

ПРОБЛЕМЫ ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭЛЕКТРОННОГО БИЗНЕСА

Е.В. ЕРМАКОВА

*Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники
ул. П. Бровки, 6, г. Минск, 220013, Республика Беларусь
kafman@bsuir.by*

В докладе рассматриваются актуальные проблемы развития электронного бизнеса и его правового обеспечения. Понятие «электронный бизнес» сравнивается с понятием «предпринимательская деятельность»; исследуются его виды и организационно-правовые стороны.

Ключевые слова: электронный бизнес, электронная коммерция, предпринимательская деятельность, информационные технологии.

Электронный бизнес представляет собой сравнительно новую сферу предпринимательской деятельности, требующую соответствующего организационно-правового обеспечения. Для развития электронного бизнеса необходимо создание как технологической основы, так и соответствующего законодательства, регулирующего процессы его создания, организации, реорганизации, закрытия, а также отношения нанимателя с наемными работниками.

В экономической литературе встречаются различные определения электронного бизнеса:

1. Электронный бизнес рассматривается как любой вид экономической деятельности, осуществляемый с помощью сети.

2. Электронный бизнес – это преобразование ключевых бизнес-процессов с применением Интернет-технологий, позволяющее достичь высшей производительности. [1, с. 6]

3. Электронный бизнес – это использование Интернета, цифровых коммуникаций и информационных технологий для поддержки процессов покупки и продаж. [1, с. 6]

Основными критериями, по которым бизнес относят к электронному, в соответствии с документами ООН выступают: 1) маркетинг; 2) заключение контракта; 3) доставка и 4) расчет. Условием признания бизнеса электронным является осуществление любых двух из этих четырех этапов с помощью сети. [1, с. 7]

Вместе с тем в литературе выделяются также виды электронного бизнеса в зависимости от сферы деятельности: 1) производственный электронный бизнес, включающий виртуальное предприятие, электронную коммерцию и прочие виды деятельности сферы материального производства; 2) непроизводственный электронный бизнес, включающий финансовый электронный бизнес, дистанционное обучение, прочие виды деятельности, в процессе которых материальные блага не создаются. [1, с. 9]

Электронный бизнес, таким образом, охватывает все сферы экономических отношений: производство, распределение, обмен и потребление. Целью электронного бизнеса является систематическое получение прибыли и распределение ее между учредителями предприятия при коллективной форме собственности и присвоение одним участником – при частной.

В Гражданском кодексе Республики Беларусь в ст. 1 дается определение предпринимательской деятельности: «Предпринимательская деятельность – это самостоятельная деятельность юридических и физических лиц, осуществляемая ими в гражданском обороте от своего имени, на свой риск и под свою имущественную ответствен-

ность и направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи вещей, произведенных, переработанных или приобретенных указанными лицами для продажи, а также от выполнения работ или оказания услуг, если эти работы или услуги предназначаются для реализации другим лицам и не используются для собственного потребления. [2, с. 4]

В данном определении не используются такие понятия как «электронный бизнес», «электронная коммерция» и «электронное (виртуальное) предприятие». Организация и ведение предпринимательской деятельности возможны лишь путем государственной регистрации индивидуального предпринимателя или юридического лица в форме общества, товарищества, производственного кооператива, унитарного предприятия, крестьянского (фермерского) хозяйства. Таким образом, электронный бизнес можно рассматривать как предпринимательскую деятельность, осуществляемую в одной из перечисленных организационно-правовых форм, с использованием информационных технологий. При этом информационные сети используются как внутри коммерческой организации для управления ее деятельностью, так и для взаимодействия с другими хозяйствующими субъектами (партнерами, поставщиками, потребителями и др.)

Если же электронный бизнес осуществляется без государственной регистрации, а его участники (участник) не платят налоги, то такая деятельность считается незаконной. В соответствии с Законом Республики Беларусь «О рекламе» от 10 мая 2007 г. № 225-3 реклама, содержащая информацию о реализации товара, связанная с осуществлением рекламодателем предпринимательской деятельности, должна содержать наименование рекламодателя, его учетный номер плательщика, а если рекламодателем является гражданин, осуществляющий предпринимательскую деятельность, также его фамилию и инициалы. [3, с. 69] Реклама, содержащая информацию о юридическом лице Республики Беларусь, допускается только при наличии у этого юридического лица свидетельства о его государственной регистрации. Реклама, содержащая информацию о гражданине, деятельность которого требует государственной регистрации его в качестве индивидуального предпринимателя в соответствии с законодательством, допускается только при наличии у этого гражданина свидетельства о государственной регистрации индивидуального предпринимателя. [3, с.69] Таким образом, реклама, размещаемая в сети Интернет, без соблюдения соответствующих законодательству требований, является незаконной, а рекламодаделец должен осуществлять предпринимательскую деятельность (электронный бизнес) только после ее регистрации в качестве индивидуального предпринимателя либо образования юридического лица.

Список литературы

1. *Старовойтова Т.Ф.* Электронный бизнес и коммерция: ответы на экзаменационные вопросы. – Минск, 2009.
2. Гражданский кодекс Республики Беларусь. – Минск, 2010.
3. *Чернецкая Н.А.* Информационное право: ответы на экзаменационные вопросы. – Минск, 2010.