

İKV DEĞERLENDİRME NOTU

AB'DE DİJİTAL TEK PAZAR'IN
OLUŞTURULMASINA DOĞRU

Selen Akses, İKV Kıdemli Uzmanı

İKTİSADİ KALKINMA VAKFI



AB'DE DİJİTAL TEK PAZAR'IN OLUŞTURULMASINA DOĞRU

Lizbon Stratejisi (2000) ve Avrupa 2020 Stratejisi (2010) ile Avrupa Komisyonu, bilgi ve iletişim teknolojilerinin yenilikçilik, ekonomik büyüme ve istihdam alanlarında sunduğu imkânlardan AB'nin en geniş şekilde yararlanması için yol haritaları sunmuştur. Avrupa 2020 Stratejisi'nde, AB'nin bilgi toplumuna dönüştürülmesi ve bunun için de AB'de bir Dijital Tek Pazar oluşturulmasının önemine vurgu yapılmıştır. Tek Pazar sayesinde Avrupa vatandaşlarının ve şirketlerinin, ticari/kamu hizmetlerine ve kültürel/eğlence faaliyetlerine sınır ötesinde bile kolayca erişebilmeleri beklenirken, Birlikteki dijital pazarlar arasında birçok yasal ve teknik engeller bulunduğu tespit edilmiştir. Bu engelleri aşabilmek için de, Avrupa Komisyonu, 6 Mayıs 2015 tarihinde, üç temel başlıktan ve 16 farklı eylemden oluşan Dijital Tek Pazar Stratejisi'ni açıklamıştır. Söz konusu strateji ile öncelikli olarak AB'de tüketiciler ve işletmelerin dijital ürün ve hizmetlere erişimlerinin kolaylaştırılması, dijital ağların ve yenilikçi hizmetlerin geliştirilmesi için gerekli ortamın oluşturulması ve dijital ekonominin büyüme potansiyelinin desteklenme hususları saptanmıştır. 25-26 Haziran 2015 tarihleri arasında düzenlenen Avrupa Konseyi'nde, Avrupa Komisyonu'nun bu kapsamlı ve çok yönlü stratejisi Avrupa liderleri tarafından olumlu karşılanmıştır. Bu Stratejinin AB'nin tüm bölgelerinde kapsayıcı bir ekonomik büyüme sağlanması için kullanılmasının önemi de vurgulanmıştır. Bu değerlendirme notunda, Avrupa Komisyonu'nun açıkladığı yeni Dijital Tek Pazar Stratejisi'nin önceliklerini detaylı bir şekilde inceleyeceğiz.

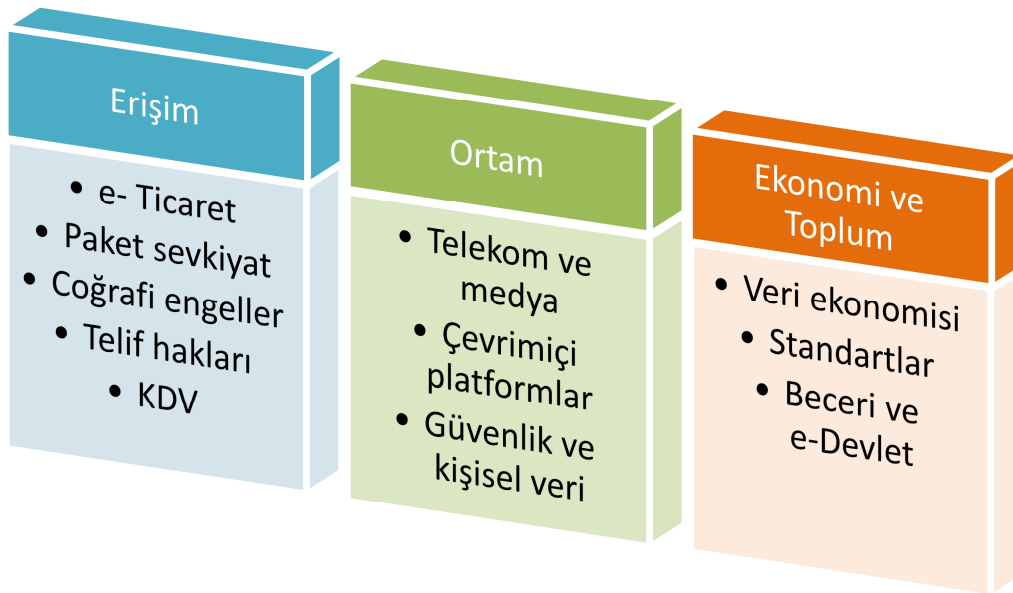
Genel tespitler:

