

Электронная торговля и локализация данных: позиция развивающихся стран^{1, 2}

А. Мукхопадхьяй

Мукхопадхьяй Абхиджит – с.н.с. (направление «Экономика и рост»), исследовательская организация Observer Research Foundation; 20 Rouse Avenue, New Delhi, 110002, India; E-mail: a.mukhopadhyay@orfonline.org

Статья посвящена дискуссии по проблеме локализации данных. Автор рассматривает вопросы управления, хранения и владения данными наряду с позицией развивающихся стран в деле обеспечения сохранности данных и цифровой безопасности в условиях стремительной глобальной цифровизации. В данном контексте решением возникающих проблем может стать переход к политике локального хранения персональных данных.

Локализация данных может содействовать снижению цен на рынке данных наряду с внедрением технических инноваций. При наличии соответствующих правовых рамок защищенность пользовательских данных также возрастет. Кроме того, локализация данных в развивающихся странах может снизить опасность утечек данных и сопутствующих убытков.

Пандемия COVID-19 серьезно обострила существующие проблемы в сфере электронной торговли. В данных условиях наилучшей стратегией для развивающихся стран и стран с переходной экономикой является наращивание безопасности данных через переход к локализации данных.

Ключевые слова: электронная торговля; цифровая экономика; локализация данных; торговля; безопасность данных; пандемия COVID-19

Для цитирования: Мукхопадхьяй А. (2020) Электронная торговля и локализация данных: позиция развивающихся стран // Вестник международных организаций. Т. 15. № 3. С. 153–175 (на русском и английском языках). DOI: 10.17323/1996-7845-2020-03-06

Введение

Инструменты электронной торговли позволяют потребителям приобретать товары и услуги через Интернет без необходимости покидать дом или офис, увеличивая тем самым как доступность товаров, так и удовлетворенность потребителей. Продажи посредством интернет-ресурсов обеспечивают эффективное масштабирование бизнеса и привлекают покупателей на местном и зарубежных рынках, на которых в противном случае эти товары были бы недоступны. Сетевой бизнес, вероятно, не только потеснит некоторые традиционные виды розничной торговли, но и со временем охватит совершенно новые виды торговли и рынки. По некоторым оценкам, к 2030 г. электронная торговля обеспечит прирост общего объема международной торговли на

¹ Статья поступила в редакцию в августе 2020 г.

² Перевод статьи А. Mukhopadhyay “E-commerce Trade and Data Localization: A Developing Country Perspective” выполнен с согласия автора А.А. Игнатовым, м.н.с. Центра исследований международных институтов Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (РАНХиГС).

1,3–2,1 трлн долл. США, увеличив тем самым объем мировой торговли промышленными товарами на 6–10% [Fefer, 2019].

Пандемия COVID-19 создала новые предпосылки для роста электронной торговли. Локомотивом роста объемов электронной торговли стали онлайн-продажи товаров первой необходимости, продуктов питания и медикаментов, а также финансовые операции, осуществляемые посредством электронных площадок, которые росли по мере того как пораженные пандемией страны вводили значительные ограничения на экономическую и общественную деятельность.

Когда электронная торговля как явление только начинала формироваться, она рассматривалась как средство поддержки малого бизнеса, представители которого должны были получить возможность поиска новых потребителей и выхода на новые рынки. Тем не менее на практике эти ожидания во многом не оправдались. Растущий цифровой разрыв оказывает влияние и на глобальную электронную торговлю. Цифровой разрыв как внутри стран мира, так и между ними на фоне пандемии продолжил углубляться.

Проблематика локализации данных была и остается одним из основных вопросов цифрового мира. Технологически развитые страны и их гигантские ИТ-корпорации выступают против подобных практик. В защиту своей позиции они заявляют, что локализация данных станет новым барьером для торговли, однако реальной причиной является вероятный рост сопутствующих издержек.

До настоящего момента те страны, которые открывали доступ к своим рынкам крупным компаниям, получали в целом незначительные выгоды от роста цифровой торговли, в частности, в отношении технологического роста, занятости и создания добавленной стоимости. Кроме того, случаи утечек, допущенные этими корпорациями, свидетельствуют о проблемах с безопасностью и недостатках принятой модели управления и хранения данных. В отсутствие общепринятых норм локализации данных пострадавшие пользователи не получают никаких компенсаций. Утечки данных наносят серьезный ущерб безопасности личных и финансовых данных пользователей. Более того, на фоне частых утечек рядовые пользователи, как правило, не способны осознать их масштаб и влияние на безопасность их личной информации.

Вопросам обеспечения безопасности пользовательских данных и цифровой безопасности развивающихся стран, как правило, не уделяется достаточного внимания, так как ведущими игроками международной цифровой экосистемы являются США и Китай. В данной статье рассматриваются интересы развивающихся стран в вопросах локализации данных.

Проблема локализации данных изучается нами с учетом всех имеющихся точек зрения. Первая часть статьи посвящена эволюции цифровой торговли в новом тысячелетии. Далее описывается текущее состояние мировой цифровой торговли. Затем подробно рассматриваются вопросы управления данными, хранения и собственности наряду с проблематикой безопасности данных в развивающихся странах в условиях быстро меняющейся цифровой среды. В заключительном разделе мы приводим доводы в пользу локализации данных и делаем вывод о неизбежности скорых коренных изменений в цифровом мире, вызванных глобальным распространением эпидемии COVID-19.

Мировая электронная торговля

Считается, что положительные эффекты роста электронной торговли сказываются в первую очередь на деятельности вовлеченных компаний, на ценообразовании и производительности труда. Ожидается, что электронная торговля откроет новые возможности для предприятий в деле создания и совершенствования существующих цепочек

добавленной стоимости. Широкие возможности Интернета позволяют наращивать эффективность деятельности на каждом этапе процесса создания стоимости и качество управления в целом. Информационные и коммуникационные технологии (ИКТ) дают возможность компаниям привлекать больше ресурсов и осваивать новые рынки сбыта. Применение ИКТ также позволяет снизить издержки, связанные со сбором и обработкой информации о ценах и входных характеристиках разнообразных товаров и услуг. Кроме того, цифровые технологии позволяют предприятиям успешно внедрять и использовать технологии дистанционного обслуживания без значительных затрат. Таким образом, передача части производственных функций внешним подрядчикам, предлагающим свои услуги за меньшую стоимость, позволяет одновременно снижать стоимость производства и наращивать его эффективность [ECLAC, 2002].

На заре электронной торговли в конце 1990-х годов были весьма распространены ожидания относительно снижения стоимости торгуемых товаров. Тем не менее последующие эмпирические исследования пришли к неоднозначным выводам. Некоторые из ранних исследований показали, что в отдельных случаях стоимость товаров оказалась выше, чем в рамках традиционной модели сбыта. В то же время другие исследования продемонстрировали, что в США стоимость книг и CD-носителей снизилась в среднем на 10%. Также были представлены различные оценки эластичности стоимости в зависимости от спроса – некоторые исследователи оценивали ценовую эластичность как низкую, некоторые ожидали противоположного результата [Brynjolfsson, Smith, 2000; Degeratu et al., 2000; Goolsbee, 1998]. Это означает, что однозначный вывод о позитивном воздействии электронной торговли на цены и производительность был по меньшей мере преждевременным.

Еще в начале нового тысячелетия было очевидно, что глобальное распространение Интернета и связанных с ним технологий приведет к взрывному росту электронной торговли, особенно в формате «бизнес для бизнеса» (B2B). Также ожидалось, что возрастет трансграничная мобильность товаров, услуг, капитала, технологий и людей. Рост ожидался и в сегменте B2C-торговли («бизнес – клиент»), за счет чего в дальнейшем будет расти и общий объем электронной торговли [Kshetri, Dholakia, 2002].

Процветание международной торговли теми или иными товарами за счет развития электронных инструментов зависит от природы рассматриваемых продуктов. Мультимедийная продукция, например, фильмы, тексты, программное обеспечение и даже книги, может продаваться по всему миру, принося производителям значительные выгоды при сохранении достаточно низких цен для потребителей. Тем не менее всегда будут существовать отдельные наименования товаров, международная торговля которыми не приносит производителям и потребителям подобных выгод – к такому в основном относятся те виды продукции, в стоимость которых закладываются значительные расходы на транспортировку. Больше всего от перехода на инструменты электронной торговли выигрывают поставщики услуг. Многие виды услуг, ранее считавшиеся неторгуемыми, например, услуги, связанные с НИОКР, предоставлением вычислительных мощностей, управлением материально-техническими ресурсами, контролем качества, теперь свободно торгуются. Международная трансграничная торговля ранее неторгуемыми финансовыми, юридическими, телекоммуникационными услугами и программным обеспечением теперь осуществляется при помощи инструментов электронной торговли [ECLAC, 2002].

