
6. *A Digital Single Market Strategy for Europe — Analysis and Evidence: Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions*, Brussels, the European Commission, 2015, May, 6, SWD(2015) 100 final, 111 p., available at: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?qid=1447773803386&uri=CELEX:52015SC0100>.
7. *Regulation (EC) No 2006/2004 of the European Parliament and of the Council of 27 October 2004 on Cooperation Between National Authorities Responsible for the Enforcement of Consumer Protection Laws (the Regulation on Consumer Protection Cooperation)*, Brussels, the European Commission, 2004, October, 27, 11 p., available at: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32004R2006&from=EN>.
8. *Econometric Study on Parcel List Prices*, Brussels, Universit Saint-Louis Bruxelles, 2015, 47 p., available at: <http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/14647/attachments/1/translations/en/renditions/native>.
9. *An Integrated Parcel Delivery Market for the Growth of e-Commerce in the EU: Green Paper*, Brussels, the European Commission, 2012, November, 29, COM(2012) 698 final, 28 p., available at: http://ec.europa.eu/internal_market/consultations/docs/2012/parcel-delivery/121129_green-paper-parcel-delivery_en.pdf.
10. *A Roadmap for Completing the Single Market for Parcel Delivery. Build Trust in Delivery Services and Encourage Online Sales*, Brussels, the European Commission, 2013, COM(2013) 886 final, 16 p., available at: <http://ec.europa.eu/transparency/regdoc/rep/1/2013/EN/1-2013-886-EN-F1-1.Pdf>.
11. *Directive 2000/31/EC of the European Parliament and of the Council of 8 June 2000 on Certain Legal Aspects of Information Society Services, in Particular Electronic Commerce, in the Internal Market (Directive on Electronic Commerce)*, Brussels, the European Commission, 2000, June, 8, 16 p., available at: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32000L0031&from=EN>.
12. *Directive 2006/123/EC of the European Parliament and of the Council of 12 December 2006 on Services in the Internal Market*, Brussels, 2006, December, 12, 33 p., available at: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32006L0123&from=EN>.
13. *Rynok tsifrovogo kontenta v Rossii i mire, 2010–2016 gg.* [The Digital Content's Market in Russia and the World, 2010–2016], available at: <http://www.advertology.ru/article125840.htm>.
14. Lange A. *Trends of the European Audiovisual Market: Contribution to the Conference of the Italian Presidency in the Council of European Union "Audiovisual Market and Regulations: an Industry at the Crossroad*, Rome, 2014, October, 23–24, 28 p., available at: <http://www.obs.coe.int/documents/205595/506942/Trends+of+the+European+Market+-+Andr%C3%A9%20Lange+Presentation+-+Italian+EU+Presidency+Conference+2014.pdf/bbf430f6-ba6f-424b-9bee-e9eb8f642bb9>.
15. *First Brief Results of the Public Consultation on Geo-Blocking and Other Geographically Based Restrictions When Shopping and Accessing Information in the EU*, Brussels, the European Commission, 2016, January, 27, available at: <https://ec.europa.eu/digital-agenda/en/news/first-brief-results-public-consultation-geo-blocking-and-other-geographically-based>.
16. *Summary of Responses to the European Commission's 2015 Public Consultation on Cross-border Parcel Delivery*, Brussels, the European Commission, 2015, December, 22, 14 p., available at: <http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/14744/attachments/1/translations/en/renditions/native>.
17. Revenko N.S. *Evropeyskiy soyuz na puti k edinomu tsifrovomu rynku* [The European Union on the Way to the Digital Single Market]. *Mir novoy ekonomiki*, 2016, no. 2, pp. 6–15.