

- обеспечение гарантий прав венчурных компаний на интеллектуальную собственность;
- создание условий для задействования механизма соединения инвесторов с венчурными предпринимателями;
- разработка эффективного механизма порядка образования и использования средств венчурного фонда;
- разработка нормативно-правовой базы, регламентирующей правовые отношения в сфере венчурного инвестирования;
- разработка Методологии оценки рыночных перспектив коммерциализации научно-технической продукции в рамках реализации венчурных проектов.

Савко П. В., БГЭУ (Минск)

ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНЫ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Интернет-магазины в Республике Беларусь являются одной из сравнительно новых и динамично развивающихся форм торговли, поэтому возникает необходимость характеристики особенностей процесса создания интернет-магазина как с правовой, так и организационной стороны.

Как правило, интернет-магазины специализируются на розничной торговле, которая в Республике Беларусь подлежит лицензированию. Выдача лицензии осуществляется в соответствии с Положением «О порядке выдачи субъектам хозяйствования специальных разрешений (лицензий) на осуществление розничной торговли и торгово-производственной деятельности».

Если отсутствует возможность арендовать торговый объект, то можно «привязать» онлайн-магазин к стационарному магазину, обладающему лицензией и торговым объектом. Разграничение функций между оффлайн и онлайн-магазинами должно быть оформлено таким образом, чтобы деятельность каждого из них осуществлялась в рамках действующего законодательства.

Следующим вопросом является способ получения наличных денег от покупателя. Прием юридическими и физическими лицами денежных средств при реализации продукции (товаров, работ, услуг) за наличный расчет с использованием кассовых суммирующих аппаратов или компьютерных систем предусмотрен в обязательном порядке только для реализации товаров (работ, услуг) через стационарные торговые (обслуживающие) пункты, принимать денежные средства можно по приходным кассовым ордерам и отрывным талонам, зарегистрированным в налоговой инспекции. Возможно также использование переносных кассовых аппаратов.

Первый организационный этап при создании интернет-магазина – это выбор площадки для его размещения. Здесь можно назвать три базовых варианта: регистрация магазина в одной из общеизвестных торговых систем, например в «Shop.by»; покупка домена второго уровня с интуитивным, хорошо запоминающимся названием; размещение интернет-магазина на одном из общедоступных бесплатных серверов с получением при этом доменного имени третьего – четвертого уровня вида.

При регистрации в системе «Shop.by» предлагается готовый вариант оформления магазина, дешевые средства маркетинга и рекламы, запоминающееся имя и ряд дополнительных возможностей, таких как отправка информации о заказах на e-mail, пейджер или сотовый телефон. Немаловажным является круглосуточная доступность магазина по бесплатной модемной линии, что значительно увеличивает круг потенциальных покупателей. Кроме того, на рекламу и поиск клиентов тратится минимум усилий. В це-

лом же регистрация в торговой системе оправдана для среднего или крупного интернет-магазина, способного оплачивать аренду и конкурировать на равных с аналогичными магазинами в данной системе.

В случае покупки домена второго уровня первая задача – найти незанятое имя, соответствующее будущему виду торговли. Это непросто, так как при открытии новой доменной зоны все «хорошие» имена обычно быстро скупаются и заносятся в стоп-лист. Однако по адресу, который числится в списке занятых, может быть и неработающий сайт, поскольку некоторые пользователи заблаговременно скупают интуитивно запоминающиеся доменные имена, чтобы затем перепродать права на владение именем.

В случае небольших размеров Интернет-бизнеса имеет смысл обратить внимание на общедоступные бесплатные сервера. За пользование такими услугами обычно приходится расплачиваться наличием некоторого количества сторонней рекламы, а иногда и отсутствием ряда второстепенных сервисов. Кроме того, если с течением времени сайт приобретает известность и количество посещений значительно возрастает, то организация, у которой размещен сайт (хостер), может потребовать перехода на платное обслуживание, что, впрочем, случается крайне редко.

Следующий этап, предшествующий началу торговли, – это рекламная кампания. Одним из самых распространенных способов рекламы в Интернете, наряду с e-mail рассылкой, являются баннеры. До начала работы следует определить и способы оплаты товара, приобретенного в Интернет-магазине. В сети применяются пять основных способов оплаты заказа: наличные деньги при получении товара; почтовый перевод; перевод через банк; оплата с помощью WebMoney и других платежных систем; оплата кредитной картой.

По статистике, большая часть платежей осуществляется наличными деньгами в момент передачи товара курьером. В случае доставки по почте обычно прибегают к почтовому переводу либо к переводу через банк как к наиболее устоявшимся формам оплаты. Все больший удельный вес набирают платежи с помощью электронных платежных систем и пластиковых карт, так как для знакомого с этими средствами оплаты покупателя они являются самыми быстрыми и удобными.

Савчук И. А.

Академия управления при Президенте Республики Беларусь (Минск)

ТРАНСАКЦИОННЫЕ ИЗДЕРЖКИ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ПРЯМЫХ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ

Трансакционные издержки – центральная категория всего неинституционального анализа. Это понятие обозначает любые виды издержек, сопровождающих взаимодействие экономических агентов независимо от того, где оно протекает – на рынке или внутри организаций.

Трансакционные издержки могут возникать:

- из-за слабой спецификации прав собственности;
- вследствие самой природы сделки;
- в зависимости от числа сделок;
- из-за недостаточности существующих институтов.

Всякой экономической сфере соответствует особая конфигурация трансакционных издержек. Одним из наиболее актуальнейших аспектов для белорусской экономики является исследование трансакционных издержек привлечения прямых иностранных инвестиций. От того, насколько высоко зарубежные инвесторы оценивают эти издерж-