Следует учитывать, что все рассмотренные прогнозы были сделаны достаточно давно. Исследование, проведенное в конце 2000-х годов, показало, что в краткосрочной перспективе основными получателями создаваемых выгод в области торговли и занятости являются развитые страны, тогда как развивающиеся страны могут рассчи-

тывать на это только в долгосрочной перспективе. Несмотря на общий рост объемов международной электронной торговли, ожидается, что и в развитых, и в развивающихся странах будут параллельно идти процессы создания и сокращения рабочих мест [Terzi, 2011].

К 2019 г. основной характеристикой цифрового мира стал существенный разрыв между странами по уровню цифровой развитости. В наименее развитых странах только один из пяти человек имеет доступ в Интернет, в развитых странах этот показатель достигает четырех человек, что наглядно демонстрирует глубину цифрового разрыва. Экономическая география мировой цифровой экономики сконцентрирована вокруг одной развитой и одной развивающейся страны – США и Китая. На долю этих стран приходится 75% всех патентов в области технологий «блокчейн», 50% глобальных расходов на технологии «Интернета вещей» и более 75% мирового рынка облачных вычислений [UNCTAD, 2019].

Семьдесят крупнейших международных цифровых платформ, на долю которых приходится 90% рыночной капитализации, базируются в США и Китае. Доля европейских стран по этому показателю составляет 4%, Африка и Латинская Америка в сумме составляют менее 1%. Суммарный показатель рыночной капитализации семи цифровых «суперплатформ» (Microsoft, Apple, Amazon, Google, Facebook, Tencent, Alibaba) составляет порядка 2/3 объема всего рынка [Ibid.]. Таким образом, по сути, только две страны мира конкурируют между собой за первенство в сфере международной электронной торговли.

Суммарная рыночная стоимость цифровых платформ с капитализацией более 100 млн долл. достигла 7 млрд долл. США по итогам 2017 г. Этот показатель на 67% больше результата 2015 г. Несколько факторов объясняют стремительный рост цифровых гигантов. Во-первых, свою роль сыграл так называемый сетевой эффект (больше пользователей, больше производимой стоимости); во-вторых, возможности, которыми располагают эти платформы в сборе, управлении и анализе данных; в-третьих, диверсификация предоставляемых этими платформами услуг увеличивает издержки перехода на услуги альтернативных поставщиков. Важно отметить, что международные цифровые платформы активно поглощают более мелких поставщиков цифровых услуг, тем самым укрепляя собственные позиции. Покупка компанией Microsoft платформы LinkedIn, приобретение мессенджера WhatsApp и Instagram компанией Facebook позволили им увеличить свою долю рынка. Alphabet (холдинговая компания, владелец Google) и Microsoft также инвестировали в компании Motorola и Nokia, которые занимаются разработкой цифрового оборудования [Ibid.].

Подобные поглощения, как по учебнику, неизбежно ведут к консолидации рынка, возникновению монополий и олигополий. Иными словами, крупные компании в любой момент могут воспользоваться своими конкурентными преимуществами и выдвинуть с рынка потенциальных соперников. Например, Facebook может и дальше предоставлять услуги мессенджера WhatsApp на безвозмездной основе, в то же время собирая данные пользователей для дальнейшего использования с целью таргетирования рекламы на платформе Facebook (автор не утверждает, что Facebook действительно занимается чем-то подобным). Это обстоятельство уже само по себе подрывает возможности потенциальных приложений-конкурентов. В будущем, по мере вхождения цифровых компаний в область ритейла (чем в настоящий момент непосредственно занимается Facebook), преимущество владения данными пользователей может серьезно усложнить жизнь их потенциальным конкурентам по всему миру.

Несмотря на первоначальные оценки, развитие электронной торговли не привело к значительному повышению конкурентоспособности небольших компаний, а также

не принесло каких-либо существенных выгод развивающимся странам – по крайней мере к настоящему моменту. Углубляющийся разрыв между развитыми в цифровом отношении странами и отстающими может привести к еще большему росту глобального неравенства в случае, если не будет найден эффективный способ противодействия ему.

Вопреки расхожему мнению технологии сами по себе не могут выровнять ситуацию на рынке. Внедрение новых технологий со временем все равно приводит к возникновению монополий и олигополий, за исключением ситуации, когда государство целенаправленно вмешивается в рыночные процессы в интересах более равного распределения создаваемых технологиями выгод. Контроль над данными – ключ к созданию цифровых монополий и/или олигополий. Данные – «новая нефть» цифрового века. Тот, кто владеет данными потребителей или обладает доступом к частной информации, в итоге и займет место «царя горы» цифрового мира.

Таким образом, дискуссия вокруг локализации данных – это не просто следствие неких националистических настроений, присущих отдельным странам, но, скорее, неотъемлемый компонент более масштабной проблемы создания справедливого и равного международного цифрового рынка. Если не будут созданы соответствующие правовые механизмы контроля за данными, то могут возникнуть угрозы цифровой безопасности буквально каждого государства мира и их граждан.

Современная ситуация в мировой электронной торговле

Измерение объемов электронной торговли – нелегкая задача. Одним из факторов выступает недостаток данных. Все больше стран мира приступают к сбору необходимой информации, однако большинство из них все еще не публикуют данные в открытом доступе. В 2018 г. Конференция ООН по торговле и развитию (ЮНКТАД) внесла изменения в свою методологию и применила ее при составлении отчета за 2018 г.³

Согласно отчету ЮНКТАД (2020), в 2018 г. 1,45 млрд человек, то есть четверть населения Земли старше 15 лет, совершали покупки онлайн (рис. 1). По сравнению с показателем 2018 г. рост составил порядка 9%. Больше всего онлайн-покупок совершают в Китае – там число покупателей достигло 610 млн человек. Большинство покупателей приобретали продукцию местных производителей, однако количество трансграничных сделок также постепенно возрастает. В 2018 г. 310 млн человек приобретали продукцию за рубежом посредством онлайн площадок, что составляет примерно 1/5 всех онлайн-сделок. В 2016 г. доля трансграничных сделок составляла около 17% от всего объема совершенных операций, тогда как в 2018 г. этот показатель составил уже 23%.

Основным фактором роста объемов электронной торговли выступает рост B2B-продаж. В 2018 г. B2B- и B2C-сделки в сумме составляли порядка 26 трлн долл. США – больше, чем ВВП любой из стран мира. По сравнению с 2017 г. рост составил около 8%, а итоговый показатель – примерно 30% мирового ВВП. Наибольшая доля в мировой электронной торговле приходится на США, за ними следуют Китай и Япония (табл. 1). Объем B2B-сделок составил около 21 трлн долл. США, то есть около 83% от всего объема мировой электронной торговли, что наглядно подтверждает тезис о лидирующей роли B2B-сегмента.

В 2018 г. объем B2C-сделок составил 4,4 трлн долл. США, достигнув показателя роста в 16% по сравнению с 2017 г. США лидируют в сегменте B2B, а Китай – в сегменте

³ Из-за изменений в применяемой методологии и пересмотра данных по странам за 2017 г. оценки, приводимые в отчете ЮНКТАД за 2018 г., не в полной мере сопоставимы с более ранними данными.

В2С. Вторую и третью позиции занимают, соответственно, США и Великобритания. Необходимо отметить, что в Китае сегмент В2С превосходит по объему сегмент В2В. Иными словами, на внутреннем рынке Китая основными покупателями выступают не предприятия, а физические лица. Следовательно, будущий рост продаж в В2С-сегменте принесет экономике страны значительные выгоды.

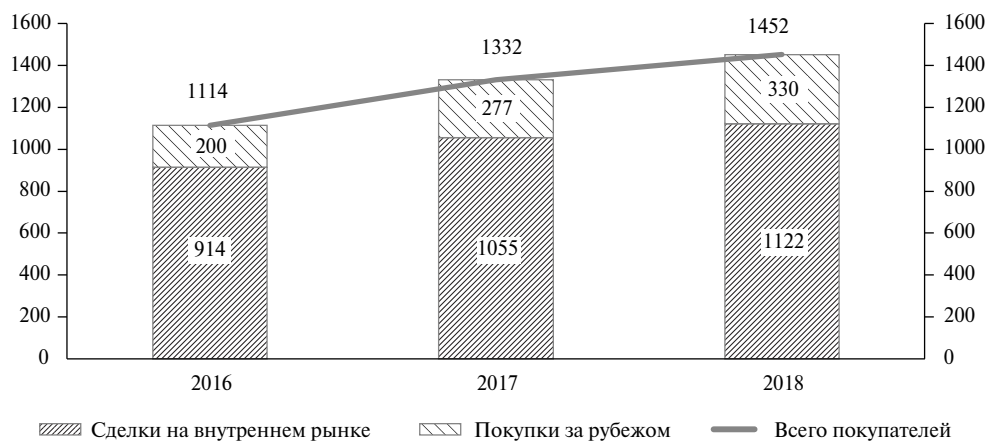


Рис. 1. Мировые показатели онлайн-покупок, 2016–2018 гг., млн

Источник: [UNCTAD, 2020].

