

интернет. Это позволяет донести информацию о продукте и его преимуществах до каждого потенциального потребителя, обеспечить доставку товара или услуги и расчет за него в домашних условиях.

В Республике Беларусь деятельность МЛМ-компаний законодательно не оформлена. Кроме того средства массовой информации создали МЛМ-технологиям имидж финансовой пирамиды. По этим причинам зарубежные МЛМ-компании на территории республики работают на так называемом сером рынке, а белорусские производители этот прогрессивный метод для продвижения своей продукции вообще не используют. Как следствие, во-первых, значительный сегмент рынка некоторых товаров и услуг (косметики, биологически активных добавок к пище, предметов домашнего обихода, страховых услуг) захватывается зарубежными компаниями, во-вторых, налоговые платежи, минуя бюджет Республики Беларусь, поступают в бюджеты других государств.

Вместе с тем, даже нелегальное функционирование МЛМ-компаний в Республике Беларусь имеет свои положительные стороны, в частности, следующие: потребители получают эксклюзивные, качественные товары и услуги по сравнительно низким ценам; значительное число граждан повышают свое благосостояние; сетевые компании прививают нашим гражданам предпринимательскую культуру, несут знания по организации и ведению частного бизнеса и др.

Таким образом, перед нашим государством стоят задачи: признать многоуровневый маркетинг как эффективный метод продвижения товаров, законодательно оформить его функционирование; разработать методы и инструменты экономического регулирования нового для республики вида бизнеса; осуществлять контроль за законностью деятельности сетевых компаний, за качеством предлагаемых потребителям товаров и услуг, за полнотой и своевременностью перечисления налогов в бюджет.

В итоге легализация сетевого бизнеса позволит сделать его прозрачным для регулирования, смягчит проблему безработицы, расширит возможности отечественных предприятий по сбыту продукции, создаст новый источник налоговых платежей в республиканский бюджет.

*И.В. Уриш
БГЭУ (Минск)*

ВЛИЯНИЕ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ

Интеграция в сетевую экономику посредством электронной коммерции позволяет компаниям эффективно и гибко осуществлять внутренние операции, плотнее взаимодействовать с поставщиками и быстрее реагировать на запросы и ожидания заказчиков.

Технологии электронной коммерции постоянно меняются, что позволяет поставщикам / заказчикам в равной мере использовать новые выгодные возможности:

глобальное присутствие / глобальный выбор

Рамки электронной коммерции определяются не географическими или национальными границами, а распространением компьютерных сетей. Поскольку самые важные сети являются глобальными, электронная коммер-

ция позволяет даже самым мелким поставщикам достигать глобального присутствия и заниматься бизнесом в мировом масштабе. Соответственно, заказчики также получают возможность глобального выбора из всех потенциальных поставщиков, предлагающих требуемые товары или услуги, независимо от географического расположения.

повышение конкурентоспособности / качество услуг

Электронная коммерция позволяет поставщикам повышать конкурентоспособность, становясь “ближе к заказчику”. Многие компании используют технологии электронной коммерции для того, чтобы предлагать расширенную до- и послепродажную поддержку, включающую предоставление подробной информации о продукте, инструкций по его использованию и быструю реакцию на претензии заказчика. Соответственно, заказчик получает возросшее качество обслуживания.

удовлетворение потребностей заказчика / персонализация товаров и услуг

Используя средства электронного взаимодействия, компании могут получать подробную информацию о запросах каждого индивидуального заказчика и автоматически предоставлять продукты и услуги, соответствующие индивидуальным требованиям.

сокращение пути товара к заказчику / быстрая реакция на спрос

Электронная коммерция часто позволяет существенно сокращать путь товара от поставщика к заказчику. Товары успешно доставляются непосредственно от производителя потребителю, в обход традиционных перевалочных пунктов в виде оптовых и розничных складов и торговых точек, позволяя сокращать как финансовые, так и временные затраты.

Соответственно, заказчики пользуются возможностью получения именно тех продуктов, которые им нужны, не ограничивая свой выбор товарами, имеющимися на складе местного поставщика.

экономия затрат / снижение цен

Заклучение сделки электронным путем уменьшает стоимость затрат на обслуживание. Таким образом, любой бизнес-процесс, в котором можно использовать электронное взаимодействие между людьми, имеет потенциал для сокращения затрат, что, в свою очередь, повлечет за собой снижение цен для заказчиков.

Влияние электронной коммерции будет всеобъемлющим, затрагивающим как коммерческие компании, так и общество в целом. В условиях новой экономики ситуация будет более благоприятной для компаний, переориентированных на использование новейших информационных технологий и на создание новых партнерских отношений. Электронная коммерция предлагает возможность радикальных перемен, настолько меняющих запросы заказчиков, что они преобразуют рынок или создадут полностью новые рынки. Выбор будет широким независимо от географических и временных ограничений.

О.В. Филончик

НИЭИ Минэкономики Республики Беларусь (Минск)

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ТОРГОВЛЕ

Малое предпринимательство в Республике Беларусь существует в виде малых и индивидуальных предпринимателей. Более 50 % субъектов мало-