



КОНФЕРЕНЦИЯ ОРГАНИЗАЦИИ
ОБЪЕДИНЕННЫХ НАЦИЙ
ПО ТОРГОВЛЕ И РАЗВИТИЮ

Distr.
GENERAL

TD/B/COM.3/17
22 September 1998

RUSSIAN
Original: ENGLISH

СОВЕТ ПО ТОРГОВЛЕ И РАЗВИТИЮ
Комиссия по предпринимательству, упрощению
деловой практики и развитию
Третья сессия
Женева, 23 ноября 1998 года
Пункт 4 предварительной повестки дня

**ПОСЛЕДСТВИЯ ДЛЯ ТОРГОВЛИ И РАЗВИТИЯ ПОСЛЕДНИХ ПРЕДЛОЖЕНИЙ
ПО СОЗДАНИЮ ГЛОБАЛЬНОЙ РАМОЧНОЙ ОСНОВЫ ДЛЯ
ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ**

Доклад секретариата ЮНКТАД

Резюме

В настоящем документе рассматриваются некоторые из элементов, содержащихся в последних предложениях Европейского союза, Японии, Соединенных Штатов и секретариата ОЭСР по глобальной рамочной основе для электронной торговли, а также их потенциальные последствия для торговли и развития. Для облегчения выявления общих компонентов предложений затрагиваемые в них вопросы сгруппированы в следующие разделы: финансовые вопросы (включая фискальные аспекты), правовые вопросы (включая аспекты, касающиеся интеллектуальной собственности, защищенности операций и доступа к рынку), а также вопросы доступа для малых и средних предприятий.

Внимание в документе заостряется на выявлении тех возможностей, которые открываются для развивающихся стран (и их предприятий) в случае реализации этих предложений. В нем определяются приоритетные меры, которые могут позволить этим странам получить максимальные выгоды и ограничить риски, связанные с осуществлением указанных предложений. Основные выводы сводятся к следующему: **1)** необходимо провести дополнительную оценку потенциального влияния зоны беспопышной торговли через Интернет на торговлю и развитие; **2)** развивающимся странам необходимо обеспечить более значительную поддержку в области создания потенциала и подготовки кадров для электронной торговли; и **3)** политика правительств в вопросах обеспечения подкрепляющей нормативно-правовой и регулирующей базы в области телекоммуникационных и информационных услуг будет непосредственным образом определять характер влияния принимаемых на международном уровне мер на состояние их собственной торговли и на конкурентоспособность их предприятий на электронных рынках.

История вопроса 1/

1. Благодаря достижениям информационных и телекоммуникационных технологий торговля между странами находится на пороге фундаментальной трансформации. Способность Интернета связывать воедино удаленные друг от друга районы мира в глобальный электронный рынок и обеспечивать обмен информацией открывает колоссальные возможности как для развивающихся, так и для промышленно развитых стран.

2. Сегодня, согласно оценкам, насчитывается 148 млн. пользователей Интернета, причем во многих странах, которые относятся к категории формирующихся рынков, темпы роста их числа составляют двузначные величины. В мире действует порядка 37 млн. узловых хост-компьютеров Интернета, которые облегчают доступ к стремительно растущим объемам торговой и экономической информации в режиме онлайн. Во многих регионах развивающегося мира существенно возросло число подключений: например, практически каждая столица в Африке сегодня имеет определенный уровень доступа к Интернету. Вместе с тем с точки зрения распространенности Интернета между разными регионами все еще сохраняются значительные различия, что может иметь серьезные последствия для способности той или страны участвовать в работе глобального электронного рынка 2/.

3. Общий объем электронной торговли, или коммерческих операций, совершаемых через Интернет и частные коммерческие сети, в 1997 году оценивался в размере 8-9 млрд. долл. США. По прогнозам специалистов, в силу расширения предприятиями и потребителями своей сетевой коммерческой деятельности во всем мире этот показатель к 2002 году может достигнуть 400 млрд. долл. США. Столь стремительный рост электронной торговли обусловлен теми выгодами, которые многие предприятия получают благодаря этой новой среде в области маркетинга и сокращения издержек.

4. В целях содействия дальнейшему расширению выгод, обеспечиваемых Интернетом и сетевой торговлей для всех звеньев глобальной экономики, ряд правительств и межправительственных организаций выдвинули предложения о создании глобальной рамочной основы для электронной торговли. При всех различиях между предлагаемыми стратегиями

1/ Настоящий документ одновременно издается на web-сайте ЮНКТАД (<http://www.unctad.org>). Многие из ссылок на учреждения, предприятия, документы и т.д. в электронной версии документа оформлены в виде "гиперлинков" таким образом, что посетитель сайта может с помощью курсора мышки нажать на выделенный текст и попасть непосредственно на нужный ему сайт.

2/ Эта тема рассматривается в документе TD/B/COM.3/16 ("Вопросы политики, касающейся доступа к участию в электронной торговле").

в Соединенных Штатах, Европе и Японии складывается консенсус в понимании того, что ведущую роль в создании этой глобальной рамочной основы должен принять на себя частный сектор. Для обеспечения унифицированной и транспарентной правовой среды для электронной торговли потребуется отладить международную координацию деятельности по адаптации существующих торговых законов и положений. Вместе с тем в качестве альтернативы усилению режимов государственного регулирования в таких областях, как установление стандартов, защита информации и контроль за содержанием, поощряется развитие системы саморегулирования на уровне частного сектора.

5. Один из аспектов, который не затрагивается в этих предложениях, связан с необходимостью обеспечения учета измерения развития в качестве составного и позитивного элемента дискуссий по вопросам электронной торговли уже на самых первых этапах. Для превращения электронной торговли в подлинно глобальный инструмент роста и процветания международному сообществу необходимо четко выявить и оперативно решить проблемы, связанные с неравенством в вопросах доступа, подключения к электронным сетям, издержек и обеспеченности финансовыми и кадровыми ресурсами. Настоящий документ представляет собой один из первых шагов в этом направлении.

Раздел I - ОСНОВНЫЕ ВОПРОСЫ

А. Введение: концептуальное сближение четырех предложений

6. Ряд правительств и межправительственных организаций предприняли шаги, направленные на решение стратегических вопросов, связанных с созданием глобальной рамочной основы для электронной торговли. Во главу угла приводимого ниже анализа поставлены предложения, выдвинутые Соединенными Штатами, Европейским союзом, Японией и ОЭСР. Первые три из упомянутых предложений касаются аспектов электронной торговли в таких областях, как таможенные режимы и налогообложение, формирование юридической базы и вопросы доступа к рынкам. ОЭСР ведет обстоятельную аналитическую работу по изучению ряда стратегических вопросов, связанных с электронной торговлей, и уже опубликовала ряд руководящих принципов по этим проблемам 3/.