Таблица 1. Топ-10 экономик мира по объемам электронной торговли, 2018 г.

Страна	Суммарный объем электронной торговли, млрд долл. США	Доля электронной торговли в ВВП, %	Онлайн-продажи В2В, млрд долл. США	Доля В2В-сделок в общем объеме электронной торговли, %	Онлайн-продажи В2С, млрд долл. США
США	8,640	42	7,542	87	1,098
Япония	3,280	66	3,117	95	163
Китай	2,304	17	943	41	1,361
Южная Корея	1,364	84	1,263	93	102
Великобритания	918	32	652	71	266
Франция	807	29	687	85	121
Германия	722	18	620	86	101
Италия	394	19	362	92	32
Австралия	348	24	326	94	21
Испания	333	23	261	78	72
Топ 10	19,110	35	15,772	83	3,338
Весь мир	25,648	30	21,258	83	4,390

Примечание. Серым выделены оценочные показатели ЮНКТАД.

Источник: [UNCTAD, 2020].

Глобальным трендом в развитии В2С является рост влияния развивающихся экономик и стран с переходной экономикой. На долю этой группы стран приходится около половины всего объема В2С-продаж 20 ведущих экономик. Доля США, однако, тоже значительна (табл. 2). Вовлеченность пользователей Интернета в электронную торговлю существенно различается даже среди стран-лидеров. В 2018 г. в Великобритании 87% пользователей Интернета совершали онлайн-покупки, в Таиланде и Индии эти показатели значительно ниже и составляют 14 и 11% соответственно.

Таблица 2. Онлайн-продажи В2С в двадцати ведущих экономиках, 2018 г.

Страна	Объем онлайн-продаж В2С, млрд долл. США	Доля В2С-продаж в ВВП, %	Пользователи Интернета, приобретающие товары онлайн, млн	Интернет-покупатели (доля от пользователей Интернета, %)
Китай	1,361	10,0	610	73
США	1,091	5,3	189	80
Великобритания	266	9,3	41	87
Япония	163	3,3	49	49
Франция	109	3,9	36	75
Южная Корея	102	6,3	27	60
Германия	101	2,6	54	82
Испания	72	5,1	21	62
Канада	44	2,6	24	84
Гонконг	38	10,4	2	38
Италия	32	1,6	18	47
Нидерланды	28	3,1	12	84
Таиланд	27	5,3	5	14
Мексика	26	2,1	24	33
Ирландия	22	5,7	2	70
Австралия	21	1,5	12	73
Россия	20	1,2	30	34
Малайзия	19	6,0	15	53
Индия	17	0,6	27	11
Бразилия	15	0,8	39	34
Топ-20	3,574	5,3	1,193	55

Примечание. Данные по отдельным экономикам приведены по результатам исследований предложения на рынке, включая экспортные поставки, но не включая трансграничные сделки. По отдельным экономикам данные приводятся с учетом результатов исследования спроса, включая трансграничные сделки (импорт), но без учета корпоративных продаж. Следовательно, приведенные данные не являются полностью сопоставимыми и должны быть интерпретированы с учетом данных особенностей.

Источник: [UNCTAD, 2020].

Более четкую картину в отношении расстановки сил в сфере электронной торговли дает анализ географического распределения 20 ведущих компаний в сфере В2С-продаж. Большинство рассматриваемых компаний находятся в Китае и США (табл. 3). Десять ведущих компаний обеспечивают порядка 2 трлн долл. США валовой торговой выручки⁴. В 2018 г. компания Alibaba превзошла по показателю валовой торговой выручки компанию Amazon – результаты составили 866 млрд долл. против 277 млрд долл. США соответственно. Тем не менее с точки зрения прибыльности Amazon и JD.com обходят Alibaba. Вероятно, основой стратегии Alibaba остается расширение рыночной доли за счет низких цен. Это предположение легко доказать при анализе нормы прибыли рассматриваемых компаний: показатели JD.com и Amazon составляют 27,6 и 21,4% соответственно, тогда как норма прибыли Alibaba всего 4,7%.

Таблица 3. Топ-10 компаний, осуществляющих В2С-продажи, 2018 г.

Компания	Страна	Отрасль	Выручка от В2С-продаж, млн долл. США	Валовая торговая выручка, млн долл. США	Норма прибыли, %
Alibaba	Китай	Электронная торговля	40,383	865,634	4,7
Amazon	США	Электронная торговля	59,372	277,000	21,4
JD.com	Китай	Электронная торговля	69,834	253,463	27,6
Expedia	США	Интернет-услуги и медиа	11,223	99,727	11,3
eBay	США	Электронная торговля	10,746	94,580	11,4
Booking Holdings	США	Интернет-услуги и медиа	14,527	92,731	15,7
Meituan Dianping	Китай	Интернет-услуги и медиа	9,589	77,933	12,7
Uber	США	Интернет-услуги и медиа	11,270	49,799	22,6
Shopify	Канада	Интернет-услуги и медиа	1,073	41,103	2,6
Rakuten	Япония	Электронная торговля	3,740	30,836	12,1
<i>Топ-10</i>			<i>232,028</i>	<i>1,882,806</i>	<i>12,3</i>

Примечание. Валовая торговая выручка = валовый объем товаров / стоимость, норма выручки = выручка от В2С-продаж в отношении к валовой торговой выручке.

Источник: [UNCTAD, 2020].

В 2018 г. объем трансграничных В2С-сделок составил 404 млрд долл. США, что почти на 7% выше показателя 2017 г. – при условии, что мы принимаем во внимание суммарный объем товарной торговли десяти крупнейших экономик (табл. 4). Средняя доля трансграничных продаж составляет около 10% объема всех В2С-продаж. Примечательным исключением является Гонконг, в случае которого этот показатель составляет около 94%, однако при этом большая часть осуществляемых в Гонконге В2С-продаж представляет собой реэкспорт товаров из континентального Китая.

⁴ Данный показатель представляет собой объем или стоимость всех проданных товаров за конкретный период времени посредством электронных торговых площадок. Этот показатель отражает динамику роста бизнеса.

Исключениями другого порядка являются Южная Корея и Нидерланды – их показатели трансграничной В2С-торговли находятся на достаточно низком уровне. Это означает, что в контексте указанных стран внутренние В2С-продажи имеют большее значение, чем международные.

Таблица 4. Онлайн-продажи В2С в десяти ведущих странах – экспортерах товаров

	Объем трансграничных онлайн-продаж В2С, млрд долл. США	Доля трансграничных онлайн-продаж В2С от всего товарного экспорта, %	Доля трансграничных В2С-продаж в суммарном объеме онлайн-продаж В2С, %
Китай	100	4,0	7,3
США	85	5,1	7,8
Великобритания	40	8,2	15,0
Гонконг	35	6,2	94,3
Япония	21	2,9	13,1
Германия	15	1,0	14,9
Франция	12	2,0	10,6
Италия	4	0,8	13,9
Южная Корея	3	0,5	3,2
Нидерланды	1	0,2	4,4
Топ-10	317	3,2	9,6
Весь мир	404	2,1	9,2

Источник: [UNCTAD, 2020].

Права собственности, управление и государственная политика в сфере цифровых данных

Международный бизнес собирал данные пользователей и раньше. Появление Интернета и последующее взрывное развитие социальных сетей и цифровых платформ коренным образом изменили характер пользовательских данных, в первую очередь скорость их накопления, которая сейчас невероятно высока. Чем больше становится гаджетов, услуг и устройств сбора данных в обществе, тем большими темпами накапливаются данные.

Поскольку вслед за растущей скоростью накопления данных меняются характер развития цифровой экономики и модели социального взаимодействия, сами данные становятся все более ценным ресурсом с точки зрения бизнеса и международной торговли. Не все данные представляют ценность, равно как и необработанная информация также привлекает мало внимания. Однако с учетом того, что цифровые данные теперь могут использоваться, храниться, перемещаться и обрабатываться в любой точке мира с высокой скоростью и минимальными издержками, в будущем данные станут определяющим фактором, создающим «эффект масштаба» [OECD, 2019a].