- Günümüzde AB'de, her gün internet kullanan vatandaş sayısı 315 milyona ulaşmış durumda, ancak AB'nin bilgi toplumuna dönüşmesinde, halen birçok teknik ve yasal engeller bulunmaktadır.
- AB'de Dijital Tek Pazarın oluşturulması sonucunda, AB GSYİH'sına yaklaşık 415 milyar avro değerinde ek bir gelir ile katkıda bulunulması ve vatandaşlar için de yüz binlerce yeni iş imkânının sunulması öngörülmüştür.
- AB'deki tüketiciler ve işletmelerin dijital ürün ve hizmetlere daha iyi erişebilmeleri için Avrupa Komisyonu e-Ticaret, paket sevkiyat, coğrafi engeller, telif hakları ve KDV alanlarında önlemler alınacağını açıklamıştır.
- Avrupa Komisyonu, Görsel-İşitsel Medya ve Hizmetleri Yönergesi ve AB Telekom kurallarının gözden geçirilmesini hedeflemektedir.
- Avrupa Komisyonu, bir yandan şirketlerin daha fazla gelişmiş dijital teknolojileri kullanmalarının teşvik etmek, öte yandan da AB'nin bilgi toplumuna dönüşme sürecinde toplumun tüm kesimlerinin dijital ekonomiden faydalanmaları sağlamak için yeni önlemler belirlemiştir.

Geçtiğimiz yıllar içinde, bilgi ve iletişim teknolojilerinin hızla gelişmesiyle beraber, küresel ekonominin artık giderek dijital bir ekonomiye dönüştüğü gözlemlenmektedir. Günümüzde AB’de, her gün internet kullanan vatandaş sayısı 315 milyona ulaşmış durumda. Ancak AB’nin bilgi toplumuna dönüşmesinde, halen başta yasal ve teknik olmak üzere, birçok engeller bulunmaktadır. Bu engellerden birkaç örnek vermek gerekirse, AB nezdinde dijital pazarların bölünmüş olması, internet kullanımında güven eksikliği ve dijital beceri oranının düşük olması sonucunda dijital uçurumun artması durumları zikredilebilir. Tüm bu sorunları göz önünde bulundurarak, Avrupa Komisyonu’nun Mayıs ayında açıkladığı Dijital Tek Pazar Stratejisi ile, AB’de vatandaşlara ve şirketlere *online* özgürlüğünün sağlanması ve AB’nin tüm bölgeleri ve kesimlerinin Tek Pazar’dan faydalanmalarına imkân tanınması hedeflenmiştir. Ayrıca AB’de Dijital Tek Pazarın oluşturulması sonucunda, AB’nin GSYİH’ya yaklaşık 415 milyar avro değerinde ek bir gelir ile katkıda bulunulması ve vatandaşlar için de yüz binlerce yeni iş imkânının sunulabileceği tahmin edilmektedir.

Avrupa Komisyonu’nun üç ana başlıkta sunduğu stratejide öngörülen eylemlerin 2016 yılı sonuna kadar gerçekleştirilmesi hedeflenmektedir¹.

Şekilde: Dijital Tek Pazar Stratejisi’nin üç önceliği



1. AB’de tüketiciler ve işletmelerin dijital ürün ve hizmetlere daha iyi erişimleri

Dijital Tek Pazar Stratejisi ile tüketicilerin ve şirketlerin çevrimiçi ürünlere ve hizmetlere tüm Avrupa çapında daha kolay erişebilmeleri arzu edilmektedir. Ancak bunun için de, sınır ötesi *online* faaliyetlerinin önüne çıkan engellerin kaldırılması gerekmektedir. Bu kapsamda örneğin, AB üye ülkeleri arasında sözleşmeler ve telif hakları yasalarındaki mevcut farklılıkların kaldırılması, paket sevkiyatları ve KDV’ye ilişkin maliyetlerin düşürülmesi, sınır ötesi *online* satışlarda tüketiciler arasında güvenin oluşturulmasının yanı sıra coğrafi kısıtlamalara karşı önlemlerin alınması ve e-Ticaret

¹ Avrupa Komisyonu, “A Digital Single Market Strategy for Europe”, COM(2015) 192 final, 06/05/2015.