7. Следует отметить, что эти различные предложения разрабатывались отнюдь не в одной и той же системе координат, и, следовательно, они затрагивают разные вопросы и с разной степенью детализации. Тем не менее в целом на основе этих четырех предложений складывается все более широкий консенсус относительно того, что частному сектору следует принять на себя ведущую роль в развитии Интернета и электронной торговли. Кроме того, система саморегулирования этой индустрии должна стать нормой, за исключением тех случаев, когда будет возникать очевидная потребность в реализации государственных мер или заключении международных соглашений. В целом признается, что на национальном и международном уровне необходима простая, транспарентная и предсказуемая нормативно-правовая среда для электронной торговли и что правительствам следует избегать введения неоправданных ограничений на электронную торговлю для недопущения деформаций в конкурентной борьбе.

3/ В числе других организаций, которые занимаются конкретными вопросами или региональными аспектами электронной торговли, можно назвать, в частности, Всемирную торговую организацию (ВТО), Всемирную организацию интеллектуальной собственности (ВОИС), Европейскую экономическую комиссию Организации Объединенных Наций (СЕФАКТ ЕЭК ООН), Международный торговый центр (МТЦ ЮНКТАД/ВТО), Международный союз электросвязи (МСЭ), Международную торговую палату (МТП), Комиссию Организации Объединенных Наций по праву международной торговли (ЮНСИТРАЛ), Межамериканский банк развития (МБР), Международный банк реконструкции и развития (МБРР), Форум азиатско-тихоокеанского экономического сотрудничества (АТЭС), Группу 7, Организацию Объединенных Наций по вопросам образования, науки и культуры (ЮНЕСКО) и Международную организацию по стандартизации (ИСО).

8. Согласно этим предложениям, для обеспечения участия правительств в выработке необходимых соглашений и типового законодательства, которые подкрепляли бы общую рамочную основу, следует активно развивать сотрудничество между правительствами, используя для этого уже существующие каналы для переговоров, такие, как ОЭСР, ВТО, ВОИС и ЮНСИТРАЛ. В определении того, каким образом нынешнюю нормативно-правовую среду следует адаптировать к новым императивам электронной торговли, веское слово должно принадлежать частному сектору. Во избежание дискриминации и в интересах поощрения совместимости изменения, вносимые в правовые и институциональные основы в области электронной торговли, должны быть нейтральными с точки зрения технологии.

9. В различных документах, где излагаются принципиальные позиции авторов этих четырех концепций, приводится ряд предложений по финансовым аспектам (например, по таможенным, налоговым вопросам и вопросам электронных платежей), предложений по правовым аспектам (например, по торговому кодексу, охране интеллектуальной собственности, авторскому праву и торговым знакам, конфиденциальности и безопасности) и предложений по вопросам доступа к рынкам (например, по телекоммуникационной инфраструктуре, информационной технологии, содержательным и техническим стандартам). Помимо этого в них затрагиваются вопросы, касающиеся людских ресурсов 4/, а также малых и средних предприятий (МСП).

В. Финансовые вопросы

1. Таможенная практика и налогообложение в электронной торговле

10. Авторы всех четырех предложений придерживаются единой позиции в вопросе о том, что следует сохранить нынешний беспопшлинный режим реализации товаров и услуг, поставляемых Интернетом и через другие электронные каналы, но это не распространяется на физические товары, приобретаемые через Интернет и поставляемые традиционными методами; здесь предлагается сохранить в силе существующие тарифные правила 5/.

4/ Этот аспект рассматривается в документе TD/B/COM.3/EM.6/2 "Подготовка кадров в области электронной торговли: потребности и возможности".

5/ Эта точка зрения нашла отражение в Декларации ВТО на уровне министров от мая 1998 года, в которой министры согласились с тем, что по крайней мере до следующей конференции ВТО на уровне министров в 1999 году члены будут "по-прежнему применять ныне действующую практику невзимания таможенных пошлин при электронной передаче информации".

11. Взимание налогов в электронной торговле – с "виртуальных товаров", таких, как информация и услуги, – и физических товаров представляет собой сложную проблему. Позиция Соединенных Штатов сводится к тому, что в электронной торговле не должно вводиться никаких новых налогов и что налоговые органы различных стран должны координировать свою деятельность для обеспечения простоты налоговых систем и недопущения создания препятствий или перекосов в торговле.

12. Европейский союз традиционно взимал НДС и с физических, и с виртуальных товаров, но в настоящее время производит оценку состояния действующих систем налогов (как прямых, так и косвенных) в государствах-членах по вопросам, касающимся определений, контроля и обеспечения применения. Инициаторы всех четырех упомянутых предложений разделяют мнение о том, что обеспечение справедливости при налогообложении электронных товаров по сравнению с налогообложением физических товаров (т.е. "нейтральность налоговой среды") имеет важнейшее значение и что ключевым форумом для обсуждения вопросов политики, касающихся международного налогообложения, должна выступать ОЭСР (а в случае европейских стран – Европейский союз). ОЭСР уже приступила к осуществлению программы исследований по принципиальным вопросам налогообложения в электронной торговле.

2. Последствия применения новых методов электронных платежей

13. Электронные платежи представляют собой одну из новых областей применения технологий, которая имеет важное потенциальное значение для денежно-кредитной политики и глобальных банковских операций. Все признают необходимость тщательного отслеживания событий в этой сфере, хотя ни один из четырех вышеупомянутых авторов пока не выдвинул предложений о каком-либо расширении государственного регулирования. Тем не менее Соединенные Штаты и другие считают, что в будущем, вероятно, потребуются принять меры для обеспечения долгосрочной надежности и эффективности электронных платежей и международных финансовых систем б/.

б/ Некоторые из этих технологий платежей более подробно описываются ниже в разделе II А.

С. Правовые вопросы 7/

1. Разработка коммерческого кодекса для электронной торговли

14. Авторы всех четырех предложений признают необходимость адаптации нынешней системы коммерческих кодексов и законов, регулирующих торговые операции, к сложным условиям, создаваемым международной электронной торговлей. В настоящее время предпринимаются энергичные усилия для обеспечения юридической действительности электронных документов и приемлемости цифровых подписей и других процедур установления подлинности, используемых в коммерческих операциях, хотя во многих странах законодательство в этих областях все еще разрабатывается. Соединенные Штаты и Япония подчеркивают необходимость обеспечения доказательственной силы электронных данных при урегулировании споров, этот же вопрос рассматривается в рамках альтернативных систем урегулирования споров МТП. Европейский союз настаивает на том, что не стоит увлекаться регулированием ради самого регулирования, что регулирующие положения должны основываться на всех свободах "единого рынка" и что в этих положениях должны учитываться коммерческие реальности и предусматриваться эффективное и действенное решение поставленных задач. Кроме того, недавно Европейский союз принял директиву по контрактам, заключаемым дистанционными методами, которой будут охватываться также электронные торговые операции.