Отметим, что данные как таковые не являются универсальным понятием. Не всякая разновидность данных подразумевает наличие личной информации пользователей. Существует множество видов данных и доля личной информации в каждом из них

существенно отличается. Глобальные цепочки добавленной стоимости и данные, необходимые для М2М-взаимодействия («устройство – устройство», machine-to-machine), практически не содержат личной информации. С другой стороны, социальные сети, государственные услуги, информация об онлайн-сделках и другие виды взаимодействия посредством Интернета содержат значительно больше информации о потребителях (табл. 5).

Таблица 5. Насыщенность различных видов данных личной информацией пользователей

Тип данных	Насыщенность личной информацией (по шкале от 1 до 10)
В2В-взаимодействие	
Цепочки добавленной стоимости	2
Инженерные данные (М2М)	4
Интернет вещей (М2М)	5
Финансовые ресурсы / управление кадрами	7
В2С-взаимодействие	
Медиа	7
Потребительские данные	9
Услуги (например, финансовые или медицинские)	9
G2С-взаимодействие	
Услуги (например, здравоохранение, налоги, удостоверения личности, данные социального страхования)	10
Интернет вещей (например, метро, системы наблюдения)	10
С2С-взаимодействие	
Социальные сети	10
Онлайн-взаимодействие (например, электронная почта, текстовые сообщения, голосовые сообщения)	10

Примечание. G2C – «государство – гражданин» (government-to-citizen), С2С – «гражданин – гражданин» (citizen-to-citizen). Оценки приводятся по шкале от 1 до 10, где 1 означает низкое содержание личной информации пользователей, а 10 – наличие значительного количества личной информации.

Источник: [OECD, 2019a].

Данные приобретают огромную ценность в процессе обработки для дальнейшего использования с целью социального или экономического взаимодействия, производства продукции, улучшения качества управления и развития рынков. Следовательно, права собственности на эти данные будут определять контроль над рынками, вероятность возникновения монополий и олигополий и уровень конкурентоспособности. Попав в руки злоумышленников, данные могут стать орудием шантажа, мошенничества и запугивания. Следовательно, обладание и контроль над данными критически важны.

Как отмечалось ранее, в настоящее время глобальная цифровая экономика характеризуется доминированием США и Китая. Если мы обратимся к статистике крупней-

ших утечек личных данных в XXI в., то практически все они произошли в одной из этих стран (табл. 6). Наибольшее количество утечек приходится на долю США. В отсутствие международных правовых рамок и инструментов контроля именно базовые аспекты политики в сфере данных (собственность, хранение и управление) являются ключевыми вопросами цифровой повестки дня.

Таблица 6. Крупнейшие случаи утечки данных в XXI в.

Компания	Расположение головного подразделения	Месяц/год	Масштаб
Adobe	США	Октябрь 2013 г.	Данные 153 млн учетных записей
Adult Friend Finder	США	Октябрь 2016 г.	Данные 412,2 млн учетных записей
Canva	Австралия	Май 2019 г.	Данные 137 млн учетных записей
eBay	США	Май 2014 г.	Данные 145 млн пользователей
Equifax	США	Июль 2017 г.	Данные 147,9 млн пользователей
Dubsmash	США	Декабрь 2018 г.	Данные 162 млн пользователей
Heartland Payments System	США	Март 2008 г.	Данные 134 млн кредитных карт
LinkedIn	США	2012 и 2016 гг.	Данные 165 млн учетных записей
Marriott International	США	2014–2018 гг.	Данные 500 млн клиентов
My Fitness Pal	США	Февраль 2018 г.	Данные 150 млн учетных записей
MySpace	США	2013 г.	Данные 360 млн учетных записей
NetEase	Китай	Октябрь 2015 г.	Данные 235 млн учетных записей
Sina Weibo	Китай	Март 2020 г.	Данные 538 млн учетных записей
Yahoo	США	2013–2014 гг.	Данные 3 млрд учетных записей
Zynga	США	Сентябрь 2019 г.	Данные 218 млн учетных записей

Источник: [CSO Online, 2020].

Современная торговля и производство находятся в прямой зависимости от перемещения, хранения и использования цифровых данных в международном масштабе. Поток данных способствует развитию мирового производства через цепочки добавленной стоимости и обеспечение доступа на зарубежные рынки. Данные превратились в товар, занявший ключевое положение в процессе автоматизации торговых процессов. Согласно актуальным подсчетам, в масштабах мировой экономики международный обмен данными обеспечивает создание порядка 2,8 млрд долл. США добавленной стоимости, что составляет около 3,5% мирового производства [MGI, 2016].

Как и в случае с остальными средствами производства, данные распределяются неравномерно. С точки зрения географии крупнейшими центрами хранения данных являются США и Китай. Концентрация наблюдается и на уровне бизнеса — отдельные компании накапливают большие объемы данных, чем остальные. Следовательно, именно эти компании и ведущие страны в данной области становятся основными выгодоприобретателями. Обладание данными также защищает владельцев от появления

потенциальных конкурентов в будущем — как на уровне стран, так и отдельных компаний [OECD, 2019b].

В основном по указанным выше причинам проблема локализации данных как таковая и позиция отдельных развивающихся стран, включая Индию, поддерживающих тренд на локализацию пользовательских данных, приобретают особую значимость.

Накопление цифровых данных идет с необыкновенной скоростью, а серьезная дискуссия относительно политики в области данных еще только начинается. До сих пор не выработаны международные правовые механизмы, способные разрешить экономические и социальные проблемы, а также проблемы безопасности, связанные с данными. В настоящее время эти задачи пытаются решать в рамках других правовых режимов: например, охрана прав интеллектуальной собственности в цифровой области осуществляется на основе норм, защищающих неприкосновенность тайны частной жизни.

Зыбкая природа цифровых данных, выражающаяся в трудности установления их источников, дальнейших преобразований в процессе обработки и распространения, затрудняет формирование универсального международного режима. Каждая из вовлеченных сторон преследует собственные интересы, в результате чего перспектива выработки международного консенсуса по-прежнему остается достаточно отдаленной.

Безопасность данных и позиция развивающихся стран

Дискуссия по вопросам прав собственности, контроля и управления массивом цифровых данных, разворачивающаяся вместе с развитием электронной торговли, ограничена тремя обстоятельствами. Во-первых, США и Китай как крупнейшие центры накопления цифровых данных не в полной мере обеспечивают защиту от утечек данных. Следовательно, соблюдение экономических и гражданских прав потребителей в развивающихся странах находится под вопросом. Кроме того, географическая концентрация данных за пределами этих стран препятствует созданию рабочих мест и распространению инноваций [Saran, Gupta, 2019].

Во-вторых, США и Китай, ответственные за утечки данных, не предпринимают достаточно усилий для восстановления прав и экономических потерь потребителей в развивающихся странах. Сами развивающиеся страны способны выполнять эти задачи более эффективно, даже с учетом существующих проблем [Ibid.]. В настоящее время случаи нарушения прав потребителей из развивающихся стран в результате утечек данных не попадают в юрисдикцию стран, где эти утечки имели место. Существуют определенные проблемы, связанные с восполнением понесенного ущерба, однако страны, обеспокоенные ростом угроз цифровой безопасности, вполне способны самостоятельно создать соответствующий правовой режим. Тем не менее крупные международные игроки не предпринимают реальных усилий для создания международного режима из соображений неизбежного роста стоимости производства и оказания услуг.

Поставщики услуг облачного хранения данных размещают свои мощности в различных местах, поэтому ни один пользователь не сможет с полной уверенностью сказать, где именно хранятся его данные. В 2011 г. девять из десяти крупнейших центров хранения данных находились в США, еще один — в Ирландии [Kar, 2011]. Прорывное развитие цифровой экономики Китая требует создания собственных мощностей. Таким образом, отдельный пользователь или потребитель данных никогда не знает, где хранятся используемые или предоставляемые данные.

В-третьих, современная неравномерная концентрация данных в двух странах препятствует установлению рыночного равновесия. Например, если Индия (или другие страны) попытается встроиться в эту конфигурацию по условиям некоей гипотетической международной конвенции о локализации данных, то цены на хранение данных, скорее всего, резко упадут. Индия, однако, убедительно продемонстрировала свой потенциал в качестве одного из крупнейших мировых рынков аутсорс-услуг для бизнеса, притом стоимость данных услуг составляет только небольшую часть от аналогичного показателя стран «первого мира» [Saran, Gupta, 2019].

В рамках правовой системы ВТО / ГАТС (Всемирная торговая организация, Генеральное соглашение по тарифам и торговле) положения, которые так или иначе могут относиться к локализации данных, напрямую не запрещают членам ВТО устанавливать такие правила торговли соответствующими услугами, которые позволили бы «обоснованно, объективно и непредвзято» отстаивать интересы тех или иных стран. Тем не менее указанные постановления также говорят о том, что а) трансграничная торговля услугами⁵ не требует присутствия поставщика в стране назначения, а также б) ГАТС охватывает все виды предоставления услуг. По сути, данные положения означают, что локализация данных нарушает правила свободной торговли услугами [Crosby, 2016].