için yeni bir çerçevenin oluşturulması öncelik teşkil etmektedir. Bu bağlamda, Avrupa Komisyonu önümüzdeki dönemde e-Ticaret, paket sevkiyat, coğrafi engeller, telif hakları ve KDV alanlarında bazı önlemler almayı öngörmektedir.

a. Tüketici ve iş yerleri için sınır-ötesi e-Ticarette kuralların güvencibilir kılınması

2014 yılı içinde, Avrupa vatandaşlarının dörtte üçünün düzenli olarak internet kullanmalarına rağmen, tüketicilerin yüzde 44'ünün yurtiçinde ve sadece yüzde 15'inin AB'nin diğler bir üye devletinden *online* alışverişte buldukları gözlemlenmiştir. Oysa, yapılan bazı tahminlere göre, Avrupa tüketicilerinin *online* alışverişlerinde AB ürünleri ve hizmetleri arasındaki daha geniş bir yelpazeden seçme imkânlarına sahip olmaları halinde, yılda yaklaşık 11,7 milyar avro tasarruf edebilecekleri tespit edilmiştir. Bunun yanı sıra, KOBİ'lerin de sadece yüzde 7'sinin AB çapında *online* satışta buldukları saptanmıştır. Küçük *online* işletmeler de AB'nin başka bir üye ülkesinde ticarete bulunmak istedikleri takdirde, ulusal yasalara uyum sağlayabilmek için yaklaşık 9000 avroluk ek bir maliyet ile karşılaşmaktadırlar. Oysa, e-Ticaret alanında tüm AB üye devletlerinde aynı kuralların uygulandığı durumda, şirketlerin yüzde 57'sinin başka bir AB ülkesine *online* satışta bulunmaya başlayabilecekleri ya da satışlarını artıracabilecekleri tespit edilmiştir.

AB nezdinde toplamda ulusal tüketici korunması ve sözleşme ile ilgili 28 farklı kanunun bulunması, şirketlerin sınır ötesi ticaret girişiminde bulunmaları açısından engelleyici bir neden oluşturmaktadır. Rekabetçi tekliflerden faydalanamayan tüketiciler açısından da bu durum caydırıcı bir özellik taşımaktadır.

Her ne kadar geçtiğimiz yıllarda, *online* satışlarda tüketicilerin korunması ve sözleşme hakkındaki kanunlarda AB çapında belli bir uyumlaştırma çabası gösterilmiş olursa da (sözleşme öncesi bilgi formu, sözleşmenin feshine ilişkin kurallar), örneğin hatalı *online* sipariş durumlarında telafi yollarında uygulanan kuralların da AB içinde daha fazla ve etkin şekilde uyumlaştırmasına günümüzde daha fazla ihtiyaç duyulmaktadır.

AB nezdinde bazı kuralların basitleştirilmesi ve geliştirilmesi, bir yandan işletmelerin daha fazla sınır ötesi *online* satışta ve tüketicilerin de *online* alışverişte bulunmalarını kuşkusuz daha fazla teşvik edecektir. Bu nedenle, Avrupa Komisyonu, e-Ticarete ilişkin yeni AB kurallar önererek 8 Haziran 2000 tarihli ve 2000/31/EC sayılı Elektronik Ticaret Yönergesi'nin gözden geçirilmesi öngörmektedir. Bunun yanı sıra, sözleşmeye bağlı hakların netleştirilmesi ve tüketicinin haklarının hızlı ve istikrarlı bir şekilde uygulanmasının sağlanması için de Tüketicinin Korunmasında İşbirliği Tüzüğü'nün de gözden geçirmesi de Avrupa Komisyonu'nun diğler hedefleri arasında yer almaktadır.

b. Sınır-ötesi karşılanabilir maliyetli paket sevkiyatlarının sağlanması

Online satışta bulunmak isteyen şirketlerin yüzde 62'si yüksek sevkiyat ücretlerinin önemli bir sorun teşkil ettiğini belirtmişler. Bu alandaki şeffaflık eksikliği ve küçük sevkiyatlarda uygulanan yüksek maliyetler büyük sorun teşkil etmektedir. Ayrıca sevkiyat işlerine dâhil olan farklı operatörler arasında birlikte işlerlik (*interoperability*) eksikliği de sektörün verimliliğini olumsuz yönde etkilemektedir.