15. В качестве примера успешного международного сотрудничества в создании общей нормативно-правовой базы, которое следует поддерживать и развивать также в других отраслях, часто называют Типовой закон ЮНСИТРАЛ об электронной торговле. Помимо этого, МТП разрабатывает базу данных по терминологии электронной торговли, которую можно использовать в коммерческих контрактах в электронной торговле.

2. Охрана интеллектуальной собственности

16. Два международных договора, заключенных недавно под эгидой ВОИС (Договор ВОИС по авторскому праву и Договор ВОИС по исполнениям и фонограммам), получили широкую поддержку, и Соединенные Штаты, Европейский союз и Япония твердо обещали

7/ В опубликованном недавно документе ЮНКТАД, озаглавленном "Электронная торговля: правовые аспекты" (UNCTAD/SDTE/BFB/1), очерчены основные вопросы, связанные с правовыми аспектами электронной торговли. В этой связи в настоящем разделе речь пойдет только о правовых вопросах, которые затрагиваются в четырех упомянутых предложениях.

обеспечить их скорейшую ратификацию. Осуществление Соглашения по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности (Соглашение ТАПИС) также всячески поощряется, особенно Соединенными Штатами и ЕС. Кроме того, Европейский союз выступает за заключение еще одного договора ВОИС, касающегося правовой защиты крупных инвестиций в базы данных. Япония признает трудности, связанные с проведением различия между частным и коммерческим использованием содержания в цифровой форме, и необходимость установления баланса между охраной интеллектуальной собственности и "правом на знания" отдельных лиц, а также необходимость недопущения создания препятствий на пути распространения содержания в цифровой форме чрезмерным регулированием.

3. Торговые знаки и имена доменов

17. Хотя ведущую роль в системе имен доменов (DNS), предусматривающей присвоение имен web-сайтам, до сих пор играли Соединенные Штаты, которые являются родоначальником Интернета, в настоящее время широко признается, что необходим новый рыночный механизм управления, обеспечивающий более широкое международное участие. Поскольку имена доменов пока еще в полной мере не защищаются в рамках большинства режимов торговых знаков, возникает возможность их несанкционированного использования внешними сторонами, что может привести к размыванию ценности торгового знака. Соединенные Штаты, в частности, выступают в поддержку идеи разработки международных соглашений, распространяющих полновесную защиту режимов торговых знаков на имена доменов.

4. Конфиденциальность в Интернете

18. Соединенные Штаты подготовили два нижеследующих комплекса принципов, касающихся конфиденциальности личной информации и деятельности, относящейся к электронной торговле:

а) потребители вправе рассчитывать на то, что лица, собирающие данные:

- i) будут информировать потребителей о том, какую информацию они собирают и как они намереваются использовать такие данные; и
- ii) будут обеспечивать потребителям реальные возможности для ограничения использования и повторного использования личной информации;

б) при получении, раскрытии и использовании личной информации в режиме он-лайн:

- i) должно уважаться право индивида на конфиденциальность его личной жизни;

- ii) такая информация не должна изменяться или уничтожаться; и
- iii) такая информация должна быть точной, своевременной, полной и соответствовать целям, для которых она предоставляется и используется.

19. Соединенные Штаты в настоящее время поддерживают инициативы частного сектора по внедрению собственных регулятивных режимов конфиденциальности, но признают возможность вмешательства государства в определенных случаях (например, в интересах защиты прав ребенка), если меры саморегулирования оказываются недостаточно действенными.

20. Япония также выступает за разработку режима защиты конфиденциальности при ведущей роли частного сектора, хотя и признает, что в определенных случаях могут потребоваться законодательные решения. Правительство Японии также опубликовало руководящие принципы защиты личных данных и предприняло инициативы в целях информирования сетевых пользователей по вопросам конфиденциальности, поощрения предприятий к внедрению добровольных мер для защиты личных данных и стимулирования внедрения технологий, обеспечивающих более эффективную защиту конфиденциальности на сетях. Помимо этого, Япония выступает в поддержку международного сотрудничества в интересах обеспечения более унифицированного режима защиты конфиденциальности во всем мире.

21. Европейский союз придерживается более активного подхода к защите конфиденциальности и принял ряд директив по принципам обработки и передачи личных данных. В скором времени он примет директиву, запрещающую передачу личных данных странам, которые, по его заключению, не обеспечивают должной защиты конфиденциальности личных данных граждан Европейского союза. Эта директива вызывает определенное беспокойство среди торговых партнеров Европейского союза, особенно у Соединенных Штатов.

22. В издании ОЭСР *Руководящие принципы защиты конфиденциальности и трансграничного движения личных данных (Guidelines on the Protection of Privacy and Transborder Flows of Personal Data)* рекомендуется не ограничивать трансграничных потоков личной информации, за исключением тех случаев, когда страна назначения должным образом не соблюдает эти руководящие принципы или когда реэкспорт таких данных может привести к обходу внутреннего законодательства о конфиденциальности данных.

5. Безопасность в Интернете

23. В настоящее время в ряде стран предпринимаются усилия по созданию рамочных основ для разработки рыночных стандартов, системы управления "публичными ключами" и продуктов криптографии, которые можно получить с использованием ключей. Сложилось общее мнение, что сетевая среда должна предусматривать ряд технологий обеспечения

безопасности (например, процедуры шифрования, удостоверения подлинности, меры паролевого контроля, брандмауэры), подкрепляемых надежными, основанными на рыночных началах инфраструктурами управления "ключами" и обеспечения безопасности. ОЭСР также опубликовала руководящие принципы по криптографии и безопасности информационных систем, которыми регулируются основные вопросы безопасности и управления "ключами". По общему мнению, правоприменительным органам при наличии законных оснований должно быть предоставлено право доступа к зашифрованным данным. Однако правительство Соединенных Штатов продолжает выступать против экспорта передовых технологий шифрования по соображениям охраны правопорядка и национальной безопасности.

