

В 1998 г. наибольший удельный вес в импорте имели такие страны, как Германия (30 %), Россия (14 %), Литва (12 %), Турция (9 %), Чехия (8 %) и Франция (8 %). Доля Италии, Финляндии, Польши, США, Венгрии, Греции, Азербайджана, Голландии, Испании и Дании в совокупности составила 18 %. Белорусские производители в 1998 г. обеспечивали торговую сеть г.Минска товарами данной группы на 47,9 %.

В 2002 г. страны-импортеры представлены главным образом Россией, в отдельных случаях Украиной, Казахстаном, а также странами Западной Европы — Голландией, Германией, Данией, Испанией, Финляндией и Бельгией. Следует отметить, что на долю российского импорта в 2002 г. приходилось 24 % продукции, а на долю остальных стран — примерно 3,3 %. Отечественные производители обеспечили торговую сеть г.Минска кондитерскими изделиями, сахаром и медом на 72,7 %.

Однако, в соответствии со статьей, напечатанной в газете “Звязда” от 17.01.2003 г., доля импортных кондитерских изделий составила только 5 %. Таким образом, на долю отечественных производителей должно приходиться 95 %. Эти данные противоречат результатам исследования.

Среди наиболее крупных отечественных предприятий, выпускающих кондитерские изделия, следует отметить кондитерские фабрики: ОАО “Коммунарка”, СП ОАО “Спартак”, ОАО “Слодыч”, ООО “АВС”, ООО “БЕЛГА”, РУП “Минскхлебпром”, хлебозаводы № 4 и 5.

<http://edoc.bseu.by>

*А.В. Тырышкин  
БГЭУ (Минск)*

## **ОСОБЕННОСТИ И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

Электронную коммерцию необходимо рассматривать в контексте всей торговой отрасли, так как за свой недолгий срок существования она заставила обратить на себя внимание не только зарубежных продавцов и покупателей, но и белорусских.

Эта отрасль еще весьма молода и не успела полностью оформиться. Проблема повышения эффективности электронной торговли в нашей стране очень важна для окончательного становления электронной коммерции как самостоятельной отрасли. Существует много проблем, требующих пристального внимания, но прежде чем приступить к их рассмотрению, необходимо проанализировать некоторую информацию.

В конце XX в. из-за гигантского скачка в научно-техническом развитии общества, а в частности информационных технологий, возник особый вид рыночных отношений, названный электронной (или цифровой) экономикой. Электронная торговля занимает важное место в становлении новой экономики.

Наиболее перспективные направления в электронной торговле — это B2C (business to customers) — ориентировано на конечного потребителя и B2B (business to business) — оптовая торговля.

Объем рынка электронной торговли между предприятиями (B2B) вырос с 1998 г. с 43 млрд дол. до 843 млрд дол. в 2002 г. В 2003 г. ожидается рост этого сектора до 1331 млрд дол. Потребительский рынок продемонстрировал менее впечатляющий рост — с 8 млрд дол. в 1998 г. до 76 млрд дол. в 2002 г. В 2003 г. ожидается объем этого сектора — 108 млрд дол.

Республика Беларусь пытается участвовать в глобальных процессах развития электронной коммерции, стремится занять свое место на этом рынке. Электронная коммерция как таковая представлена в белорусском Интернете исключительно магазинами. Основной причиной, очевидно, является относительная дороговизна создания функционального веб-узла по сравнению с розничным Интернет-магазином. Около 200 белорусских виртуальных магазинов принимают заказы по Интернету. Типичный такой магазин представляет собой “витрину” товаров — название, фото и краткое описание.

Можно назвать следующие факторы, влияющие на развитие электронной коммерции в Республике Беларусь:

- количество пользователей Интернет, а также их социальные характеристики. Беларусь сильно отстает от развитых стран по величине Интернет-аудитории;

- развитость электронных платежных систем;
- законодательная база.

Главные проблемы белорусской электронной торговли:

- отсутствие национальной программы развития и поддержки электронной торговли;

- неразвитость безналичной системы расчетов за покупки;

- недостаточная заинтересованность и осведомленность предпринимателей в выходе на электронный рынок;

- отсутствие наработанных вариантов выхода на рынок, образование ассортимента.

Для повышения эффективности функционирования электронной торговли необходимы следующие мероприятия:

- повсеместное внедрение систем безналичных расчетов либо популяризация существующей отечественной системы “Белкарт”;

- меры по популяризации самого Интернета, улучшению качества его работы;

создание четко работающего механизма выбора товаров, его заказа и оплаты;

перспективным решением была бы интеграция *off-* и *on-line* торговли с ориентацией каждой из них на свой сегмент рынка и совместной рекламой друг друга.

*П.Н. Улитенок*  
*БГЭУ (Минск)*

## **ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА И ПРОБЛЕМЫ ЕЕ РАЗВИТИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

Современные достижения в развитии глобальных информационных и коммуникационных технологий, а также в области Интернет привели к формированию глобальной электронной среды для экономической деятельности, которую мировое сообщество определило как новую, цифровую, экономику. Для того чтобы сегодня успешно конкурировать, необходимо быстро и безошибочно осуществлять через глобальную сеть Интернет обмен информацией между компаниями и странами, вести электронный маркетинг, электронную торговлю и в целом электронный бизнес.

Преимущество электронной торговли состоит в том, что она создает возможности для снижения издержек обращения. В целом считается, что, используя Интернет-технологии, традиционные компании могут сократить издержки на 5—10 %, что означает увеличение прибыли на 50—100 %.

На сегодняшний день Республика Беларусь обладает рядом преимуществ в новой информационной революции и может добиться значимых результатов в электронном бизнесе, базируясь на ценности своих человеческих ресурсов, навыках, а также на своем выгодном географическом положении между Европой и Азией.

Развивая свою информационную инфраструктуру, Беларусь может стать одной из ведущих стран в сфере электронной торговли. Наша республика, 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. Интеллектуальный потенциал республики в Интернет-технологиях дает уникальную возможность стать одним из европейских лидеров в экспорте программных продуктов, информационных технологий, транзите информации.