ГАТС также не предлагает четкого определения понятия «услуги», тогда как в интересах реализации положений Соглашения подобное определение крайне необходимо. В результате складывается ситуация, в которой ни один член ВТО не обязан строго применять те или иные системы классификации при установлении национального торгового режима или формальном соблюдении обязательств по обеспечению свободного доступа на рынок [Zhang, 2015; Weber, Baisch, 2013]. Данное обстоятельство создает еще одно препятствие для создания международного режима защиты данных пользователей и обеспечения цифровой безопасности.

Отдельные государства вводят всевозможные ограничения на трансграничную передачу данных, преследуя те или иные интересы. Под удар попадают все виды передаваемых данных. Переговоры на платформе ВТО по вопросам управления данными зашли в тупик [Sen, 2018]. Кибербезопасность и неприкосновенность частной жизни – основные аргументы в пользу установления национальных ограничений. Реальной же причиной являются правовые лакуны в области правил международной торговли и управления Интернетом [Mishra, 2019].

После ряда скандалов, связанных с утечкой разведанных, включая случай Эдварда Сноудена, многие государства мира стали более расположенными к проведению политики локализации данных [Hill, 2014]. Тем не менее между собственно локализацией коммерческих данных и этическими соображениями существует очевидная разница.

После многих лет обсуждения Европейский союз (ЕС) принял Общий регламент по защите данных в интересах разрешения существующих проблем в области безопасности данных. Однако регулирующие органы, бизнес и вовлеченные лица в ЕС с тех пор борются с трудной задачей создания всеобъемлющего правового режима регулирования. Принятие того или иного документа и его непосредственное исполнение – две разные задачи. По мере распространения услуг облачного хранения данных возникают новые проблемы, связанные с обеспечением прозрачности хранения данных и управления ими. Очевидно, что согласовать общие планы по обеспечению безопасности данных проще, чем их реализовать [Zarsky, 2017; Hon et al., 2016; Ryan et al., 2013].

⁵ Трансграничная передача данных для использования в интересах дальнейшего предоставления услуг попадает в рамки первого способа предоставления услуг по классификации ГАТС (Mode 1).

Регламент ЕС (GDPR) также имеет ряд несоответствий. Например, согласно Регламенту, пользователя необходимо надлежащим образом проинформировать, после чего он должен дать согласие на обработку данных. Здесь возникают вопросы относительно исполнения данного положения. Исследование 2020 г. показало, что пятерка крупнейших IT-компаний – Google, Amazon, Facebook, Apple и Microsoft – использует «темные паттерны»⁶ в процессе получения согласия пользователей. Подобные практики препятствуют реализации основной цели Регламента и ставят под угрозу интересы пользователей, так как международный механизм восстановления нарушенных прав еще не создан [Human, Cech, 2020].

Цифровые компании начинают свою деятельность, используя местные хранилища данных и приложения, но со временем многие из них становятся пользователями облачных сервисов. Например, музыкальное приложение Spotify изначально использовало местные хранилища данных, однако позже компания заключила соглашение с Google об оказании услуг облачного хранения данных. Несмотря на то что серверы Google расположены во многих странах мира, хранение данных осуществляется согласно условиям пользовательского соглашения, которые определяет сама компания. При возникновении любой непредвиденной ситуации пользователь должен иметь дело непосредственно с Google. Как нетрудно догадаться, в случае возникновения конфликта пользователю некуда будет обратиться.

В Индии дебаты вокруг локализации данных начались, когда Резервный банк Индии (RBI) в апреле 2018 г. опубликовал уведомление, согласно которому все поставщики платежных услуг обязаны хранить пользовательские данные исключительно на территории Индии [The Hindu, 2019]. Индия – не единственное государство, реализующее политику локализации данных. Китай, главный соперник США в цифровой сфере, имеет достаточно жесткие правила в отношении хранения данных. Россия, Индонезия, Нигерия и Вьетнам также ужесточают правила хранения данных [Loufield, Vashisht, 2020].

Некоторые страны мира препятствуют созданию международных правовых механизмов в области электронной торговли на базе ВТО и других многосторонних площадок, игнорируя тем самым интересы развивающихся стран. Повестка расширения электронной торговли в интересах международного развития является для них аналогом очередного проекта либерализации мировой торговли. Следует отметить, что выработка общепризнанных правил электронной торговли, по всей вероятности, облегчила бы положение развивающихся стран.

Существуют опасения относительно того, что правила электронной торговли, заложенные в проект Всеобъемлющего и прогрессивного соглашения для Транстихоокеанского партнерства⁷ за авторством ВТО, могут способствовать дальнейшей мар-

⁶ Темный паттерн (Dark pattern) – тип пользовательского интерфейса, который был скрупулезно разработан для того, чтобы обманным путем вынудить пользователя предоставить согласие на приобретение или предоставление тех или иных продуктов или услуг. Иными словами, темный паттерн используется для того, чтобы подтолкнуть пользователя сделать то, что в иных условиях он бы не сделал.

⁷ Изначально это соглашение носило наименование Транстихоокеанского партнерства (ТПП), однако после выхода США из стран – участников соглашения оно приобрело свое нынешнее название. Подписантами этого торгового соглашения стали Австралия, Бруней, Канада, Чили, Япония, Малайзия, Мексика, Новая Зеландия, Перу, Сингапур и Вьетнам. Многостороннее соглашение вступило в силу 30 декабря 2018 г. Исходные положения ТПП по вопросам электронной торговли были практически без изменений перенесены в новое соглашение. В данном случае автор ссылается на положения ТПП, против которых выступила группа африканских стран.

гинализации стран с низким уровнем дохода. Несмотря на возражения со стороны развивающихся стран, на уровне ВТО прошло обсуждение новых правил электронной торговли. Ожидалось, что консенсус будет достигнут к середине 2020 г., в поддержку чего выступала группа развитых стран. Возражения развивающихся стран основывались на том, что рассматриваемые положения будут способствовать еще большему усилению влияния транснациональных корпораций [ТJM, 2020].

Группа африканских стран (на министерской конференции ВТО в 2017 г.) резюмировала свою позицию в представленном письменном документе⁸, заявив: «...суть заключается в том, что многосторонние правила электронной торговли будут стремительно развиваться благодаря ММСП (средним, малым и микропредприятиям). Тем не менее предлагаемая типология правил (в ВТО)... заключается в том, что ММСП... с наименьшей вероятностью смогут эффективно конкурировать с транснациональными корпорациями, которые стали глобальными цифровыми лидерами, уничтожили более мелкие компании и извлекли выгоду из цифровой промышленной политики, в частности, субсидии, субсидии на НИОКР, развитие технологий, доступ к ним и владение ими, экономия от масштаба, спонсируемая правительством инфраструктура, налоговые льготы и т.п.» [WTO, 2017].

Принимая во внимание концентрацию электронной торговли вокруг двух стран с самым большим ВВП в мире, эти опасения никоим образом не могут быть названы беспочвенными. Всех беспокоит проблема хранения данных, эффективным глобальным решением которой может стать их локализация. К сожалению, для крупных игроков и ведущих цифровых стран локализация является потенциальным барьером для роста. Считается, что это создает препятствия, добавляя затраты на онлайн-продажи клиентам за рубежом [Fefeg, 2019].

Позицию развитых стран наилучшим образом иллюстрирует п. 2 ст. 14.13 Всеобъемлющего и прогрессивного соглашения для Транстихоокеанского партнерства:

«Ни одна из сторон не должна принуждать к использованию или размещению вычислительных устройств на своей территории в качестве условия осуществления деловой активности».

Пункт 3 также указывает:

«Положения пункта 2 настоящей статьи не должны рассматриваться в качестве препятствия для осуществления договаривающимися сторонами законной деятельности при условии, что: а) данные меры не применяются в качестве средства произвольной или неоправданной дискриминации или скрытых ограничений для торговли; б) данные меры не накладывают ограничения на использование или расположение вычислительных средств, превышающих необходимые для достижения поставленных целей мощности» [NZFT, 2018].

Недостатком данного положения является прямой запрет любой из договаривающихся сторон применять меры для принуждения международных ИТ-компаний хранить собираемые данные на территории страны, где те ведут свою деятельность. Как уже отмечалось ранее, подобные условия ограничивают возможности пострадавших пользователей получить надлежащее возмещение в случае утечки их персональных данных, а также лишают страну, где собираются пользовательские данные, доступа к этим самым данным, которые являются основным фактором производства в условиях цифровой экономики. Таким образом, страна – подписант соглашения открывает доступ на свой рынок международным цифровым компаниям, но вместе с тем лишается возможности использовать преимущества, создаваемые за счет накопления данных.

