

ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ В БЕЛАРУСИ

Т.А. Жилинская¹, Л.А. Попкова²

¹ - студентка 3 курса, факультета УЭФ, группы УТ-1, Белорусского государственного экономического университета

² - научный руководитель, старший преподаватель кафедры информационных технологий, Белорусского государственного экономического университета, Минск, 220627, Партизанский пр., 26, тел. (8017) 249-19-81, e-mail:

Аннотация. Сегодня Internet изменяет классические экономические и бизнес парадигмы, коренным образом влияет на сферу делового сотрудничества. Происходит развитие новой модели ведения бизнеса – электронная коммерция, - которая приносит ощутимые выгоды ее участникам. Возникновение электронной коммерции является первым этапом формирования новой цифровой экономики. В результате одновременного сосуществования новой и старой экономик Беларусь получает уникальную возможность для своего дальнейшего развития.

Ключевые слова: электронная коммерция, Internet, информационно-коммуникационные технологии, информационная и коммуникационная инфраструктура.

1. ВВЕДЕНИЕ

Internet – одно из наиболее важных и весомых в жизни общества достижений науки и техники XX века.

Появившись, как инструмент, облегчающий научный и академический обмен, Internet стал применяться в повседневной жизни и теперь доступен в любой точке земного шара. Internet также изменяет классические экономические и бизнес парадигмы, коренным образом влияет на сферу делового сотрудничества. Наблюдается развитие новой модели коммерческого взаимодействия – электронной коммерции, - при участии в которой продавцы и потребители действуют в рамках вновь сформировавшегося электронного рынка, из чего извлекают огромную выгоду и получают значительные по размерам суммы прибыли. В свою очередь предприниматели с небольшим капиталом при участии в электронной коммерции получают возможность значительно упростить процедуру открытия нового дела и имеют доступ к мировой потребительской сети.

Экономические преимущества новой технологии ведения бизнеса становятся все более ощутимыми: с одной стороны, происходит очевидное снижение транзакционных издержек, существенно облегчается связь покупателя с продавцом,

становится возможным оперативное обсуждение вопросов качества. С другой стороны, новый электронный рынок характеризуется высокой степенью адаптации к непредсказуемым изменениям в окружающем мире.

Кроме того, участие в электронной коммерции облегчает поиск новых рынков сбыта в условиях быстроизменяющейся структуры спроса и предложения, упрощает процедуры делового взаимодействия, устраняет информационные, административные и процедурные барьеры между производителями и потребителями продукции при одновременном формировании полномасштабной и ясной картины о товарных и финансовых потоках, объемах производимых и реализуемых продукции и услуг.

С возникновением и развитием электронной коммерции стало возможным говорить о формировании цифровой экономики, основанной на Internet и информационных и коммуникационных технологиях. Одновременное существование старой и новой экономик предоставляет уникальные возможности для стран с переходной экономикой, в том числе и для Республики Беларусь.

Беларусь получает возможность по средствам выработки и реализации новых экономических подходов построить новую экономическую систему, способную

обеспечить реальный общественный прогресс, повысить уровень жизни населения и т.д.

Важно не упустить предоставляющуюся возможность для чего необходимо создавать и постоянно поддерживать необходимые условия для эффективного функционирования электронной коммерции в Беларуси. Информационно-коммуникационный сектор становится все более решающим для современных обществ. И дело не только в росте товарооборота, сокращении общих издержек производства и упрощении процедуры торговли, а также и в том, что новые средства информатизации позволяют намного полнее, чем раньше (т. е. в прошлых АСУ), реализовать в производстве и распределении творческие идеи руководителей компаний и фирм.

С развитием мировой электронной коммерции появились целые пространства торговли и обмена информацией на международном уровне в различных секторах (розничной торговли, химической, сельскохозяйственной и др.). В таких условиях глобальный электронный рынок при условии решения некоторых проблем и при умелом маркетинге постепенно перерастает во всемирную электронную торговую систему. Поэтому страны с переходной экономикой, в особенности Республика Беларусь, понимая всю важность Internet, как действенного инструмента экономического и промышленного развития, развивая его инфраструктуру, имеют все основания стать полноправными участниками международных торговых отношений.

2. ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ В БЕЛАРУСИ

2.1. Условия для развития и эффективного функционирования электронной коммерции в Республике Беларусь

По мнению экспертов, есть все основания полагать, что Беларусь может добиться значимых результатов в ведении электронной коммерции, основываясь на ценности имеющихся у нее человеческих ресурсов, навыках, выгодном

географическом положении между Европой и Азией.

В последние годы страны Европы четко осознали, что за счет наращивания информационного капитала становится возможным сократить до минимума цифровой разрыв с США и за счет этого превратиться в основной электронный регион в новом пространстве. Рост своего информационного потенциала страны Европы осуществляют по средствам роста числа подключений к Internet, формирования государственных и частных ресурсов, использования новых стандартов и форм ведения электронной коммерции.

В этих условиях для Республики Беларусь также необходимо принять соответствующие решения и выработать на их основе стратегию, которая позволила бы Беларуси превратиться из так называемого сборочного цеха в один из ключевых информационных и коммуникационных центров, позволяющих соединить воедино товарные и транспортные потоки с современными технологиями производства и торговли товарами и услугами.

Беларусь, также как и развитые европейские страны, может сыграть ключевую роль при распространении новых возможностей цифровой экономики в страны СНГ и другие регионы мира, особенно в страны Ближнего Востока, с которыми у Беларуси сложились тесные взаимоотношения, не омраченные прошлым историческим опытом [4, с.2].

Став одним из основных электронных регионов в новом мировом информационном пространстве, Беларусь одновременно с этим обеспечит трансфер новых технологий и подготовку необходимого числа высококвалифицированных кадров. Это позволит Беларуси, имея долю в трансфере любых товаров и услуг автоматически подтвердить и закрепить свою вовлеченность в мировую экономику, что, безусловно, крайне экономически и политически выгодно для нашего государства. Одновременно, поддерживая развитие своей информационной инфраструктуры, Беларусь имеет все основания стать одной из ведущих стран в мировой электронной коммерции.

Занять ведущую позицию в сфере электронной коммерции Беларусь может на основе использования имеющегося в республике на сегодняшний день

интеллектуального потенциала в области Internet-технологий, что, несомненно, дает нашему государству уникальную возможность отказаться от догоняющей модели развития и совершить мощный рывок вперед, став одним из европейских лидеров в экспорте программных продуктов, информационных технологий и транзите информации.

Сегодня экспорт Республики Беларусь очень незначителен по целому ряду причин и общее правило о том, что степень вовлечения страны в мировой торговый оборот обратно пропорциональна величине этой страны, в Беларуси не работает. На наш взгляд, это отчасти обусловлено неразвитостью белорусской информационной структуры, отсутствием практики осуществления и законодательного оформления транзита информации, слабым участием Беларуси в таких составляющих электронной коммерции как электронный маркетинг и электронная торговля.

Несмотря на то, что все-таки в Беларуси разработкой и экспортом программного обеспечения заняты более 50 различных коммерческих структур, в которых трудится часть тех высококвалифицированных программистов и некоторое количество пока еще студентов старших курсов БГУ и БГИР (которые как раз и являются одной из основных предпосылок для развития и успешного функционирования белорусской электронной коммерции), белорусские программисты, к сожалению, больше работают на развитие внешнего мира, чем на развитие и поддержание отечественной экономики, обслуживая транснациональные компьютерные корпорации, которые доводят идеи и продукты белорусских программистов до коммерческого уровня, а затем получают колоссальные прибыли от их продажи. Но ведь труд программистов при умелой его организации и соответствующей государственной поддержке мог бы стать одной из важнейших статей экспорта Беларуси, ресурсом для дальнейшего развития экономики, условием хорошего экономического роста государства.