Д. Вопросы доступа к рынку

1. Политика в области телекоммуникационной инфраструктуры и информационной технологии

24. В программных документах Соединенных Штатов и Европейского союза признается важное значение либерализации телекоммуникационной политики на национальном уровне для создания высокоразвитой, мощной глобальной информационной сети. В частности, позиция Соединенных Штатов основана на четырех принципах, которые, по их мнению, должны составлять основу государственной политики:

- a) следует поощрять инвестиции частного сектора посредством приватизации контролируемых правительствами телекоммуникационных компаний;
- b) необходимо поощрять и защищать конкуренцию путем внедрения принципов конкуренции на монополистических рынках телефонной связи и обеспечения взаимных подключений по справедливым ценам;
- c) необходимо обеспечить гарантии открытого доступа к сетям на недискриминационной основе;
- d) необходимо создать независимый регулирующий орган, который будет обеспечивать содействующее развитию конкуренции, гибкое регулирование с учетом развития технологий.

25. В четырех рассматриваемых предложениях подчеркивается, что эффективное осуществление Соглашения ВТО по базовым телекоммуникационным услугам и Соглашения по информационной технологии окажет благотворное воздействие на становление технологической инфраструктуры, которая будет служить фундаментом глобальной информационной сети. Кроме того, Соединенные Штаты и Европейский союз поддерживают идею рационализации процедур сертификации продуктов через механизм

соглашений о взаимном сокращении барьеров (СВС), который позволит обеспечить международное признание сертификатов, присваиваемых национальными лабораториями по установлению и проверке стандартов.

2. Регулирование содержания в Интернете

26. Авторы всех четырех рассматриваемых предложений сходятся во мнениях по поводу того, что правила, регулирующие ответственность за содержание, должны основываться на комплексе общих принципов, обеспечивающих "выравнивание игрового поля". Соединенные Штаты и Европейский союз придерживаются той позиции, что на посредников, таких, как операторы сетей или провайдеры Интернета, не должны распространяться неоправданные или дискриминационные правила, касающиеся содержания размещенной ими информации или информации, передаваемой ими по поручению своих клиентов. Япония признает, что часть содержания является либо незаконной, либо неприемлемой для общества, но в целом не поддерживает идею государственного регулирования содержания. Тем не менее правительство Японии разрабатывает платформу для выбора содержания в Интернете (PICS), которая позволяет пользователю устанавливать желаемые фильтрующие параметры, в сотрудничестве с частным консорциумом.

27. Соединенные Штаты выразили обеспокоенность по поводу регулирования рекламы в Интернете. В разных странах в отношении рекламы применяются самые различные ограничения и требования, касающиеся содержания. Одни правительства регулируют рекламу, другие же опираются на режим саморегулирования коммерческого сектора. Во избежание дублирования регулятивных требований и создания барьеров на путях торговли правительство Соединенных Штатов рекомендует применять к регулированию рекламы в Интернете подход, основанный на "стране происхождения".

28. Соединенные Штаты поддерживают принцип саморегулирования содержания коммерческим сектором, включая разработку систем рейтинга, и поощряют внедрение фильтрующих технологий. Они выступают за развитие международного сотрудничества в области защиты потребителей и за координацию политики применительно к содержанию с учетом культурных, социальных и политических различий между государствами.

3. Разработка технических стандартов

29. Общая позиция, нашедшая отражение в рассматриваемых предложениях, сводится к тому, что частному сектору следует принять на себя ведущую роль в разработке открытых технических стандартов в сотрудничестве с правительствами и международными организациями по стандартизации. По общему признанию технологическая и коммерческая совместимость будет иметь жизненно важное значение для будущего становления глобальной информационной сети. Вместе с тем нельзя не учитывать и того, что многие правительства сами устанавливают стандарты, что может приводить к технологическому отставанию страны и создавать нетарифные барьеры в торговле.

4. Доступ для малых и средних предприятий

30. Европейский союз, Япония и Соединенные Штаты энергично занимаются разработкой программ для обеспечения возможностей полноценного участия МСП в глобальной информационной сети. Эти программы включают в себя инициативы по развитию людских ресурсов для восполнения нехватки навыков, которую испытывают многие МПС, когда речь идет об использовании технологии в их операциях. Европейский союз поощряет развитие европейской индустрии венчурного капитала и организовал ряд программ для распространения информации, стимулирования разработки стандартов и предоставления учебных услуг МСП. Кроме того, страны "большой семерки" сотрудничают друг с другом в рамках программы "Глобальный рынок Г-7 для МСП" в интересах поощрения диалога по вопросам политики с деловыми кругами и выявления перспективных экспериментальных проектов, которые могут обеспечить продукты или услуги для поддержки участия МСП в глобальной электронной торговле.

РАЗДЕЛ II - ПОСЛЕДСТВИЯ ДЛЯ ТОРГОВЛИ И РАЗВИТИЯ

А. Последствия для компаний: возможности и препятствия

31. Коммерческие возможности, вытекающие из электронной торговли, в значительной мере определяются спецификой сектора, а также индивидуальными особенностями страны и зависят от структуры торговли, контингента пользователей Интернета на местном рынке и от других факторов. Кроме того, использование электронной торговли позволяет обеспечить ряд выгод, непосредственно не связанных с повышением прибыльности, таких, как увеличение эффективности и сокращение операционных издержек.

32. Принимая решения относительно объемов своих капиталовложений в электронную торговлю как во внутренних, так и в международных операциях, менеджеры должны учитывать ряд факторов, включая следующие:

- a) главный рынок сбыта и географическую концентрацию операций;
- b) товары и услуги, которые предлагаются в настоящее время и которые могут быть предложены через электронные каналы;
- c) пригодность систем торговых возможностей и снабжения на базе Интернета в качестве средства развития бизнеса;
- d) наличие требуемых технических знаний и экспертизы;
- e) наличие и стоимость доступа к Интернету/хост-услуг;
- f) доступность и стоимость информации о товарных рынках и партнерах;
- g) наличие альтернатив в области финансирования, управления рисками и платежей.

1. Главный рынок сбыта и географическая концентрация операций

33. Подавляющее большинство МСП сегодня ориентируются главным образом на свои местные рынки. За возможным исключением торговых домов, большинство экспортеров помимо своих иностранных клиентов обслуживают также значительную часть внутреннего рынка. Для выхода на новые зарубежные рынки через электронные каналы, как правило, требуется существенное изменение общего подхода компаний к организации дела с точки зрения способов сбыта своей продукции, методов развития и построения связей с клиентами, поставок товаров и дальнейшего обслуживания клиентов на электронном рынке.

34. Главная проблема для МСП состоит в том, что обычно они не располагают ресурсами для одновременного изменения всех аспектов организации своего дела. В этой связи многие из них используют Интернет в экспериментальном порядке или первоначально сосредотачивают свое внимание на использовании обеспечиваемых им расширенных возможностей в области сбора информации и связи для проведения конъюнктурных исследований или обмена информацией с клиентами и деловыми партнерами.