Avrupa Komisyonu bu alanda sanayinin aldığı önlemleri değerlendirecek ve Avrupa sevkiyatlarında (özellikle küçük çaplı sevkiyatlarda) fiyat şeffaflığının iyileştirilmesi için yeni önlemler alınmasını teşvik edecektir. Ayrıca Avrupa Komisyonu'nun, AB'de sınır ötesi sevkiyatların iyi işleyişini garantilemek adına sınır ötesi paket sevkiyat pazarlarını düzenleyici gözetim sisteminin iyileştirilmesine yönelik girişimlerde bulunması beklenmektedir.

c. **Online satışlarda coğrafi engellerinin kaldırılması**

Avrupa Tüketici Merkezleri Ağı'na² (*European Consumer Centres Network*) tüketicilerin karşılaştıkları fiyat farkları veya diğer coğrafi ayrımcılığa ilişkin gelen şikâyetlerin yüzde 74'ünün *online* sınır ötesi satışlarla ilgili olduğu gözlemlenmiştir.

Online satıcıların bazı uygulamaları, tüketicilerin AB'nin başka bir ülkesinde internet sitelerine erişimlerini engellemekte ve ürün seçeneklerini kısıtlamaktadır. Coğrafi engeller olarak bilinen bu uygulamalar ile tüketicilerin alışveriş sitesine erişimi sağlanırken, yine tüketiciler ürünü ya da hizmeti satın alabilmeleri için aynı şirketin ancak başka bir yerel sitesine yönlendirilmektedir. Oysa burada ya farklı fiyatlar uygulanmakta ya da tüketiciler farklı bir ürün/hizmet ile karşı karşıya gelebilmektedirler. Bu uygulamalar esasında pazarları ulusal sınırlar çerçevesinde bölmek amacıyla şirketler tarafından gerçekleştirilmektedir. Bu tür yöntemlerin özellikle araba kiralama sektöründe yaygın olduğu gözlemlenmektedir.

Bu uygulamalar karşısında, Avrupa Komisyonu, 2016 yılının ilk yarısında, coğrafi engellerini kaldırılmasına yönelik olarak yasa önerisinde bulunacağını açıklamıştır. Avrupa Komisyonu'nca ayrıca, AB'de e-Ticaret pazarlarına ilişkin endişeleri daha iyi tespit etmek amacıyla Rekabet Sektör Soruşturması (*Competition Sector Inquiry*) süreci başlatılmış bulunmaktadır.

d. **AB'de telif hakları yasasının modernleştirilmesi**

Dijital hizmetlerini vatandaşlara *online* olarak satmak isteyen şirketlerin yüzde 45'i telif haklarındaki kısıtlamaların yurtdışına satışlarında sorun yaratıldığını belirtmişler. Oysa, Avrupalıların yüzde 56'sı interneti kültürel amaçla kullanmaktadır. Gerçekte, özellikle görsel-işitsel programlarında içeriği telif hakları ile korunan hizmetlere erişimde engeller bulunmaktadır. Örneğin, AB'nin başka bir ülkesinde içeriği telif hakları ile korunan bir hizmete internet üzerinde erişmek ya da satın almak istendiğinde, bazen tüketicilere bu hizmetin geçersiz olduğu ya da kendi ülkesinden erişilemediği bilgisi verilmektedir. Bu durum, çoğunlukla telif hakkındaki ülkesellik ilkesine ve hak sahibi ile dağıtıcı arasındaki sözleşmedeki kısıtlamalardan doğmaktadır. Bu yasal belirsizlik sonucunda kaynaklanan sorunları çözebilmek için Avrupa Komisyonu'nun, ulusal farklılıkları asgariye indirmek ve böylelikle AB nezdinde telif hakları rejimini uyumlaştırmak için yeni yasa önerilerde bulunması beklenmektedir. Belirlenecek yeni kullar ile bu hizmetlere erişimin bir yandan kolaylaştırılması hedeflenirken, sanatçıların ve yaratıcıların da haklarını korunarak AB'nin kültürel gelişimin ve çeşitliliğinin teşvik edilmesine özen gösterilecektir.

² Avrupa Tüketici Merkezi Ağı, AB genelinde sınır ötesi davaları çözmek için bir araya gelen örgütlerden oluşmaktadır.

e. İşletmelerin farklı KDV uygulamaları kaynaklı idari yüklerinin ve maliyetlerinin azaltılması

Herhangi bir Avrupa işletmesi AB'nin başka bir ülkesine satışta bulunmak istediği takdirde, her hedef ülke için KDV yükümlükleri kapsamı çerçevesinde en az yılda 5000 avruluk maliyet ile karşılaşmaktadır. Nitekim, AB çapında farklı ulusal KDV sistemlerinin uygulanması, sınır ötesi ticarete bulunmak isteyen şirketler için büyük bir engel teşkil etmektedir.