Беларусь традиционно обладает значительным потенциалом в области обычных и высокоинтеллектуальных информационных технологий и естественно ориентирована не только на российский рынок программного обеспечения, но и на

американский и европейский рынки, так как многие выпускники белорусских вузов работают в зарубежных компаниях. Потенциал столь значителен, что Беларусь в состоянии влиять на темпы развития рынка программного обеспечения и информационных технологий в Восточной и Западной Европе, обеспечивая годовой объем работ по самым скромным подсчетам от 500 млн. до 1 млрд. долларов [4, с.4]. При этом также следует принимать во внимание, что группы белорусских программистов, в отличие от китайских или индийских программистов, которые полностью готовят на экспорт не более 5 % предназначенных к продаже программных продуктов, продают свои программы полностью законченными и готовыми к непосредственной их эксплуатации. Важно и то, что белорусские программисты имеют возможность работать со своими европейскими коллегами практически в одно рабочее время в связи с географическим положением Беларуси.

Несомненно, что белорусское правительство и Президент на сегодняшний день хорошо осознают ценность наличия большого числа высококвалифицированных специалистов в области информационных технологий и компьютерной техники в формировании и успешном функционировании электронной коммерции в республике. Подтверждением этого стал Указ Президента Республики Беларусь «О государственной поддержке разработки и экспорта информационных технологий», который создает правовую основу для ускоренного формирования в стране отечественной индустрии информационных технологий и позволит снизить отток специалистов, занятых в этой области. Согласно этому документу, юридические лица, являющиеся членами создаваемой в Беларуси научно-технической ассоциации разработчиков информационных технологий, «освобождается от налогов, сборов и других обязательных платежей в республиканский бюджет и в государственные внебюджетные фонды в части выручки от реализации информационных технологий и услуг по их разработке, кроме налога на прибыль, который уплачивается в части указанной выручки по ставке 5%, а также кроме отчислений в Фонд социальной защиты населения». Кроме того, вышеуказанные

компании освобождаются от обязательной продажи части полученной ими валютной выручки.

К числу условий, дающих возможность формировать и развивать электронную коммерцию в Беларуси, на наш взгляд, является и тот факт, что в 2000 г. был принят Закон об электронном документе, в стране существует около 100 000 пользователей Internet, реализуется информационная поддержка предпринимательства на базе Internet и отечественной технологии Телеинтернет, создан ряд отраслевых и ведомственных информационных систем.

Таким образом, Беларусь, на наш взгляд, обладает объективными и фундаментальными условиями для того, чтобы по праву стать одним из передовых мировых регионов в сфере электронной коммерции, в частности электронного рынка телекоммуникационных и информационных технологий и услуг.

2.2. Преимущества электронной коммерции для Беларуси

Как уже указывалось ранее, Беларусь обладает определенными условиями для формирования и успешного развития электронной коммерции. Однако возникает вопрос, что дает развитие электронной коммерции белорусскому государству и обществу?

На наш взгляд, для органов государственного управления развитие электронной коммерции обеспечивает доступ к оперативной информации для проведения анализа деятельности внутреннего и внешних рынков товаров и услуг, прогнозирования ситуации, как по отдельным товарным группам, так и по отраслям и регионам в целом. Это позволит государству более эффективно проводить экономические реформы, бороться с коррупцией и теневой экономикой, осуществлять социальные программы, развивать внешнеэкономические связи.

Товаропроизводители и предприниматели получают доступ к разнообразной информации о товарах и услугах трудовых ресурсов, потенциальных партнерах, комплектующих и сырье, биржевых котировках на региональных и мировых рынках, санкционированной статистической и таможенной информации, инвестиционных проектах и т.п. Кроме того, как уже

отмечалось ранее, за счет использования современных информационно-телекоммуникационных технологий и развитого консалтинга будет существенно упрощено преодоление административных и процедурных барьеров и сокращены издержки производства и торговли товарами и услугами. В совокупности все это облегчит выход на внутренний и внешние рынки малому и среднему предпринимательству, позволит более легко привлекать инвестиции для осуществления инновационных проектов.