⁸ Ранее этому документу был присвоен номер JOB/GC/144 от 20 октября 2017 г. Заявление, на которое ссылается автор, отражает коллективную позицию.

Международная электронная торговля в условиях пандемии

Как и в случае с другими видами деловой активности, с началом пандемии COVID-19 электронная торговля столкнулась с множеством вызовов. ВТО опубликовала информационную заметку о текущих трендах в международной электронной торговле [WTO, 2020]. Рассмотрим ключевые выводы:

- Широкое применение карантинных мер и требований к соблюдению социальной дистанции привело к росту онлайн-продаж, использованию социальных сетей, интернет-связи и конференц-связи, цифровых стриминговых сервисов.
- Наблюдается рост B2C- и B2B-продаж. В сегменте B2C существенный рост фиксируется в объемах продаж медикаментов, продуктов питания и бытовой продукции.
- Вырос спрос на услуги доступа в Интернет и мобильной связи, что потребовало в кратчайшие сроки нарастить пропускную способность цифровых сетей. В то же время в отдельных областях наблюдается спад, например, в сфере туризма.

Спрос на товары и услуги продолжает расти, но уровень предложения растет не столь быстрыми темпами. В краткосрочной перспективе несоответствие спроса и предложения будет ключевым вызовом в сфере электронной торговли. Следует также упомянуть ценовые аномалии (завышение цен на определенные категории товаров), качество продукции, случаи мошенничества, ситуацию в области кибербезопасности, потребность в дальнейшем повышении пропускной способности цифровых сетей и ряд других проблем.

- Пандемия особенно остро подчеркнула необходимость преодоления цифрового разрыва как внутри отдельных стран, так и в международном масштабе. Небольшие компании, продавцы и потребители в развивающихся и наименее развитых странах не обладают потенциалом, способным удовлетворить растущий на фоне пандемии спрос, что в корне отличается от ожиданий и заявлений развитых в цифровом отношении стран. Иными словами, основными бенефициарами роста цифрового спроса в условиях пандемии по-прежнему являются крупные компании.
- Несмотря на то что правительства по всему миру и представители частного сектора принимают меры для того, чтобы обеспечить надлежащее осуществление онлайн-транзакций, в отдельных случаях они оказались недостаточными на фоне возникающих проблем.
- Несмотря на позитивные ожидания ВТО в отношении международного сотрудничества и дальнейшего развития международных инициатив в области цифровой торговли, на практике ситуация выглядит иначе. Наблюдается рост противоречий на всех уровнях: в вопросах торговли, в политической сфере и в области корпоративных отношений.

Пандемия продемонстрировала недостатки существующих моделей экономического развития и ведения бизнеса, а также усилила неравенство – основная тяжесть вводимых ограничений легла на плечи наиболее уязвимых и бедных, а богатые практически не понесли убытков.

Уникальное по своей природе событие – пандемия – создало новые возможности для сильнейших игроков, тогда как небольшим компаниям не достается практически ничего. В ближайшие месяцы, а то и годы, выход бизнеса в Интернет станет основным фактором выживания компании. Цифровизация бизнес-процессов требует значительных затрат, особенно тяжелых для малого бизнеса. Согласно последним исследованиям, пандемия затронет порядка 55% всех бизнесов. Две трети малых

и средних компаний заявили о том, что пандемия значительно осложнила ведение бизнеса; среди крупных компаний о подобном заявили порядка 40%. Самое большое беспокойство вызывают заявления представителей сегмента малых, средних и микропредприятий, согласно которым порядка 20% из них будут вынуждены прекратить деятельность в течение трех месяцев, если пандемия не пойдет на спад [ИТС, 2020]. В случае, если пандемия в том или ином масштабе продолжится и далее, очевидно, что крупные транснациональные корпорации станут еще богаче, а малый и средний бизнес будет попросту раздавлен.

По мере усиления влияния крупных ИТ-корпораций число противников локализации данных также будет увеличиваться. Крупные игроки и технологически развитые страны (где преимущественно расположены ведущие компании в сфере электронной торговли), вероятнее всего, будут сознательно преуменьшать риски, связанные с безопасностью данных. Основная проблема, обусловленная невозможностью обеспечить хранение данных там, где они собираются, а именно отсутствие возможности обеспечить восполнение нанесенного ущерба, останется неразрешенной. Сама концепция справедливой международной торговой системы, управляемой объективными рыночными законами, становится несбыточной, что отвечает интересам стран «глобального Севера» и транснациональных корпораций. Со всей уверенностью можно сказать, что это не то цифровое будущее, к которому мы все стремимся.

Заключение

Данные — это новая форма капитала цифрового века. Тот, кто владеет данными, определяет будущее цифрового бизнеса и электронной торговли. Отсутствие четких требований к хранению данных на территории страны, где они создаются, отвечает интересам крупных международных корпораций. Цифровая экономика и весь цикл жизни цифровых данных фокусируются вокруг двух ведущих мировых держав — США и Китая, что уже дает этим странам и создаваемым на их территории корпорациям незаслуженные преимущества.

Владение данными позволяет крупным игрокам препятствовать появлению потенциальных конкурентов, то есть способствует формированию монополий и олигополий. Подобное стечение обстоятельств вызывает опасения относительно будущей ценовой политики и конкуренции на рынке цифровых товаров и услуг. Проблемы, связанные с безопасностью данных пользователей из развивающихся стран, как правило, игнорируются. Постоянные утечки данных и сопутствующие материальные, финансовые и статусные потери не принимаются во внимание. В условиях отсутствия согласованных международных механизмов потребители в развивающихся и наименее развитых странах остаются один на один с крупными международными корпорациями.

Эффективным ответом на эти вызовы может стать переход на модель локального хранения данных. Хранение данных там, где они собираются, позволит снизить издержки, связанные с управлением данными, что принесет выгоду всем заинтересованным сторонам. Кроме того, это поможет распространению соответствующих технологических инноваций. Развитие национального права в области управления данными также позволит обеспечить надлежащий уровень защиты прав потребителей. Можно также предположить, что локализация данных будет способствовать созданию рабочих мест и позволит надлежащим образом компенсировать потери, связанные с утечкой данных пользователей в развивающихся и наименее развитых странах.

В большинстве стран мира еще не создан правовой режим управления данными. Тем не менее выработка подобных правил в рамках отдельного государства представляется значительно более простой задачей, нежели создание международного режима. Локализация данных может стать первым шагом в процессе создания эффективных структур управления данными на местном уровне, которые бы учитывали все особенности и потребности конкретного государства.

Пандемия COVID-19 обострила существующие противоречия в мировой системе электронной торговли. Наилучшей стратегией для развивающихся стран и стран с переходной экономикой в данных условиях является усиление безопасности данных за счет их локализации, что также принесет существенные и справедливо распределяемые выгоды в виде роста торговли и ускорения развития.

Источники

Brynjolfsson E., Smith M.D. (2000) Frictionless Commerce? A Comparison of Internet and Conventional Retailers // *Management Science*. Vol. 46. No. 4. P. 563–585. Режим доступа: <https://doi.org/10.1287/mnsc.46.4.563.12061>.

Crosby D. (2016) Analysis of Data Localization Measures Under WTO Services Trade Rules and Commitments. Policy Brief, International Centre for Trade and Sustainable Development (ICTSD) and World Economic Forum (WEF). Режим доступа: <https://e15initiative.org/publications/analysis-of-data-localization-measures-under-wto-services-trade-rules-and-commitments/> (дата обращения: 03.10.2020).

Degeratu A.M., Rangaswamy A., Wu J. (2000) Consumer Choice Behavior in Online and Traditional Supermarkets: The Effects of Brand Name, Price, and Other Search Attributes. // *International Journal of Research in Marketing*. Vol. 17. No. 1. P. 55–78. Режим доступа: [https://doi.org/10.1016/S0167-8116\(00\)00005-7](https://doi.org/10.1016/S0167-8116(00)00005-7).

Economic Commission for Latin America and the Caribbean (ECLAC). (2002) Electronic Commerce, International Trade and Employment: Review of the Issues. Washington Office. Режим доступа: https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/28809/1/LCwasR22_en.pdf (дата обращения: 03.10.2020).

Fefer R.F. (2019) International Trade and E-Commerce // *In Focus*. 1 May. Congressional Research Service. Режим доступа: <https://crsreports.congress.gov/product/pdf/IF/IF11194> (дата обращения: 03.10.2020).

Goolsbee A. (1998) In a World Without Borders: The Impact of Taxes on Internet Commerce. NBER Working Paper No 6863, National Bureau of Economic Research. Режим доступа: <https://ssrn.com/abstract=227619> (accessed 20 September 2020).