35. Недавно Международная финансовая корпорация (МФК) провела обследование 113 фирм из 16 развивающихся стран в целях определения масштабов использования ими Интернета в их коммерческой деятельности 8/. Более 75% респондентов либо уже имели доступ к Интернету, либо устанавливали его. Из наиболее ценных возможностей Интернета обычно назывались расширение доступа к коммерческой информации (чаще всего – к маркетинговой информации и техническим данным) и улучшение связи с помощью электронной почты, которую для общения с клиентами использовали 89% респондентов. 45% опрошенных промышленных компаний и 100% финансовых фирм имели свою собственную страницу на Интернете, хотя большинство их базовых страниц, судя по поступившей информации, содержали лишь описание компании и товаров и редко обеспечивали возможность совершения торговых сделок. В ходе проведенного в Соединенных Штатах обследования мелких предприятий на предмет использования Интернета 9/ было установлено, что 19% малых предприятий, располагающих сетевыми возможностями, использовали электронную почту для поиска клиентов и 45% намеревались внедрить такую систему в следующем году. Обследование МСП в Соединенном Королевстве также показало, что электронная почта является для них исключительно важным средством 10/. Многие МСП в развивающихся странах делают первые шаги в электронной торговле, используя в качестве маркетинговых инструментов электронную почту или простые web-сайты, а уже затем наращивают свой собственный потенциал торговли через Интернет, если это им представляется оправданным с точки зрения возможных выгод. Таким же путем следует программа центров по вопросам торговли ЮНКТАД, которая обеспечила свой первоначальный рост благодаря электронной почте (ВЭТО).

8/ См. J. Daly, R. Miller, "Corporations' use of the Internet in developing countries"; IFS Discussion Paper 35 (1998).

9/ [Http://www.cyberdialogue.com/index_4.htm](http://www.cyberdialogue.com/index_4.htm).

10/ *Durlacher Quarterly Internet Report*, Q2/98, London, August 1998.

2. Товары и услуги, предлагаемые через электронные каналы

36. Компании в развитых странах уже накопили богатый опыт в определении реальных возможностей продажи конкретных товаров и услуг через web-сайты и другие электронные каналы. Электронные каналы особенно хорошо подходят для торговли товарами и услугами в тех случаях, когда информация обеспечивает значительную добавленную стоимость для закупаемых товаров и услуг. Книги, компьютеры, туруслуги, средства программного обеспечения и электронные товары входят в ассортимент продукции, которая успешно реализуется через Интернет, особенно в тех случаях, когда для этого прилагается также соответствующая информация (например, книжные обзоры или информация о наличии товаров).

37. Сырьевые товары, как правило, не считаются пригодными для прямых продаж через Интернет; исключения составляют аукционные, бартерные или офертные системы, которые позволяют покупателям собирать конкурсные предложения. В одном из докладов, опубликованных на собственном сайте лондонской организации "Панос" 11/, был приведен пример калифорнийской компании "Эрт МаркетПлейс", которая использовала web-сайт для сбыта органической сельскохозяйственной продукции (чай, кофе и специи) и предметов кустарного промысла, заказываемых непосредственно у производителей в развивающихся странах для клиентов в Соединенных Штатах. Авторы этой инициативы пришли к выводу, что Интернет не подходит в качестве канала для выхода на покупателей такой продукции, и отключили свой сайт, перейдя на другие методы сбыта.

3. Пригодность систем торговых возможностей и снабжения на базе Интернета в качестве средства развития бизнеса

38. Как уже отмечалось, многие товары обрабатывающей промышленности и сырьевые товары не подходят для прямых продаж через Интернет в силу ограниченного круга покупателей, желающих получить доступ к web-сайту продавца, индивидуализированного характера товара (например, узлы или машины, изготавливаемые по спецификациям заказчика), сырьевой природы товаров (например, нефть или зерно) или иных трудностей сбыта. В подобных случаях одной из реальных альтернатив организации международного сбыта товаров через электронные каналы может быть участие в снабженческой сети или в системе торговых возможностей.

11/ *The Internet and Poverty*, Panos Media Briefing № 28, April 1998.

39. Одним из таких вариантов является использование инициативы ЮНКТАД "Защищенный электронный канал" (SEAL), обеспечивающей защищенную электронную среду, в которой участники международной торговли могут выявлять и отбирать для себя торговых партнеров, заключать сделки и обеспечивать обслуживание своих торговых операций.

40. Многие фирмы будут и впредь продавать свою продукцию за рубежом через традиционные каналы, в частности через местных агентов и дистрибуторов в странах назначения. Это зачастую необходимо, когда речь идет о промышленных товарах или офисном оборудовании, для которых требуются расходуемые материалы или техническое обслуживание на месте. Упомянутые каналы также могут представлять собой вполне эффективную с точки зрения затрат альтернативу прямым экспортным поставкам в тех случаях, когда местный рынок имеет значительный потенциал или когда требуются более широкие технические распределительные возможности. В этих случаях сети торговых возможностей, а также справочные службы по компаниям, действующие в Интернете, являются полезными ресурсами для выявления и отбора потенциальных агентов и дистрибуторов на новых рынках. При наличии подходящих маркетинговых ресурсов, например справочников по компаниям, содержащих электронные адреса закупочных отделов, эффективной может оказаться стратегия прямого сбыта с использованием электронной почты.

4. Наличие требуемых технических знаний и экспертизы

41. Уже давно признано, что отсутствие необходимых технических знаний и собственной экспертной базы создает серьезные препятствия для компаний, особенно МСП в развивающихся странах, пытающихся расширить свою международную торговлю и возможности осуществления электронных операций. За редким исключением, и промышленно развитые, и развивающиеся страны испытывают нехватку квалифицированных работников и менеджеров по большинству технических специальностей. Отчасти корни этой проблемы кроются в стремительности технологического прогресса, который опережает процесс обновления учебных программ академическими институтами в развивающихся и некоторых развитых странах. В ходе одного из обследований практики электронной торговли в Латинской Америке было установлено, что практически ни один университет в регионе не имеет программ подготовки дипломированных специалистов по электронной торговле ^{12/}. При проведении этого обследования был сделан вывод о том, что в

^{12/} C. Davis, "Electronic commerce in Spanish-speaking Latin America: Actors, issues and challenges", University of New Brunswick, 1998.