1 Ocak 2015 itibariyle AB'de yürürlüğe yeni uygulamaya göre, tüm telekomünikasyon yayım ve elektronik hizmetlerde KDV, artık satıcının bulunduğu ülkeye göre değil, tüketicinin bulunduğu ülkeye göre alınmaktadır. Ayrıca, ilgili şirketlerin maliyetlerini ve idari yüklerini azaltmak için elektronik kayıt ve ödeme sistemi uygulamaya konulmuştur. Bu sistemin, esasında, AB içinde ve dışında *online* satın alınan maddi ürünler (*tangible goods*) için de uygulanması arzu edilmektedir.

Yukarıda da belirtildiği gibi, Avrupa Komisyonu, sınır ötesi e-ticarette farklı KDV uygulamalarından dolayı meydana gelen maliyetleri asgariye indirmeye yönelik yeni yasa önerilerini 2016 yılında sunmayı hedeflemektedir. Bu kapsamda, örneğin mevcut tek elektronik kayıt ve ödeme sisteminin uygulanmasının AB nezdindeki ve üçüncü ülkelere yönelik maddi ürünlerin *online* satışına genişletilmesi amaçlanmaktadır. Bunun yanı sıra, Avrupa Komisyonu'nca ayrıca, küçük *start-up* e-ticaret şirketlerini desteklemek adına AB çapında KDV için ortak bir eşik belirlenmesi ve sınır ötesi işletmelerin KDV ödemeleri için tek bir denetim sisteminin geliştirilmesi istenmektedir.

Avrupa Komisyonu ayrıca, 27 Eylül 1993 tarihli ve 93/83/EEC sayılı Uydu Yayınlarında ve Kablolulu Yayınlarında Uygulanan Eser Sahibinin Hakları ve Bağlantılı Haklara İlişkin Kuralların Koordinasyonu Hakkında Konsey Yönergesi'ni gözden geçirmeyi öngörmektedir. Bu Yönerge'nin kapsamında bazı yayıncıların *online* hizmetlerini genişletme imkânları değerlendirilecektir.

2. Dijital ağların ve yenilikçi hizmetlerin geliştirilmesi için gerekli ortamın koşulları

AB'de Dijital Pazarı'nda yüksek hızlı, güvenli ve güvenilir altyapılar ve hizmetler sunarak dijital ağlar ve hizmetler için doğru zeminin ev ortamının oluşturulması istenmektedir. Aynı zamanda, bu ağlar ve hizmetler tüketicilerin temel haklarının (özellikle veri güvenliği) korunması açısından da önemli bir öncelik teşkil etmektedir. Bu bağlamda, Avrupa Komisyonu'nca, gelişmiş altyapıların oluşturulması ve dijital ağlara yönelik yatırımlar için uygun yasal düzenlemelerin geliştirilmesine ilişkin girişimlerde bulunması beklenmektedir.

a. AB Telekom kurallarının gözden geçirilmesi

Dijital teknolojilerin hızla gelişmesiyle beraber, günümüzde Telekom sektörü birçok yapısal değişikliklere uğramaktadır. Buna bağlı olarak, bu sektör birçok sorunlar ile karşılaşmaktadır. Bunlardan birkaç örnek vermek gerekirse: AB'de dijital pazarların bölünmüş olması, yasal düzenlemeler arasında tutarsızlık bulunması (özellikle radyo

spektrum için) ve kırsal bölgelerdeki yatırımların yetersiz kalması hususları zikredilebilir.

Avrupa Komisyonu'nun Telekom sektörüne ilişkin tüm yasal düzenlemeleri gözden geçirip 2016 yılında yeni AB Telekom kuralları için öneriler getirmesi beklenmektedir. Avrupalı yetkililer açısından radyo spektrum politikasına yönelik işbirliğinin iyileştirmesi bir öncelik teşkil etmektedir. Radyo spektrum politikası esasında üye ülkelerin yetki alanına girmektedir ve AB nezdinde bazı kriterlerin belirlenmemiş olması pazar girişine engel teşkil ederek haksız bir rekabet ortamı yaratabilmektedir. Bu nedenle Avrupa Komisyonu'nca, radyo spektrum politikası AB üye devletlerinin yetki alanında kalmaya devam etmesi ancak radyo spektrum yönetiminin AB nezdinde daha uyumlaştırılmış bir çerçeve altında yönetilmesi tercih edilmektedir.

