

# ХАЛЫҚАРАЛЫҚ БИЗНЕС ҚҰҚЫҒЫ ЖӘНЕ ЗАҢНАМАЛЫҚ ОРТА: ТРАНЗАКЦИЯЛЫҚ КӨЗҚАРАС

Халықаралық электрондық  
коммерция



Халықаралық электрондық коммерция үш түрге бөлінеді. Олар: B2B – бизнестен бизнеске, B2C – бизнестен тұтынушыға, C2C – тұтынушыдан тұтынушыға. Бизнес транзакциялары арқылы сатылып жатқан тауарлардың 50%-ы өткізіледі. Бизнес транзакцияларын жүргізу барысында ғаламтор транзакцияларының өз тәуекелділіктері бар. Мысалы, тұтынушының жеке басына қатысты мәліметтердің таралып кету қаупі. Тұтынушы белгілі бір тауарды сатып алған кезінде өзінің банктегі есепшотын жазады, сол есепшоттағы қаражаттың сақталып, қорғалуына мүмкіндік жасай алмауы мүмкін немесе қателікпен өзінің есепшотына қолжетімділік беруі мүмкін.

Ақпараттық қоғамдағы тұтынушылық өлшем бойынша Еуроодақ тұтынушыларға байланысты мынадай шешім шығарады:

1. Ғаламтор транзакциясы жасалған кезде тауарларға қолжетімділік болу керек.
2. Ашықтық талабы орындалуы тиіс.
3. Әділетті маркетингтік практика, яғни ғаламтор арқылы жасалатын келісімшарттар, талаптар әділетті болу керек.
4. Балаларды зиянды контенттен қорғау.
5. Төлем жүйелерінің қауіпсіздігі қамтамасыз етілуі тиіс.
6. Дауларды шешудің тиімді жүйелеріне қол жеткізу.

Интернет транзакциялар бойынша дауларды шешудің басқа транзакциялардағы дауларды шешуге қарағанда өзгешеліктері болады. Бұл жағдайда жеке юрисдикцияға аса мән беріледі, яғни бұл жағдайда белгілі бір мемлекеттің соты ғаламтор арқылы жасалған бизнес транзакциясы бойынша келесі субъектіні жауапқа тартқан кезде басқа мемлекеттің азаматын жауапқа тартуға құқығы бар ма, жоқ па, осы юрисдикция мәселесі шешілу керек. Екінші ең аз байланыс жасау талаптары орындалуы керек.

Кейс. Нью-Йорктағы Бруно рестораны Миссуридегі джаз клубы өзінің атауымен веб-сайт ашқаны жайлы сотқа арызданады. Сот істі қарау барысында ең аз байланыс жасау түрін байқады, яғни Миссуридегі джаз клубының веб-сайты Нью-Йорктағы Бруно ресторанының клиенттеріне ешқандай әсер етпейтінін анықтады. Сондықтан, сот Бруно ресторанының арыз-талабын кері қайтарып берді.

Ұқсас атауларды, мәліметтерді қолдану жағдайындағы қолданылатын заңсыз әрекеттер киберсквоттинг деп аталады. Бұл киберсквоттерлер әлемге әйгілі тауар маркаларын өздерінің домені ретінде сайттарға тіркеп қояды және сол доменді пайдаланғаны үшін сол компаниялардан ақы сұрайды немесе тұтынушыларды алдау үшін осы доменді пайдаланады. Киберсквоттингтен қорғану үшін мынадай мәселелерді алдын ала біліп алу керек. Біріншіден, қолданылған тауар белгісі шынымен де әлемге әйгілі болу керек. Екіншіден, жауапкер міндетті түрде тауар белгісін коммерциялық мақсатта қолдану керек. Үшіншіден, тауар белгісін домен ретінде қолдану сол тауар белгісі әлемге әйгілі болып кеткеннен кейін басталуы керек. 1999 жылы АҚШ-та киберсквоттинг туралы заң қабылданды. Бұл заң әзірге тек АҚШ-та ғана бар.

