

# ЗНАЧЕНИЕ ИНТЕРНЕТ - ЭКОНОМИКИ В СОВРЕМЕННОМ БИЗНЕСЕ

УДК 330.

САВИТАХУНОВА Р.А.  
и.о. доцента КНУ им.Ж.Баласагына

*Аннотация:* Данная статья посвящена одной из наиболее актуальных на сегодняшний день тем – развитию интернет-бизнеса в Кыргызстане. В современную эпоху глобализации применение современных информационных технологий позволит Кыргызстану выйти на новые зарубежные рынки и в перспективе занять достойное место в международном разделении труда.

*Ключевые слова:* интернет-экономика, интернет-бизнес, электронная коммерция, интернет-магазин, интернет-пользователи, информационно-коммуникационные технологии.

Применение современных информационных технологий в бизнесе формирует новые направления в глобальной системе координат мировой экономики. Это направление сегодня принято называть Интернет-экономикой. Интернет дает возможность отечественным компаниям выйти на мировой рынок, расширяет каналы сбыта, объединяет поставщиков и покупателей в единую систему. Оборот Интернет – бизнеса составляет такие значительные суммы, которые сопоставимы с ВВП таких стран как Франция, Италия, Великобритания. Поэтому нельзя игнорировать или преуменьшать значение этого относительно нового сектора экономики. Ведение крупномасштабного бизнеса в современных условиях без использования информационных технологий не представляется возможным. Для малого и среднего бизнеса интернет дает прекрасную возможность для продвижения. Безусловно, Кыргызстан еще очень отстает в развитии и распространенности Интернет – бизнеса от развитых стран, что объясняется в первую очередь недостаточной компьютеризацией населения. В узком смысле под Интернет-экономикой принято подразумевать «применение современных информационных технологий в бизнесе»<sup>1</sup>. Человечество неотвратимо вступило в информационную эпоху. Вес информационной экономики постоянно возрастает, и её доля, выраженная в суммарном рабочем времени, для экономически развитых стран уже сегодня составляет 40-60% и ожидается, что к концу века она возрастет еще на 10-15%. При огромном потенциале Интернета, вклад его в экономику страны все ещё мал. По доле Интернет – экономики в ВВП Кыргызстана в настоящее время находится на уровне (0,3%), в России же и Испании одинаков (2,2%) и Италии (1,9%). Лидерами стали Великобритания (7,2%), Швеция (6,6%) и Дания (5,8%).

Интернет-экономика представляет собой сетевую системно организованную пространственную структуру взаимоотношений между экономическими субъектами. Она включает в себя индустрию создания и использования новых информационных технологий и продуктов, т.е. телекоммуникационные услуги, электронный бизнес, электронную коммерцию, электронные рынки, телебанкинг и другие составляющие компоненты. Существование Интернет - экономики связано не с внедрением сколь угодно большого количества компьютеров, а с коммуникациями этих компьютеров. Объединенные в единое целое многочисленные компьютеры образуют специфическую Сеть. Развитие информационных и телекоммуникационных технологий сформировали среду для экономической деятельности в Интернет, а развитие инфраструктуры глобальной Сети Интернет и коммерциализация Интернета привели к изменениям

---

<sup>1</sup>Шеншин А.С. Учебно-методическое пособие «Интернет - экономика» – Нижний Новгород, 2013. – с.48

способов ведения бизнеса и появлению электронного рынка, основанного на принципах сетевой экономики.

В целом Кыргызстан по интенсивности использования интернета имеет 0,5 %доли в ВВП страны. Россия идет на равных с такими странами, как Словакия, Турция, Бразилия и Малайзия, значительно обгоняя Китай, Индию и Индонезию. При этом Кыргызстан все еще заметно отстает от большинства развитых и развивающихся стран, включая страны центральной Европы: Великобритания (7,2%), Швеция (6,6%) и Дания (5,8%). Однако в связи с глобализацией процессов экономики в будущем ожидается рост доли Интернет – экономики в ВВП. Так как этот показатель также влияет на развитие экономики в целом.

Доля Интернет-экономики в ВВП Кыргызстана составляет около 0,5%. В нашей стране данный сегмент находится на стадии развития. Мы только учимся применять Интернет в предпринимательской деятельности. И операции осуществляемые, через Сеть слабо регулируются, государственными органами. Следовательно, не облагаются налогами. Однако в недалеком будущем доля Интернет – экономики будет расти, так как значимость и возможности Интернета увеличиваются.

Кыргызстан, по данным InternetWorldStats лидирует среди стран Центральной Азии по уровню проникновения интернета 40%. На данный момент в Кыргызстане представлено несколько провайдеров Интернет услуг, среди которых большая часть территориально охватывает только столицу республики. Основными провайдерами в республике являются компании Кыргызтелеком, Элкат и Акнет. Далее идет Казахстан – 34%, Узбекистан – 17% и т.д.