Bunun yanı sıra, Avrupa Komisyonu'nun, yüksek hızlı geniş bant ağlarına yönelik yatırımları teşvik edici önlemler sunması beklenmektedir. Ayrıca, pazardaki ekonomik aktörler için daha adil bir rekabet ortamının oluşturulması ve AB'de kurumsal çerçevenin güçlendirilmesi için önerilerin de getirilmesi söz konusudur.

b. 21'nci yüzyılın koşullarına uygun yeni medya çerçevesinin geliştirilmesi

21'nci yüzyılın başında yayıncılık alanında hızla gelişen teknolojileri ve pazarda oluşan yeni ihtiyaçlar doğrultusunda, AB'de görsel-ışitsel politikanın yasal çerçevesini oluşturan 89/552/EEC sayılı Sınır Tanımayan Televizyon Yönergesi'nin yerine 2010/13/EU sayılı Görsel-İşitsel Medya ve Hizmetleri Yönergesi 2010 yılında yürürlüğe girmiştir. Bu Yönerge, hem geleneksel televizyon yayın akışıyla seyircilere iletilen doğrusal hizmetler, hem de isteye bağlı video örneğinde olduğu gibi izleyicinin belli bir programı istediği zaman seyredabilmeleri amacına yönelik hizmetleri de kapsamaktadır. Avrupa Komisyonu, yeni teknoloji ve pazarda ortaya çıkan yeni ihtiyaçları dikkate alarak, Görsel-İşitsel Medya ve Hizmetleri Yönergesi'ni gözden geçirip bu yasal düzenlemenin yeni hizmetlere göre genişletilip genişletilemeyeceğini değerlendirecektir.

c. Online platformların pazardaki rolünün incelenmesi

Online platformlar (araştırma motorları, sosyal medya ve e-ticaret platformları gibi) sosyal ve ekonomi hayatta önemli bir role sahiptirler. Şöyle ki, bu platformlar aracılığıyla tüketiciler bilgilere ulaşabilmekte, işletmeciler ise de e-ticaret avantajlarından daha iyi faydalanabilmektedirler. Bu platformlardan bazıları *online* pazara erişimi kontrol edebilmekte ve böyle durumlarda özellikle kişisel bilgilerin nasıl kullanıldığına ilişkin endişe oluşturmaktadırlar. Bu nedenle Avrupa Komisyonu'nun *online* platformlarda şeffaflığı artırmaya yönelik önlemler alması beklenmektedir.

Bir diğer önemli husus da internetteki yasadışı içerikler ile mücadeledir. Günümüzde yasadışı bir içerik tespit edildiğinde (örneğin terörizm, çocuk pornosu, telif hakların ihlali), internet aracılık hizmetleri bu içeriklerin kaldırılması için etkin bir şekilde müdahalede bulunabilir. Ancak yasadışı içeriğe karşı önlemlerin yetersiz kaldığı ve alanın şeffaf olmadığı gözlemlenmektedir. Ülkeler arasındaki farklı uygulamaların da bu durumu olumsuz yönde etkilediği de düşünülmektedir. Avrupa Komisyonu'nun yasadışı

içeriklerle nasıl daha iyi mücadele edilebileceği konusunu da önümüzdeki dönem içinde değerlendirmesi beklenmektedir.

d. Dijital hizmetlerde güven ve güvenliğin artırılması (kişisel veriler alanında)

Günümüzde hızlı gelişen teknolojiler ve artan internet kullanıcı sayısı karşısında sadece sanal ortamda işlenen suç sayısının artmasıyla kalınmayıp, aynı zamanda farklı siber suç türlerinin de ortaya çıktığı gözlemleniyor. İnternet suçları arasında örneğin *online* sahtecilik, kimlik hırsızlığı ve ticari sır hırsızlığı önemli ekonomik kayıplara yol açmaktadır. Bu durum özellikle insanların temel haklarının ihlal edilmesine ve vatandaşların *online* faaliyetlere karşı güveninin de azalmasına neden olmaktadır. Nitekim internet kullanıcılarının yüzde 72'i, internet ortamında çok fazla kişisel verilerin istendiği düşünmekte ve bu konuda endişe duydukları tespit edilmiştir. Siber güvenliğinin sağlanmasında, AB sanayinin güvenilir çözümlerinin geliştirilmesine destek verilmektedir. Bu amaç doğrultusunda, 2016 yılının ilk yarısında, Avrupa Komisyonu'nca, teknoloji ve *online* ağ güvenliği alanında Kamu-Özel İşbirliği'nin oluşturulmasına ön ayak olması öngörülmüştür.