Hill J.F. (2014) The Growth of Data Localization Post-Snowden: Analysis and Recommendations for U.S. Policymakers and Business Leaders. Conference on the Future of Cyber Governance, The Hague Institute for Global Justice. Режим доступа: <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2430275>.

Hon W.K., Millard C., Reed C., Singh J., Walden I., Crowcroft J. (2016) Policy, Legal and Regulatory Implications of a Europe-Only Cloud // *International Journal of Law and Information Technology*. Vol. 24. No. 3. P. 251–278. Режим доступа: <https://doi.org/10.1093/ijlit/eaw006>.

Human S., Cech F. (2020) A Human-Centric Perspective on Digital Consenting: The Case of GAFAM // *Human Centred Intelligent Systems: Proceedings of KES-HCIS 2020 Conference* / A. Zimmermann, R. Howlett, L. Jain (eds). Singapore: Springer.

International Trade Centre (ITC) (2020) COVID-19: The Great Lockdown and Its Impact on Small Business. SME Competitiveness Outlook. Режим доступа: <https://www.intracen.org/uploadedFiles/intracenorg/Content/Publications/ITCSMECO2020.pdf> (дата обращения: 03.10.2020).

Kar S. (2011) Where's the World's Data Being Stored, and Who Owns It? // *SiliconAngle*. 21 July. Режим доступа: <https://siliconangle.com/2011/07/21/wheres-the-worlds-data-being-stored-and-who-owns-it/#:~:text=Martin%20Hilbert%20of%20the%20University,data%20is%20measured%20in%20exabytes> (дата обращения: 03.10.2020).

- Kshetri N., Dholakia N. (2002) Determinants of the Global Diffusion of B2B E-Commerce // *Electronic Markets*. Vol. 12. No. 2. P. 120–129. Режим доступа: <https://doi.org/10.1080/10196780252844562>.
- Loufield E., Vashisht S. (2020) Data Globalization vs. Data Localization. Center for Financial Inclusion. 6 February. Режим доступа: <https://www.centerforfinancialinclusion.org/data-globalization-vs-data-localization> (дата обращения: 03.10.2020).
- Manyika J., Lund S., Woetzel J., Stamenov K., Dhingra D. (2016) Digital Globalization: The New Era of Global Flows. Report, McKinsey Global Institute. Режим доступа: <https://www.mckinsey.com/business-functions/mckinsey-digital/our-insights/digital-globalization-the-new-era-of-global-flows#> (дата обращения: 03.10.2020).
- Mishra N. (2020) Privacy, Cybersecurity, and GATS Article XIV: A New Frontier for Trade and Internet Regulation? // *World Trade Review*. Vol. 19. No. 3. P. 341–364. Режим доступа: <https://doi.org/10.1017/S1474745619000120>.
- New Zealand Foreign Affairs and Trade (NZFT). (2018) Comprehensive and Progressive Agreement for Trans-Pacific Partnership Text and Resources: Chapter 14 – Electronic Commerce. Режим доступа: <https://www.mfat.govt.nz/assets/Trans-Pacific-Partnership/Text/14.-Electronic-Commerce-Chapter.pdf> (accessed 12 May 2020).
- Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). (2019a) Data in the Digital Age. Режим доступа: <https://www.oecd.org/going-digital/data-in-the-digital-age.pdf> (дата обращения: 03.10.2020).
- Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). (2019b) Vectors of Digital Transformation // *OECD Digital Economy Papers* No. 273. Режим доступа: <https://doi.org/10.1787/5ade2bba-en>.
- Raghavan T.C.A.S. (2019) India's Data Localisation Plans Hang in the Balance // *The Hindu*. 10 October. Режим доступа: <https://www.thehindu.com/business/Economy/data-localisation-plans-hang-in-the-balance/article29630429.ece> (дата обращения: 03.10.2020).
- Ryan S.R., Falvey S., Merchant R. (2013) When the Cloud Goes Local: The Global Problem With Data Localization // *Computer*. Vol. 46. No. 12. P. 54–59. Режим доступа: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2370850 (дата обращения: 03.10.2020).
- Saran S., Gupta K. (2019) In Rising E-Commerce Storm, India Protects Its Ship // *Observer Research Foundation* (ORF Online). 20 May. Режим доступа: <https://www.orfonline.org/expert-speak/in-rising-e-commerce-storm-india-protects-its-ship-51008/> (дата обращения: 03.10.2020).
- Sen N. (2018) Understanding the Role of the WTO in International Data Flows: Taking the Liberalization or the Regulatory Autonomy Path? // *Journal of International Economic Law*. Vol. 21. No. 2. P. 323–348. Режим доступа: <https://doi.org/10.1093/jiel/jgy021>.
- Swinhoe D. (2020) The 15 Biggest Data Breaches of the 21st Century // *CSO Online*. 17 April. Режим доступа: <https://www.csoonline.com/article/2130877/the-biggest-data-breaches-of-the-21st-century.html> (дата обращения: 03.10.2020).
- Terzi N. (2011) The Impact of E-Commerce on International Trade and Employment // *Procedia Social and Behavioral Sciences*. Vol. 24. P. 745–753. Режим доступа: <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2011.09.010>.
- Trade Justice Movement (TJM) Digital Trade (E-Commerce). Режим доступа: <https://www.tjm.org.uk/trade-issues/digital-trade-e-commerce> (accessed 18 May 2020).
- United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD). (2019) Value Creation and Capture: Implications for Developing Countries. *Digital Economy Report 2019*. Режим доступа: https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/der2019_en.pdf (дата обращения: 03.10.2020).
- United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD). (2020) Estimates of Global E-Commerce 2018. *UNCTAD Technical Notes on ICT for Development* No. 15. Режим доступа: https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/tn_unctad_ict4d15_en.pdf (дата обращения: 03.10.2020).
- Weber R., Baisch R. (2013) Tensions Between Developing and Traditional GATS Classifications in IT Markets // *Hong Kong Law Journal*. Vol. 43. Part 1. P. 77–110. Режим доступа: https://www.researchgate.net/publication/278752105_Tensions_between_developing_and_traditional_GATS_classifications_in_IT_markets (дата обращения: 03.10.2020).

World Trade Organization (WTO). (2017) The Work Programme on Electronic Commerce: Statement by the African Group. 6 December. Режим доступа: <https://www.tralac.org/images/Resources/МС11/mc11-work-programme-on-electronic-commerce-statement-by-the-african-group-6-december-2017.pdf> (дата обращения: 03.10.2020).

World Trade Organization (WTO). (2020) E-Commerce, Trade and the COVID-19 Pandemic. Information Note. 4 May. Режим доступа: https://www.wto.org/english/tratop_e/covid19_e/ecommerce_report_e.pdf (дата обращения: 03.10.2020).

Zarsky T. (2017) Incompatible: The GDPR in the Age of Big Data // Seton Hall Law Review. Vol. 47. No. 4 (2). P. 995–1018. Режим доступа: <https://ssrn.com/abstract=3022646> (дата обращения: 03.10.2020).

Zhang R. (2015) Covered or Not: That is the Question – Services Classification and Its Implications for Specific Commitments under the GATS. WTO Working Paper ERSD-2015–11. Режим доступа: https://www.wto.org/english/res_e/reser_e/ersd201511_e.htm (дата обращения: 03.10.2020).

E-commerce Trade and Data Localization: A Developing Country Perspective

A. Mukhopadhyay

Abhijit Mukhopadhyay – Senior Fellow (Economy and Growth), Observer Research Foundation; 20 Rouse Avenue, New Delhi, 110002, India; E-mail: a.mukhopadhyay@orfonline.org

Abstract

This paper explores the issue of data localization by capturing all relevant debates and discussion around it. It investigates issues related to data management, storage, and ownership, followed by the data safety and security concerns of developing countries in a rapidly changing digital world. Storing data locally can be an effective way to tackle these concerns.

Data localization can bring the data storing market price down. It can inject sufficient incentive to spur technological innovation in the system. If workable templates of data safety and privacy frameworks can be built locally, consumers' rights will also be protected. Data localization also has the potential to positively contribute to effective redressal of damages in developing countries related to data leakage.

The COVID-19 pandemic has considerably sharpened existing conflicts in the e-commerce ecosystem. Treating this crisis as an opportunity and pushing for digital data safety and security by means of data localization is the ideal strategy for developing and emerging economies to adopt.

Key words: e-commerce; digital economy; data localization; trade; data security; COVID-19 pandemic

For citation: Mukhopadhyay A. (2020) E-commerce Trade and Data Localization: A Developing Country Perspective. *International Organisations Research Journal*, vol. 15, no 3, pp. 153–175 (in English). DOI: 10.17323/1996-7845-2020-03-06

References

Brynjolfsson E., Smith M.D. (2000) Frictionless Commerce? A Comparison of Internet and Conventional Retailers. *Management Science*, vol. 46, no 4, pp. 563–85. Available at: <https://doi.org/10.1287/mnsc.46.4.563.12061>.