Участие в электронной коммерции, кроме того, приведет к сокращению длительности цикла «поставка-производство-продажа», произведет оптимизацию денежного потока, существенно сократит складские запасы и снизит затраты, создаст новые каналы маркетинга и продажи, предоставит конкурентные преимущества.

Для простых потребителей электронная коммерция по средствам одной из своих систем (электронной торговли) сделает возможным ликвидировать институт посредников (продавцов в обычном магазине), сокращение затрат времени на приобретение каких-либо товаров и услуг и снижение цен на потребительские товары более чем на 30 %. Кроме того, потребитель получает возможность решать самому, как и когда ему нужно приобрести новые товары или воспользоваться новыми услугами. Также произойдет создание новых рабочих мест в сфере электронной торговли, маркетинга, рекламы, доставки товаров, анализа информации.

2.3. Современное состояние и проблемы электронной коммерции в Республике Беларусь

Современное состояние белорусского сегмента Internet соответствует уровню развития российского Internet 1,5-2 года назад. Основными факторами, сдерживающими развитие, Internet в Беларуси в настоящий момент являются:

- неблагоприятная экономическая ситуация в стране;
- отсутствие интереса у иностранных инвесторов из-за незначительной привлекательности белорусского сегмента Internet;
- монополизация услуг доступа к Internet РО «Белтелеком»;

- небольшая численность населения РБ и еще пока недостаточное число пользователей Internet;

- недостаточная правовая урегулированность сферы Internet.

Ввиду существенного отставания в развитии белорусского сегмента Internet, электронная коммерция в РБ только начинает формироваться. О чем свидетельствуют следующие факты.

Как известно, Internet может служить инструментом для взаиморасчетов между коммерческими организациями, что в мировой практике определяется как модель электронной коммерции B2B. Такая электронная коммерция в Беларуси сегодня сводится только к оформлению через Internet заказов, предварительной документации и, таким образом, не предусматривает перевод денег посредством Internet-технологий, в то время как коммерческие предприятия других стран уже активно используют данную модель. Например, корпорация Intel осуществляет до 1 млн. таких транзакций в месяц, что приносит ей огромный доход.

Также в мировой электронной коммерции существует еще одна модель – B2C. Суть данной модели состоит в том, что обычный потребитель может совершать покупки, а производитель определенных товаров или услуг или просто торговый посредник на пути движения товаров от производства к их потреблению реализовывать посредством Internet свою продукцию или оказывать услуги. Сегодня в BY-net функционирует около сотни небольших магазинов, совокупный годовой доход которых оценивается в 120-150 тыс. USD. Однако организуются белорусские Internet-магазины таким образом, чтобы выписать клиенту готовую счет-фактуру, которую ему необходимо будет оплатить в обычном порядке и только после этого придти и получить отобранный им товар. В данной ситуации очень частыми являются случаи, когда после оплаты отобранного товара покупателям приходится долго ожидать его получения, поскольку нужного им товара просто может не оказаться на складе продавца.

Можно также упомянуть еще о существовании такого вида электронной коммерции в Беларуси как так называемый Internet-promotion или попросту баннерная реклама.

К числу основных причин сдержанного развития электронной коммерции в Республике Беларусь, порождающих соответствующие проблемы в данной технологии ведения бизнеса, относятся:

- незначительное число белорусских пользователей Internet и их невысокая платежеспособность;

- отсутствие доступного широкому кругу юридических и физических лиц механизма осуществления электронных платежей;

- общая неразвитость Internet (технологические проблемы и слабая инфраструктура);

- внутренний менталитет и стереотипы государственных органов и основных коммерческих структур;

- отсутствие государственной поддержки в развитии белорусской Internet-экономики.