Bilindiği üzere, veri güvenliğinde, AB'de vatandaşların kişisel verilerinin korunmasının bir temel hak olduğu AB Temel Haklar Şartı'nın 8'inci maddesinde açıkça ifade edilmektedir. Avrupa Komisyonu ayrıca, 12 Temmuz 2002 tarihli ve 2002/58/EC sayılı Gizlilik ve Elektronik Haberleşme Yönergesi ile üye ülkelere, kamu elektronik iletişim ağı yolu ile yapılan iletişimin gizliliğini ve elektronik iletişim sektöründe işlenen kişisel verilerin korunmasını sağlama zorunluluğunu getirmiştir. Ancak günümüzde veri güvenliğine ilişkin AB kurallarının yeniden değerlendirilmesine ihtiyaç duyulmaktadır. Nitekim 2012 yılında Avrupa Komisyonu'nun sunduğu veri güvenliği reform paketine ilişkin değerlendirme çalışmalarına Avrupa Konseyi ve Avrupa Parlamentosu tarafından devam edilmektedir. Bu organların 2015 yılı sonuna kadar bir anlaşmaya varmaları ve Avrupa Komisyonu'nun Gizlilik ve Elektronik Haberleşme Yönergesi'ni gözden geçirmeleri beklenmektedir.

3. Dijital ekonominin büyüme potansiyelinin desteklenmesi

AB'nin uluslararası arenada rekabet gücünü koruyabilmek için ekonomisinin tüm sektörlerinin gelişmiş dijital teknolojilerden faydalanmaları şart. Oysa Avrupa şirketlerinin sadece yüzde 1,7'si bu teknolojilerden yararlanmaktadır. Buna karşı, yüzde 41'inin de hiç faydalanmadığı tespit edilmiştir. Bir yandan şirketlerin daha fazla gelişmiş dijital teknolojileri kullanmalarının teşvik edilmesi, öte yandan da AB'nin bilgi toplumuna dönüşme sürecinde toplumun tüm kesimlerinin dijital ekonomiden faydalanmaları da büyük önem arz etmektedir.

a. Veri ekonomisinin oluşturulması

Geçtiğimiz son birkaç yıl içinde, Büyük Veri (*Big Data*) ve Bulut Bilgi (*Cloud Computing*) kullanımı giderek yaygınlaşmıştır. Nitekim, 2013 yılında dijital verilerin yüzde 20'si bulutta depolanmakta ve bu oranın 2020 yılına kadar yüzde 40'a çıkarılması hedeflenmektedir. Yapılan araştırmalara göre, ilk yüze giren Avrupalı üreticilerin büyük veri kullanmalarının 425 milyar avroluk bir tasarruf sağlayabileceği hesaplanmıştır. Ancak şirketlerin veri teknolojilerinden tam anlamıyla faydalanabilmeleri için de, birçok yasal ve teknik engellerin kaldırılması gerekmektedir. Örneğin verilerin coğrafi konumu,

tef hakları ve birlikte çalışabilir sistemlere ilişkin sorunlar ile karşılaşmaktadır. Özellikle üye devletlerin verileri kendi ülkelerinde koruma zorunda olmaları, hizmet sunucularının çok masraflı yerel altyapıları oluşturmalarını gerektirmektedir. Bunların yanı sıra, işletmeler ve tüketicilerin sınır ötesi bulut hizmetlerini kullanmak konusunda ciddi tereddütler yaşadıkları gözlemlenmektedir. İşletmeler ve tüketiciler özellikle güvenlik ve temel haklarının ihlal edilme olasılıklarından endişe duymaktadırlar. Hizmet sunucularına ilişkin bir diğer endişe konusu da, sözleşmenin şartları ve süresi ile ilgilidir. Örneğin sözleşmenin feshedilmesi ya da başka bir hizmet sunucuya geçilmesi durumlarında bazı zorluklar çıkabilmektedir.