Кейс. Барби тауар белгісін пайдаланатын Маттел компаниясы басқа компанияның барби тауар белгісін қолдану арқылы ересек адамдарға арналған тауарларды сату үшін ғаламтордағы доменге осы тауар белгісін пайдаланғаны бойынша арызданады. Маттел компаниясының ойынша бұл әрекет барби тауар белгісін әлсіретуге әкеледі. Сот істі қарау барысында істі Маттел компаниясының пайдасына шешуі әбден мүмкін. Нәтижесінде солай болды, сөйтіп өзге компанияның барби тауар белгісін домен ретінде пайдаланғаны дұрыс емес деп танылып, оған доменді Маттел компаниясына қайтару міндеті қойылды.

Жеке басы құпияларын қорғау. АҚШ-та ғаламтор арқылы жүргізілетін бизнес транзакцияларында адамның жеке басы құпияларын қорғау Құпиялылық туралы және Телекоммуникация құпиялары туралы заңдармен реттеледі. Еуропалық одақта Жеке деректерді өңдеу және электрондық коммуникациялар саласындағы құпиялылықты қорғау туралы директива бар. Бұл директиваға сәйкес жеке деректерді әділ және заңды түрде өңдеу қажет. Екіншіден, жеке деректер заңды әрі айқын мақсатта жинақталып, басқа мақсаттар үшін қолдануға рұқсат етілмейтін болу керек, сонымен бірге жеке деректер дәл және жаңартылған болуы тиіс. Дұрыс емес не толық емес деректер жойылып, не болмаса жөнделіп отыруы тиіс. Сонымен қатар,



объектіні сәйкестендіруге мүмкіндік беретін жеке деректер қажет болмаған жағдайда олар дер кезінде базадан жойылып кетуі керек.

Еуропалық одақтың Жеке деректерді өңдеу және электрондық коммуникациялар саласындағы құпиялылықты қорғау туралы директивасы өзге мемлекеттерге жеке мәліметтерді беруге тыйым салады. Осы директиваның 25-бабына сәйкес Еуропадан АҚШ-қа ақпарат ағынын тоқтату мүмкіндігі қарастырылған. Себебі, АҚШ-та жеке мәліметтер жеткілікті мөлшерде қорғалмайды. Сонымен қатар, 2000 жылы АҚШ және ЕО арасында қауіпсіз айлақ туралы келісім жасалды. Бұл келісімге сәйкес Америка компаниялары өз еріктерімен ЕО нормаларын орындауға міндет алатын болса, онда оларға жеке мәліметтер туралы ақпарат беріледі. АҚШ-қа қарағанда жеке дерекқорларды ЕО-да қорғау және пайдалану туралы кешенді заң қабылданған еді. Кешенді деректер базасын қорғау туралы ЕО директивасы әдеби, көркем, музыкалық түрде ұйымдастырылған мәтіндер, дыбыстар, суреттер, фигуралар, деректер сияқты жеке қолжетімді болуы мүмкін деп мәлімдейді. Егер деректер базасы маңызды адами техникалық және қаржылық инвестициялардың нәтижесі болатын болса, онда иеленушіге 15 жыл бойы осы деректерді қорғау құқығы беріледі.

АҚШ-та жеке деректер қорғалмайды, олар тек стенографиялық көшірмелер жасауға ғана тыйым салады. Сонымен қатар, коммерциялық веб-сайттар туралы айтып өтсек болады. Олар: ақпараттық, транзакциялық, электрондық нарықтар және ғаламтордың ашықтығы мемлекеттік реттеуді белсендірек етуді талап етеді.



Кітап: Халықаралық бизнес құқығы және заңнамалық орта: Транзакциялық көзқарас  
Дәріс: 25. Халықаралық электрондық коммерция

---