Одной из наиболее важных из перечисленных выше причин, которая одновременно с другими причинами является одной из наиболее серьезных проблем на пути развития электронной коммерции, является организация платежей в Internet.

На сегодняшний день оплата приобретенных в Internet товаров или услуг чаще всего производится, как уже отмечалось нами ранее, на основании предварительно выписанного счета-фактуры на данные товары или услуги, либо используется более удобный для потребителя, но не очень выгодный для продавца способ оплаты наличными при доставке товара курьером или отправке его покупателю наложенным платежом.

Держатели собственных сайтов при оплате за предоставление ими своих сайтов для размещения на них баннерной рекламы предпочитают, чтобы оплата за их услуги производилась не непосредственно на их валютный или иной другой счет, а опять же наличными лично покупателем или посредством международной системы почтовых переводов Western Union, поскольку вся информация о поступлении денежных средств от покупателя на валютный или рублевый счет подается в налоговую инспекцию, а ставка подоходного налога, в соответствии с действующим законодательством, для физических лиц с определенной суммы начинает равняться 30%. Международная система Western Union при переводе денег берет с их отправителя

около 9% за оказываемые услуги, а в Беларуси с получателя взимается только 5% государственной пошлины.

Юридические лица, которые являются владельцами сайтов и предоставляют возможность разместить на них баннерную рекламу, также оказываются не в лучшем положении, поскольку при поступлении, к примеру, на их валютный счет валютной выручки по действующему законодательству они обязаны продать часть валюты на Белорусской валютно-фондовой бирже по не самому выгодному курсу, а также уплатить соответствующее суммы налогов на доходы и прибыль.

Конечно, существуют и другие схемы оплаты товаров и услуг, приобретаемых через Internet. Например, для оплаты можно воспользоваться кредитной картой Visa, MasterCard или American Express, но вряд ли сегодня найдется много белорусских пользователей Internet, которые смогут позволить какую-либо из перечисленных выше кредитных карт, если принять во внимание, то только одно ее открытие потребует от будущего владельца порядка 400 USD.

В настоящее время в Беларуси существуют смарт-карты Белкарт, но, к сожалению, они не могут использоваться в целях оплаты, поскольку наверняка не будут расценены как действительное платежное средство в подавляющем большинстве электронных магазинов в Internet.

Наиболее реальным и пока самым приемлемым способом преодоления проблемы организации платежей в Internet является введение нового типа кредитных карт, так называемых Internet-карт, для физических лиц-пользователей Internet. Однако пока данный проект находится в процессе его разработки и в ближайшее время скорее всего в жизнь не притворятся.

Одной из самых больших проблем в развитии электронной коммерции в Беларуси также можно считать необходимость преодаления внутреннего менталитета и сложившихся за многие годы стереотипов в государственных органах и коммерческих структурах, неспособность сотрудников принять стратегию электронной коммерции или хотя бы признать необходимость ее разработки. Как с политической, так и с технологической точки зрения это один из наиболее сложных барьеров, с которым

приходится сталкиваться тем, кто пытается реализовать стратегию электронной коммерции в Беларуси.

Еще одним важным препятствием на пути развития электронной коммерции в Республике Беларусь являются технологические проблемы и слабая развитость информационной и телекоммуникационной инфраструктуры. Очевидно, что для более эффективного развития электронной коммерции в Республике Беларусь необходимо, чтобы информация была доступна 24 часа в сутки 7 дней в неделю. При этом информационные службы должны обеспечить обновление информации через определенные интервалы времени, которые могут равняться от нескольких часов до нескольких минут. Прямым следствием слабой развитости телекоммуникационной структуры Беларуси является плохое качество коммуникаций и достаточно дорогой и зачастую слишком медленный Internet, что не может отрицательно сказаться на функционировании белорусской электронной коммерции.