Dijital Tek Pazar'ını oluşturmak için, Avrupa Komisyonu'nun yasal ve teknik engelleri kaldırarak AB içinde serbest dolaşımı sağlaması gerekmektedir. Bu kapsamda, veri tabanının depolanması veya işlenmesi ile ilgili olarak kısıtlamaların giderilmesi için önlemlerin öncelikli olarak alınması beklenmektedir. Avrupa Komisyonu ayrıca, sözleşmeler, bulut hizmet sunucularının değiştirilmesi ve araştırma gibi birçok alanı kapsayacak Avrupa Bulut Girişimi'ni (*European Cloud Initiative*) başlatacaktır.

b. Birlikte çalışabilirlik ve standardizasyon ile rekabetin artırılması

Dijital ekonomide, bilgi sistemlerinin birlikte çalışabilirliğinin sağlanmasıyla toplum, kamu hizmetleri ve kuruluşları arasındaki sınır ötesi iletişim daha etkinleştirilebilir. AB'de Dijital Tek Pazar'da yeni teknolojilerin birlikte çalışabilirliğini kolaylaştırmak için ise, AB çapında ortak standartların belirlenmesi büyük önem taşımaktadır. Siber güvenlik, bulut bilişim, büyük veri ve telif hakları gibi alanlarda özellikle ortak standartların belirlenmesine büyük ihtiyaç duyulmaktadır. Bu tespitler doğrultusunda, Avrupa Komisyonu, önümüzdeki dönem içinde Dijital Tek Pazar için önem taşıyan alanlarda (örneğin sağlık, çevre ve ulaşım planlama gibi) birlikte çalışabilirlik ve standardizasyon konusunda önceliklerini belirlemeyi öngörmektedir.

c. Kapsayıcı bir bilgi toplumunun oluşturulması

AB'nin bilgi toplumuna dönüşme sürecinde, dijital beceriye sahip çalışanlara ihtiyaç giderek artmaktadır. Bu konuda önlemler alınmadığı takdirde, 2020 yılına kadar AB'de bilgi ve iletişim teknolojiler alanında uzman eksikliğinin 825 bine çıkabileceği tahmin edilmektedir. Günümüzde Avrupa nüfusun yüzde 47'sinin halen dijital becerilere tam anlamıyla sahip olmadığı tespit edilmiştir. Bu nedenle, önümüzdeki dönem içinde, Avrupa Komisyonu'nun vatandaşlar için gerekli dijital becerilerini geliştirme imkânlarının sağlanması için girişimlerde bulunması beklenmektedir.

AB kamu kurumları yeni teknolojilerinin sunduğu imkânları değerlendirerek *online* kamu hizmetlerinin önemli ölçüde gelişmesini sağladılar. Ancak kamu yönetiminin modernleştirilmesi ile beraber kamu hizmetlerinin bilgi sistemlerinin sınır ötesi birlikte çalışılabilir kılınması ve kamu kuruluşların vatandaşlar ile iletişiminin kolaylaştırılmasına gerek duyulmaktadır. Bu nedenle, Avrupa Komisyonu, 2016 ve 2020 yollarını kapsayacak e-Devlet Eylem Planı için halen hazırlık çalışmaları yürütmektedir. Bu stratejiyle, Avrupa Komisyonu'nun özellikle ticari sicil kayıtları, e-alımları ve e-imzalar alanlarında yeni düzenlemeler getirmesi beklenmektedir. Avrupa Komisyonu'nun 2016 yılında "Bir Kere İlkesi"ne (*Only Once Principle*) ilişkin bir pilot proje başlatması da öngörülmektedir. Söz konusu proje ile vatandaşların ve işletmelerin kamu yönetimine bir kere bilgi vermelerini sağlayarak bürokrasinin önüne geçilmesi amaçlanmaktadır.

Genel tabloya baktığımızda, Dijital Tek Pazarı'nın oluşmasında, AB'deki bölünmüş pazarların yanı sıra, halen birçok yasal ve teknik engeller de bulunmaktadır. Bir yandan bu engellerin kaldırılması için önlemlerin alınması gerekirken, aynı zamanda vatandaşların haklarının güçlendirilmesi ve buna göre onların internet ortamında kendilerini daha güvende hissetmelerini sağlamak da önem teşkil etmektedir. 2015-2016 yıllarını kapsayan bu Strateji ile Avrupa 2020 Stratejisi'nin Dijital Gündem girişimi kapsamında belirlenen önceliklerin ve hedeflerin karşılanmasında önemli katkılar sağlayacağı kuskusuzdur. Ayrıca Avrupa KOBİ'lerinin e-ticaret imkânlarından yeterince faydalanmadıkları da göz önünde bulundurulursa, bu Strateji, özellikle KOBİ'lerin sınır-ötesi satışlarının teşvik edilmesi ve genel anlamda e-Ticaretinin geliştirilmesi açısından büyük önem taşımaktadır.