большинстве случаев передача знаний в регионе обеспечивается через такие каналы, как промышленные конференции и семинары, проводимые под эгидой бизнес-ассоциаций, технические журналы, операторы Интернета, а также поставщики компьютерной техники и программного обеспечения.

42. Не так давно ЮНКТАД созвала совещание экспертов, которое было посвящено проблематике укрепления кадрового потенциала в области электронной торговли 13/. Секретариат ЮНКТАД выступил также инициатором мероприятий, связанных с развитием людских ресурсов в области электронной торговли, таких как курсы "ТРЕЙНФОРТРЕЙД/электронная торговля".

43. Многие провайдеры услуг Интернета в Латинской Америке, помимо собственно доступа к Интернету, предоставляют также услуги по разработке web-сайтов и их "коммерциализации". Вероятнее всего, при сохранении нехватки квалифицированных кадров многим фирмам в развивающихся странах, особенно МСП, придется обратиться за помощью к специализированным фирмам в целях разработки собственных web-сайтов и управления ими.

5. Наличие и стоимость доступа к Интернету/хост-услуг

44. В большинстве регионов развивающегося мира услуги Интернета становятся все более доступными, о чем свидетельствует анализ сетевого подключения африканских стран, приведенный в приложении II к документу TD/B/COM.3/16, а также порегиональные статистические данные о контингентах пользователей Интернета, приведенные в приложениях I, IV, V и VI к этому же документу. Однако стоимость доступа остается серьезной проблемой, особенно в Африке. Там, где имеется возможность подключения к Интернету по разумным ставкам, компании предпочитают использовать вместо телефонной и факсимильной связи электронную почту в качестве более дешевого варианта, что позволяет объяснить, почему, как уже отмечалось, масштабы использования электронной почты МСП довольно велики.

45. Затраты на создание и содержание собственного web-сайта значительно варьируются в зависимости от его размера и сложности. Разработка и размещение простых сетевых каталогов могут обходиться менее чем в 1 000 долл. в год, тогда как содержание более сложных коммерческих сайтов может стоить намного дороже. Некоторые центры по вопросам торговли обслуживаются технологическими компаниями, которые предоставляют своим клиентам широкую гамму технических и учебных услуг, а также выступают хостами сетевых товарных каталогов на их web-сайтах.

13/ См. документы TD/B/COM.3/13 и TD/B/COM.3/EM.6/3.

46. Затраты на создание и поддержку крупных коммерческих web-сайтов могут составлять сотни тысяч или даже миллионы долларов. Таким образом, при определении размера и степени сложности коммерческого сайта необходимо учитывать прогнозируемые доходы и прибыль от инвестиций; как ожидается, многие крупные розничные предприятия, пользующиеся услугами Интернета, не получают прибыли на протяжении еще нескольких лет такой своей деятельности.

6. Доступность и стоимость информации о рынках и партнерах

47. Одно из главных преимуществ, обеспечиваемых Интернетом для МСП, заключается в создании возможности для доступа к широкому спектру коммерческой информации по целому ряду ключевых категорий. Например, многие центры по вопросам торговли имеют web-сайты, которые предоставляют торговую информацию бесплатно либо за определенную плату. Кроме того, многие правительства и международные учреждения, занимающиеся вопросами стимулирования торговли, такие, как министерство торговли Соединенных Штатов, департамент промышленности Канады, Внешнеторговая организация Японии и Организация американских государств, обеспечивают бесплатный доступ к большим массивам полезной информации о международных рынках. Помимо этого, многие издатели коммерческой информации создали web-сайты, где такую информацию можно приобрести и загрузить. Некоторые компании, занимающиеся изучением конъюнктуры, такие, как "Евромонитор", даже продают свои конъюнктурные обзоры по главам тем клиентам, которые не желают тратить тысячи долларов на полные тексты обзоров. Web-сайт Международного торгового центра имеет гиперлинки со многими из этих бесплатных или платных ресурсов торговой информации.

48. Одна из сложных задач, связанных с осуществлением международных коммерческих операций, заключается в установлении кредитоспособности потенциального торгового партнера. Многие из ведущих международных рейтинговых фирм, такие, как "Грейдон интернэшнл" и "Дан энд Брэдстрит", в настоящее время осуществляют продажу отчетов по кредитоспособности компаний во всех регионах мира через свои web-сайты или принимают заявки на проверку кредитоспособности конкретных фирм.

49. Стоимость определенных видов платных информационных услуг, особенно углубленных конъюнктурных исследований и обзоров кредитоспособности компаний в развивающихся странах, все еще может создавать проблемы для МСП. Однако в долгосрочной перспективе легкий доступ к полезной информации о рынках и партнерах поможет МСП более эффективно определять для себя рынки сбыта и потенциальных клиентов, выбирать подходящие распределительные каналы, анализировать влияние нормативно-правовых требований в зарубежных странах на свою экспортную деятельность и оценивать коммерческие и кредитные риски, а также выбирать поставщиков финансовых услуг, услуг по управлению рисками и материально-технических услуг.

7. Наличие альтернатив в области финансирования, управления рисками и платежей

50. Интернет обеспечивает фирмам ряд преимуществ в выборе альтернативных вариантов финансирования, управления рисками и осуществления платежей. Во-первых, фирмы могут использовать Интернет для упрощенного поиска поставщиков этих услуг, а во многих случаях и для обмена операционной информацией в режиме онлайн. Кроме того, организации могут создавать свои web-сайты в формате каналов для коммерческих операций, обеспечивая своим клиентам возможность заказывать продукцию и производить оплату поставок в защищенной среде. Помимо этого, проекты, подобные "Болеро" и "ТрейдКард" 14/, позволят облегчить электронную передачу торговой документации, которая обычно требуется перед осуществлением платежей.

14/ См. вставку 1.

Дематериализация торговой документации: несколько примеров

Проект "Болеро" является одним из первых проектов по дематериализации внешнеторговой документации, который преследует цель создать электронный коносамент, а в конечном итоге и электронные версии других торговых документов, которые будут признаваться всеми участниками глобальных торговых операций. Он начал осуществляться в начале 90-х годов, и к настоящему времени в рамках проекта рассмотрено множество сложных юридических, финансовых и технических вопросов, связанных с выработкой действенного подхода к проблеме дематериализации документов. Компания "Болеро оперейшнз лтд.", которая является совместным предприятием системы СВИФТ и клуба "Сквозные перевозки" (компания взаимного страхования), в настоящее время планирует к концу 1998 года ввести в строй эту службу, которая будет обеспечивать безопасную передачу сообщений через Интернет и вести централизованный регистр коносаментов, что устранил потребность в бумажной документации. Все участники этой системы должны дать согласие на соблюдение положений Регламента "Болеро", который представляет собой контрактный механизм, призванный урегулировать вышеупомянутую проблему расхождений между положениями национального торгового законодательства.