На основании всего выше сказанного можно сделать отнюдь не утешительный вывод о том, что в настоящее время для Республики Беларусь электронная коммерция в ее настоящем применении все еще является перспективой нежели реальностью. Перспективой, развитие которой чаще ассоциируется с трудностями, чем с реальной экономической выгодой.

2.4. Возможные пути преодоления проблем в белорусской электронной коммерции

Как уже отмечалось нами ранее, электронная коммерция в Республике Беларусь находится на первой, начальной, стадии своего развития. Дальнейшее ее развитие и функционирование в Беларуси связаны с рядом проблем, которые также в значительной мере снижают эффективность функционирования электронной коммерции даже на данной стадии ее существования в республике.

Для преодоления этих проблем правительство и ведущие государственные и коммерческие компании должны разработать свои Internet-стратегии и подготовить планы своих действий, связанных с дальнейшим

развитием электронной коммерции. Эти стратегии и планы действий составят основу национальной программы по развитию электронной торговли, прежде всего, в таких сферах, как, право, налоги, стандарты, платежи, системы доставки.

При этом, чтобы реально оказаться действенными при их практической интерпретации, разрабатываемые планы и стратегии должны основываться на утверждении определенных принципов, которые непосредственно и будут способствовать дальнейшему развитию электронной коммерции в Беларуси и повышению эффективности участия в ней как в новой форме бизнес-процесса:

1. Частный сектор должен являться ведущим.

Хотя в начальном финансировании развития электронной коммерции определенную роль играет правительство, основной вклад в данную сферу осуществляет частный сектор. Для процветания электронной коммерции, частный сектор должен оставаться ведущим. Лишь при условии свободного развития рынка, а не строгого регулирования, могут появиться нововведения, широкий спектр услуг, новые участники коммерции и низкие цены.

Таким образом, правительство должно поощрять саморегуляцию промышленного сектора и при этом поддерживать стремление предприятий частного сектора к развитию механизмов для успешного оперирования Internet при осуществлении хозяйственной деятельности. Даже там, где необходимы коллективные соглашения или принятие общих стандартов, ведущую роль для их организации должны играть частные предприятия. А в тех случаях, когда необходимы правительственные действия или межправительственные соглашения, например, в области таможенных тарифов, участие частного сектора должно являться формальной частью осуществления определенного политического курса.

2. Правительство должно избегать чрезмерных ограничений электронной коммерции.

Различным сторонам должна предоставляться возможность заключения законных соглашений о продаже или покупке товаров, а также они должны свободно пользоваться услугами Internet при

минимальном вмешательстве со стороны правительства. Излишняя регуляция коммерческой деятельности будет нарушать процесс развития электронного рынка, снижая предложение и увеличивая цену на товары и услуги. Ввиду этого, правительство должно воздерживаться от введения новых и излишних регуляционных ограничений, бюрократических процедур, налогов и тарифов в сфере коммерческой активности, которая осуществляется при помощи Internet.

3. В тех случаях, когда вмешательство правительства необходимо, оно должно проводиться с целью поддержать и усилить предсказуемую, последовательную и простую правовую коммерческую среду.

В некоторых случаях для содействия электронной коммерции и защиты потребителя может оказаться необходимым правительственное вмешательство. Тогда правительство должно стремиться установить предсказуемую и простую правовую среду, основанную на децентрализованной, договорной модели права. Целью правительственного вмешательства в сферу электронной коммерции должно являться содействие и поощрение конкуренции, защита интеллектуальной и частной собственности, предотвращение мошенничества, поддержка коммерческого взаимодействия, разрешение спорных вопросов.

4. Правительство должно признавать уникальность свойств Internet.

Электронная коммерция сталкивается с серьезными проблемами, когда она пересекается с существующими регуляционными схемами. Поэтому не стоит допускать, чтобы регуляционные основы, установленные ранее для телекоммуникаций, радио и телевидения, сегодня использовались для Internet. Регуляция должна осуществляться лишь в случае необходимости, как средство важных общепринятых целей.