Crosby D. (2016) *Analysis of Data Localization Measures Under WTO Services Trade Rules and Commitments*. Policy Brief, International Centre for Trade and Sustainable Development (ICTSD) and World Economic Forum (WEF). Available at: <https://e15initiative.org/publications/analysis-of-data-localization-measures-under-wto-services-trade-rules-and-commitments/> (accessed 3 October 2020).

Degeratu A.M., Rangaswamy A., Wu J. (2000) Consumer Choice Behavior in Online and Traditional Supermarkets: The Effects of Brand Name, Price, and Other Search Attributes. *International Journal of Research in Marketing*, vol. 17, no 1, pp. 55–78. Available at: [https://doi.org/10.1016/S0167-8116\(00\)00005-7](https://doi.org/10.1016/S0167-8116(00)00005-7).

Economic Commission for Latin America and the Caribbean (ECLAC). (2002) *Electronic Commerce, International Trade and Employment: Review of the Issues*. Washington Office. Available at: https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/28809/1/LCwasR22_en.pdf (accessed 3 October 2020).

Fefer R.F. (2019) International Trade and E-Commerce. *In Focus*, 1 May. Congressional Research Service. Available at: <https://crsreports.congress.gov/product/pdf/IF/IF11194> (accessed 3 October 2020).

Goolsbee A. (1998) *In a World Without Borders: The Impact of Taxes on Internet Commerce*. NBER Working Paper No 6863, National Bureau of Economic Research. Available at: <https://ssrn.com/abstract=227619> (accessed 20 September 2020).

- Hill J.F. (2014) *The Growth of Data Localization Post-Snowden: Analysis and Recommendations for U.S. Policymakers and Business Leaders. Conference on the Future of Cyber Governance, The Hague Institute for Global Justice*. Available at: <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2430275>.
- Hon W.K., Millard C., Reed C., Singh J., Walden I., Crowcroft J. (2016) Policy, Legal and Regulatory Implications of a Europe-Only Cloud. *International Journal of Law and Information Technology*, vol. 24, no 3, pp. 251–78. Available at: <https://doi.org/10.1093/ijlit/eaw006>.
- Human S., Cech F. (2020) A Human-Centric Perspective on Digital Consenting: The Case of GAFAM. *Human Centred Intelligent Systems: Proceedings of KES-HCIS 2020 Conference* (A. Zimmermann, R. Howlett, L. Jain (eds)). Singapore: Springer.
- International Trade Centre (ITC). (2020) *COVID-19: The Great Lockdown and Its Impact on Small Business. SME Competitiveness Outlook*. Available at: <https://www.intracen.org/uploadedFiles/intracenorg/Content/Publications/ITCSMECO2020.pdf> (accessed 3 October 2020).
- Kar S. (2011) Where's the World's Data Being Stored, and Who Owns It? *SiliconAngle*, 21 July. Available at: <https://siliconangle.com/2011/07/21/wheres-the-worlds-data-being-stored-and-who-owns-it/#:~:text=Martin%20Hilbert%20of%20the%20University,data%20is%20measured%20in%20exabytes> (accessed 3 October 2020).
- Kshetri N., Dholakia N. (2002) Determinants of the Global Diffusion of B2B E-Commerce. *Electronic Markets*, vol. 12, no 2, pp. 120–9. Available at: <https://doi.org/10.1080/10196780252844562>.
- Loufield E., Vashisht S. (2020) Data Globalization vs. Data Localization. *Center for Financial Inclusion*, 6 February. Available at: <https://www.centerforfinancialinclusion.org/data-globalization-vs-data-localization> (accessed 3 October 2020).
- Manyika J., Lund S., Woetzel J., Stamenov K., Dhingra D. (2016) *Digital Globalization: The New Era of Global Flows*. Report, McKinsey Global Institute. Available at: <https://www.mckinsey.com/business-functions/mckinsey-digital/our-insights/digital-globalization-the-new-era-of-global-flows#> (accessed 3 October 2020).
- Mishra N. (2020) Privacy, Cybersecurity, and GATS Article XIV: A New Frontier for Trade and Internet Regulation? *World Trade Review*, vol. 19, no 3, pp. 341–64. Available at: <https://doi.org/10.1017/S1474745619000120>.
- New Zealand Foreign Affairs and Trade (NZFT). (2018) *Comprehensive and Progressive Agreement for Trans-Pacific Partnership Text and Resources: Chapter 14 – Electronic Commerce*. Available at: <https://www.mfat.govt.nz/assets/Trans-Pacific-Partnership/Text/14.-Electronic-Commerce-Chapter.pdf> (accessed 12 May 2020).
- Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). (2019a) *Data in the Digital Age*. Available at: <https://www.oecd.org/going-digital/data-in-the-digital-age.pdf> (accessed 3 October 2020).
- Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). (2019b) Vectors of Digital Transformation. *OECD Digital Economy Papers*, no 273. Available at: <https://doi.org/10.1787/5ade2bba-en>.
- Raghavan T.C.A.S. (2019) India's Data Localisation Plans Hang in the Balance. *The Hindu*, 10 October. Available at: <https://www.thehindu.com/business/Economy/data-localisation-plans-hang-in-the-balance/article29630429.ece> (accessed 3 October 2020).
- Ryan S.R., Falvey S., Merchant R. (2013) When the Cloud Goes Local: The Global Problem With Data Localization. *Computer*, vol. 46, no 12, pp. 54–9. Available at: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2370850 (accessed 3 October 2020).
- Saran S., Gupta K. (2019) In Rising E-Commerce Storm, India Protects Its Ship. *Observer Research Foundation (ORF Online)*, 20 May. Available at: <https://www.orfonline.org/expert-speak/in-rising-e-commerce-storm-india-protects-its-ship-51008/> (accessed 3 October 2020).
- Sen N. (2018) Understanding the Role of the WTO in International Data Flows: Taking the Liberalization or the Regulatory Autonomy Path? *Journal of International Economic Law*, vol. 21, no 2, pp. 323–48. Available at: <https://doi.org/10.1093/jiel/jgy021>.
- Swinhoe D. (2020) The 15 Biggest Data Breaches of the 21st Century. *CSO Online*, 17 April. Available at: <https://www.csoonline.com/article/2130877/the-biggest-data-breaches-of-the-21st-century.html> (accessed 3 October 2020).
- Terzi N. (2011) The Impact of E-Commerce on International Trade and Employment. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, vol. 24, pp. 745–53. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2011.09.010>.

Trade Justice Movement (TJM) Digital Trade (E-Commerce). Available at: <https://www.tjm.org.uk/trade-issues/digital-trade-e-commerce> (accessed 18 May 2020).

United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD). (2019) *Value Creation and Capture: Implications for Developing Countries. Digital Economy Report 2019*. Режим доступа: https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/der2019_en.pdf (accessed 3 October 2020).

United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD). (2020) Estimates of Global E-Commerce 2018. *UNCTAD Technical Notes on ICT for Development*, no 15. Available at: https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/tn_unctad_ict4d15_en.pdf (accessed 3 October 2020).

Weber R., Baisch R. (2013) Tensions Between Developing and Traditional GATS Classifications in IT Markets. *Hong Kong Law Journal*, vol. 43, part 1, pp. 77–110. Available at: https://www.researchgate.net/publication/278752105_Tensions_between_developing_and_traditional_GATS_classifications_in_IT_markets (accessed 3 October 2020).

World Trade Organization (WTO). (2017) *The Work Programme on Electronic Commerce: Statement by the African Group*, 6 December. Available at: <https://www.tralac.org/images/Resources/MC11/mc11-work-programme-on-electronic-commerce-statement-by-the-african-group-6-december-2017.pdf> (accessed 3 October 2020).

World Trade Organization (WTO). (2020) *E-Commerce, Trade and the COVID-19 Pandemic. Information Note*, 4 May. Available at: https://www.wto.org/english/tratop_e/covid19_e/ecommerce_report_e.pdf (accessed 3 October 2020).

Zarsky T. (2017) Incompatible: The GDPR in the Age of Big Data. *Seton Hall Law Review*, vol. 47, no 4 (2), pp. 995–1018. Available at: <https://ssrn.com/abstract=3022646> (accessed 3 October 2020).

Zhang R. (2015) *Covered or Not: That is the Question – Services Classification and Its Implications for Specific Commitments under the GATS*. WTO Working Paper ERSD-2015–11. Available at: https://www.wto.org/english/res_e/reser_e/ersd201511_e.htm (accessed 3 October 2020).