Инициатива ЮНКТАД SEAL представляет собой крупный проект, направленный на обеспечение защищенной электронной среды для фирм, участвующих в международной торговле. Она представляет собой систему перекрестной сертификации, обеспечивающую безопасность, конфиденциальность и аутентификацию электронной связи между государствами в целях ускорения импортных/экспортных операций.

Служба "**ТрейдКард**" Всемирной ассоциации торговых центров представляет собой еще один проект, направленный на облегчение электронного обмена действительной торговой документацией, а также на представление услуг в области финансирования торговли. Эта система, которая действует не через Интернет, а через ГЕИС, позволяет импортерам и экспортерам осуществлять электронный обмен заказами; готовить, передавать и заверять отгрузочную документацию в режиме онлайн в безопасной среде; а также открывать кредитные линии для импорта, которые немедленно используются при получении полного комплекта документации администратором системы. В настоящее время услуги системы "ТрейдКард" предоставляются импортерам в Соединенных Штатах, Канаде и Франции, но в ближайшем будущем предполагается распространить их на Нидерланды, Соединенное Королевство и Латинскую Америку. Эта служба также действует не на основе национального торгового законодательства, а на основе договорных соглашений, касающихся действительности электронных документов.

Азиатские источники (Asian Sources) - издательский дом, специализирующийся на выпуске журналов для электронной индустрии, - недавно объявил об организации новой службы, которая позволит участникам международной торговли посылать и получать электронную документацию через Интернет.

Сетевые поставщики финансовых услуг

51. При осуществлении крупных торговых операций сохранится потребность во многих из традиционных средств финансирования и управления рисками, таких, как аккредитивы, факторинг и страхование экспортных кредитов. Однако многие из ведущих поставщиков этих услуг создали защищенные сетевые механизмы для связи со своими клиентами, что позволило сократить время реализации заказов и снизить вероятность ошибок в документации.

52. В число поставщиков связанных с торговлей финансовых услуг, имеющих собственные web-сайты, входят:

- а) финансирование торговли и аккредитивы: банк АБН-АМРО (Нидерланды), "Ферст юньон бэнк" (Соединенные Штаты), "Бэнк оф Америка" (Соединенные Штаты);
- б) страхование экспортных кредитов: "Американ кредит индемнити" (Соединенные Штаты), "Трейд индемнити" (Соединенное Королевство), КОФАСЕ (Франция);
- с) факторинг: "Факторс чейн интернэшнл".

Системы электронных платежей

53. В настоящее время разрабатывается ряд систем электронных платежей и протоколов безопасности для облегчения защищенных операций через Интернет. Многие из них ориентированы на розничные сделки, хотя некоторые будут применимы и в оптовой торговле между предприятиями. "Протоколы для безопасной связи на сеансовом уровне" представляют собой не сами системы электронных платежей, а механизмы безопасной передачи информации через Интернет. Один из первых протоколов безопасности Интернета - протокол уровня защищенных каналов (SSL) - в настоящее время является самым популярным протоколом для безопасной передачи информации через World Wide Web. Протокол SSL, который был разработан фирмой "Нетскейп", может использоваться для обеспечения защиты не только платежей, осуществляемых через Интернет, но и других типов связи между сервером и клиентом. Его популярность в качестве протокола безопасной передачи информации превратила его в наиболее распространенный способ осуществления финансовых операций на World Wide Web, где действует более 65 000 хостов с задействованной системой защиты SSL.

Кредитные и дебетовые карточки

54. Ведущие компании по выпуску кредитных карточек разрабатывают свой собственный подход к проблеме защищенных платежей через Интернет. Основной инициативой в этой области является протокол о защищенных электронных транзакциях (SET), который был разработан совместно компаниями "Мастеркард" и "Виза" при поддержке фирм "Майкрософт", "Нетскейп", ИБМ и ряда других технологических фирм. Этот консорциум

провозгласил цель "внедрить единый метод, которым будут пользоваться потребители и торговые организации, для того чтобы осуществлять операции с применением банковских карточек в киберпространстве также легко и безопасно, как они это делают сегодня в обычных магазинах". SET представляет собой открытый стандартный многосторонний протокол для осуществления защищенных платежей с помощью кредитных карточек через Интернет. SET строится на криптографии с использованием "публичного ключа" и на сертификатах в цифровой форме.

55. Альтернативные способы платежей с помощью кредитных карточек на основе использования SSL, SET и других технологий предлагают, в частности, Cybercash, Open Market и Checkfree.

"Электронная наличность" и системы микроплатежей

56. Под "электронной наличностью" понимается категория систем электронных платежей, преследующая цель воспроизвести выгоды использования денежной наличности в обычных условиях. Системы микроплатежей предназначены для облегчения закупок информации и услуг через сеть на очень мелкие суммы, которые обычно меньше стандартных минимальных сумм, устанавливаемых при использовании кредитных карточек. Как правило, этими системами предусматривается, что потребитель должен приобрести у торговца, использующего систему микроплатежей, или поставщика содержания "электронные деньги". Эта операция оплачивается кредитной карточкой, а деньги затем переводятся на "умную карточку" или хранятся в "кошельке", который находится на жестком накопителе пользователя или на в web-сайте такого торговца или поставщика содержания. Каждый раз, когда потребитель закупает что-либо у поставщика содержания, из его "кошелька" переводится соответствующая сумма денег. Основными операторами этих систем являются, в частности, Digicash, Mondex и CyberCash. Проект ЮНКТАД SEAL также предусматривает включение технологии использования "умных карточек" в меню предлагаемых им услуг.

57. В развивающихся регионах многие из этих технологий платежей пока недоступны, а в некоторых странах их использование затрудняется юридическими и институциональными барьерами. Например, многие финансовые организации, предлагающие услуги для расчетов с помощью кредитных карточек в развивающихся странах, все еще требуют подписи от руки для обработки транзакций с использованием кредитной карточки. Помимо этого, финансовые учреждения во многих районах мира не располагают возможностями для поддержки этих методов электронных платежей. Следовательно, скорее всего потребуется еще какое-то время, прежде чем предприятия в этих странах смогут в полной мере использовать свои web-сайты для электронной торговли.