5. Содействие проведению электронной коммерции при помощи Интернет должно проводиться на глобальном уровне.

Internet становится глобальной рыночной сетью. Правовые основы поддержки коммерческого взаимодействия при помощи Internet должны подчиняться последовательным принципам, принимаемым на национальном и международном уровнях.

Кроме того, для преодоления существующих в белорусской электронной коммерции проблем нужно:

1. Принятие при содействии государства необходимых мер по формированию конкурентной информационной среды, создание с этой целью совместных предприятий и финансово-промышленных групп, привлечение инвестиций для технологического обновления производства и сферы услуг, создание соответствующих условий для максимального привлечения к работам по формированию информационной инфраструктуры деловой элиты.

2. Выработка в государственной политике особой правовой стратегии, ключевым моментом которой являлось бы создание новых законов об электронной коммерции.

3. Построение предприятиям связи (РО «Белтелеком») равноправных отношений между Internet-провайдерами на принципах либерализации рынка информационных и телекоммуникационных услуг, обеспечение легкого и дешевого доступа к Internet путем снижения тарифов и оплаты за телекоммуникационные услуги, содействие развитию внутригосударственной информационной инфраструктуры, повышению качества информационно-коммуникационных услуг.

3. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Беларусь обладает достаточным количеством объективных и фундаментальных условий для того, чтобы по праву стать одним из передовых мировых регионов в сфере электронной коммерции, что, несомненно, принесет Беларуси возможность за счет конструирования новой экономической системы, основанной на Internet и современных ИКТ, обеспечить себе реальный общественный прогресс, ускорить темпы экономического роста, повысить благосостояние своих граждан и т.д.

Однако на сегодняшний день в Беларуси, несмотря на очевидные выгоды, приносимые электронной коммерцией белорусскому государству и обществу, ввиду существенного отставания в развитии белорусского сегмента Internet, электронная коммерция только начинает формироваться. Из возможных вариантов существования электронной коммерции в Беларуси частично функционирует модель B2C и модель B2B, а

также осуществляется предоставление услуг по размещению баннерной рекламы.

Наиболее важными проблемами, тормозящими развитие электронной коммерции и снижающими ее эффективность, в Беларуси являются:

- отсутствие доступного широкому кругу юридических и физических лиц механизма осуществления электронных платежей;
- общая неразвитость Internet (технологические проблемы и слабая инфраструктура);
- внутренний менталитет и стереотипы государственных органов и основных коммерческих структур.

Решение данных проблем, на наш взгляд, в основном зиждется на разработке Internet-стратегий и планов правительством и ведущими государственными и коммерческими компаниями, с соблюдением при этом определенных принципов.

Также должны быть приняты меры по созданию необходимых условий для либерализации рынка информационных и телекоммуникационных услуг и привлечения инвестиций в техническую инфраструктуру электронной коммерции, а также для равноправного участия и кооперации на рынке услуг государственных и частных Internet-провайдеров; по ограничению монополизма и развитию конкуренции и сотрудничества в сфере формирования информационной инфраструктуры Беларуси.

ЛИТЕРАТУРА

1. Батракова С. Электронная коммерция в Беларуси: миф или реальность. Мн, 2001.
2. Мацку В. Руководство торговыми узлами. Индивидуальный защитный шлюз для мелких и средних предприятий на глобальном электронном рынке. Мн., 2000.
3. Общие правила глобальной электронной коммерции.
4. Панышин Б.Н. Цифровая экономика и проблемы развития электронной коммерции в Республике Беларусь. Мн., 2000.
5. Панышин Б.Н. Электронная коммерция: проблемы и перспективы для Беларуси // Торговля, № 2, 2001.
6. Хугас Д. Роль электронных рынков при ведении business to business торговли. Мн., 2000.
7. Шейко Д. Интернет-коммерция в Беларуси // Мир Internet, №1, 2000.