В. Последствия для правительств

58. Чтобы дать своим гражданам возможность воспользоваться торговыми и экономическими выгодами, которые обеспечивает глобальная информационная сеть, правительствам необходимо оценить свои правовые системы, состояние телекоммуникационной и технологической инфраструктуры, режимы регулирования торговли и другие ключевые аспекты своей торговли и экономики. В идеале это должно делаться в партнерстве с частным сектором, с тем чтобы правительство могло составить более полное представление о коммерческих возможностях и трудностях, возникающих у фирм. Достижение взаимопонимания по ключевым вопросам может привести к разработке согласованной стратегии и систематизированного плана действий по их решению.

59. Ниже излагаются некоторые из этих ключевых вопросов.

- а) Содействие формированию условий конкуренции в секторе телекоммуникационных услуг. Быстрое распространение сетей с надлежащей пропускной способностью и полной совместимостью требует создания в телекоммуникационном секторе условий для конкуренции на уровне услуг (и их перепродажи), технических средств и инфраструктуры. Для того чтобы конкуренты имели справедливые условия доступа к необходимым техническим средствам и услугам связи, обычно необходим независимый регулирующий орган в секторе телекоммуникаций. Отсутствие конкуренции на рынке и открытого доступа к услугам будет приводить к повышенным издержкам, которые будут препятствовать достижению местными предприятиями эффективности и конкурентоспособности на международном рынке. Многие развивающиеся страны могут столкнуться с дополнительными трудностями в деле создания такого состязательного рынка, например, если они не имеют минимально необходимой емкости рынка для привлечения достаточного числа операторов. В подобных случаях имеет смысл рассмотреть вопрос об оказании надлежащей внешней поддержки и помощи со стороны соответствующих учреждений и международных доноров.
- б) Создание необходимой нормативно-правовой базы для электронной торговли. Правительствам необходимо перестроить существующую нормативно-правовую и регулятивную базу с учетом уникальных характеристик электронной торговли, с тем чтобы позволить своим предпринимателям в полной мере воспользоваться возможностями расширения торговли. Применение в международной торговле информационной технологии, предусматривающей использование электронных документов, а также методов безопасной передачи информации и удостоверения подлинности, открывает колоссальные возможности для снижения операционных издержек и ускорения цикла совершения сделки (и платежа). Это обеспечивает более чуткое реагирование местных экспортеров на запросы своих зарубежных клиентов и возможность вести конкурентную борьбу в условиях, требующих исключительно быстрых оперативных действий, характерных сегодня для подавляющего большинства международных торговых операций. Вместе с тем при установлении необходимых "глобальных правил" для электронной

торговли будет важно обеспечить должное понимание и учет специфических условий и трудностей развивающихся стран.

- c) Содействие разработке открытых стандартов и достижению совместимости сетей. Многие правительства активно участвуют в процессе установления стандартов, который требует значительных усилий и высокой квалификации, для того чтобы не отставать от технологического прогресса. В тех случаях, когда это возможно, правительствам следует оценить "плюсы", связанные с передачей этой функции квалифицированным органам частного сектора. Многие ключевые элементы среды электронной торговли, в частности технологии обеспечения безопасности и электронных платежей, все еще формируются. Следовательно, правительства могут поставить свои предприятия в заведомо невыгодное положение, если будут поддерживаться стандарты, которые не имеют открытого характера или не совместимы со стандартами их торговых партнеров, и могут тем самым создать барьеры на пути свободной торговли.
- d) Создание зоны беспошлинной торговли в киберпространстве. Правительствам необходимо тщательно анализировать последствия своих действий перед введением таможенных пошлин или новых налогов на электронную торговлю, особенно в случае "виртуальных" товаров. Одна из определяющих характеристик электронной торговли заключается в простоте механизма сравнения условий закупки товаров и услуг предприятиями и потребителями в системе розничной торговли; это означает, что любые деформации в конкуренции, создаваемые налоговыми и тарифными барьерами, сразу же дают о себе знать. Такие барьеры способны сузить возможности местных фирм в конкурентной борьбе за иностранных клиентов и могут привести к бегству компаний, использующих передовые технологии, в страны с более благоприятными налоговыми режимами. В то же время необходимо тщательно взвесить и, по возможности, определить количественно потенциальные разрушительные последствия беспошлинной электронной торговли на базе Интернета для более слабых в экономическом отношении стран.
- e) Правительства как участники электронной торговли. Правительства также могут добиться значительной экономии средств благодаря использованию Интернета в системе государственных закупок, а также в других аспектах государственного управления. Правительства могут сыграть стимулирующую роль в создании критической массы местных потребителей и предприятий, осуществляющих закупку и продажу товаров и услуг через электронные каналы, что позволит привлечь более крупные инвестиции частного сектора в развитие электронной торговли.
- f) Участие в работе международных форумов по вопросам прав интеллектуальной собственности, коммерческого регулирования, контроля за содержанием и обеспечением конфиденциальности в Интернете. Необходимо продолжить уже начатые усилия по обеспечению охраны прав интеллектуальной собственности и

согласованию других элементов международного торгового права. Кроме того, правительствам было бы полезно принять участие в усилиях по решению проблем, связанных с контролем за содержанием и обеспечением конфиденциальности личных данных в Интернете, поскольку эти новые аспекты вызывают беспокойство на международном уровне, так как их неурегулированность может привести к созданию ненужных барьеров в торговле.

- g) Разработка программ поддержки для оказания помощи предприятиям и отдельным лицам в подключении к электронной торговле. МСП продолжают испытывать трудности в деле подготовки своего персонала и выработки необходимых навыков для эффективного участия в международной торговле и электронных коммерческих операциях. Правительствам необходимо проанализировать выгоды наращивания инвестиций в развитие людских ресурсов по профилям, связанным с технологиями и методикой организации бизнеса. Центры по вопросам торговли во многих странах обеспечивают такие механизмы поддержки, но нуждаются в большем объеме ресурсов для удовлетворения скрытого спроса в большинстве стран, где они действуют.

Выводы

60. Для развивающихся стран доступ к участию в электронной торговле сопряжен с целым рядом оперативных и стратегических проблем. В этой связи на уровне политики можно было бы поставить следующие цели:

- формирование необходимых нормативно-правовых, фискальных и экономических основ для изменения сложившейся в настоящее время затратной структуры использования Интернета: содействие осмыслению новых возможностей потенциальными пользователями (особенно малыми и средними предприятиями), поощрение конкуренции между операторами Интернета (ISPs), использование знаний более опытных партнеров и содействие укреплению потенциала местных участников торговых операций (в том числе через профессиональную подготовку);
- придание приоритетного значения обеспечению тех электронных продуктов и услуг, которые позволят им в наибольшей степени повысить эффективность торговли (например, в области государственных закупок, таможенных операций или платежей) или конкурентоспособность (например, через выявление соответствующих ниш, глобальное распространение электронных каталогов или ВЭТО).