*Налогообложение электронной коммерции в Кыргызстане.* В Кыргызстане налогообложению электронной коммерции пока что не уделяется достаточно внимания. В настоящее время в законодательстве практически нет норм, направленных на регулирование налогообложения в этой сфере. Тем не менее, в последние годы неоднократно предпринимались попытки законодательно урегулировать общие положения осуществления ЭК, но вопросы налогообложения поднимались только на уровне внутренних конференций. При этом в кыргызском налоговом законодательстве отсутствует базовое определение электронной коммерции или торговли через Интернет, что препятствует разработке принципов налогообложения ЭК и не дает возможности использовать дифференцированный подход по отношению к данному виду бизнеса. Кроме того, в законодательстве не определено, по какому принципу облагать налогами реализуемые через Интернет электронные продукты: как товары или как услуги. На практике их реализация обычно считается услугой. Это соответствует опыту стран ЕС - все интернет-продажи облагать НДС как реализацию услуг. В ЕС местом реализации электронных товаров обычно считается местонахождение покупателя, в то время как при реализации традиционных - местонахождение продавца. В настоящее время покупка электронных товаров кыргызскими потребителями в зарубежных Интернет-магазинах, не облагается НДС, а в странах ЕС товаров из-за рубежа облагается

Другая проблема кыргызского законодательства связана с налогообложением операций физических лиц, приобретающих товары за рубежом. В Кыргызстане самые мягкие ограничения при взимании платежей за международные почтовые отправления. Это важный показатель, который позволяет утверждать, что в нашей стране есть серьезные позитивные стимулы роста оборота электронной коммерции. Но такой рост может быть связан, прежде всего, с импортом товаров из других стран без уплаты пошлин, а это в определенной степени отрицательный фактор для развития ЭК внутри страны и экономики в целом, и, кроме того, импорт может снижать поступления в бюджеты различных уровней.<sup>2</sup>

За 2014 г. самый высокий процент присвоен Интернет – магазинам 15 %, так как это самый распространенный вид деятельности. Это удобно и просто. Следующие по

---

<sup>2</sup><http://www.webeconomy.ru> Ким О.Л. «Налогообложение электронной коммерции в мировой практике», Казань 2012 – с.78

списку идут Интернет- реклама 12%, так как она размещена практически на всех сайтах; Интернет – банкинг и Электронные платежи находятся на одинаковом уровне 12%. Далее, мы разберем поподробнее основные важные инструменты Интернет – бизнеса в КР.

Интернет – банкинг это платежный банковский сервис, который помогает управлять счетами, осуществлять контроль над личными средствами и проводить финансовые операции через Интернет. Весомым достоинством этой системы является круглосуточный доступ к ней. Из графика мы видим, что самое большое количество пользователей услуг Интернет - банкинга имеется у «Демир банк» 450 000 тыс.чел., за счет наличия более благоприятных условий и защищенности. Также он осуществляет международные операции, что тоже не маловажно. Самое малое количество насчитывается у Дос-Кредо банка 100 500 тыс.чел., т.к. банк лишь с недавнего времени предоставляет услуги Интернет - банкинга и не имеет широкой клиентской базы.

Интернет – реклама занимает 12 % из всех услуг предоставляемых интернетом. Так она размещается практически на всех сайтах, это удобно и выгоднее для предпринимателей. Тем более пользователей браузеров становится больше и, следовательно, большее количество людей предпочитают искать нужную информацию относительно купли-продажи через Интернет. На сайте Namba.kg размещается самое большее количество рекламы около 30 % от 100%, так его посещают больше всего и пользователей из всех выше описанных сайтов.

Эффективный и важнейший инструмент Интернет-бизнеса - Интернет-магазин - это специализированный сайт, предлагающий посетителям возможности по приобретению тех или иных товаров или услуг. Идея продавать что-то "через Интернет" по возрасту сравнима с самим Интернетом. Однако период интенсивного развития онлайн-магазинов связан с появлением Web. Интернет-магазин может быть создан и торговой фирмой, уже имеющей большой опыт продаж "в оф-лайне", и коллективом энтузиастов, решивших сразу начать с он-лайна. Онлайн-торговля имеет целый ряд отличительных особенностей, требующих особенного подхода. Основное отличие Интернет-магазина от традиционной модели – в типе торговой площадки. Если обычному магазину нужен торговый зал, витрины, ценники, а также продавцы, кассиры и опытные консультанты, то у его он-лайнного «тезки» вся инфраструктура реализована на программном обеспечении. Другими словами, Интернет-магазины – это совокупность программ, работающих на Web-сайте, которые позволяют покупателю дистанционно выбрать товар из каталога и оформить его заказ. Организация торгового процесса с помощью Интернет-магазина более подходит для торговой компании, которая хочет реально контролировать весь процесс электронной торговли и маркетинг и стремится уменьшить операционные издержки. По сравнению с витриной создание магазина обходится дороже, но при грамотной организации бизнеса эти расходы окупаются быстрее, так как Интернет-магазин часто бывает рентабельнее по обороту. К тому же если у вас нет команды разработчиков или вообще ИТ-отдела, то всегда существует возможность аренды магазина или торговой площадки у специализированной компании, предоставляющей подобные услуги. Электронный бизнес пользуется большой популярностью у розничных торговцев из-за относительно низких издержек (нет необходимости в торговых площадях, обслуживающем персонале, комиссионных распространителей и т.д.) Кроме того, Интернет позволяет персонализировать отношения с клиентом, который может теперь быстро найти нужные ему товары, их характеристики, заказать технику по определенным техническим и другим характеристикам.

История создания кыргызских магазинов началось в 2006 году. Первая профессиональная Конференция по электронной и мобильной коммерции, онлайн-продажам и многоканальной торговле. Ее участники собрались вместе, чтобы обсудить возможности и перспективы относительно нового для Кыргызстана направления бизнеса, узнать о новых трендах, успешном опыте и найти партнеров.

На сегодняшний день, как отметил основатель платежной системы "Мобильник" Адилет Боотаев на первой профессиональной Конференции по электронной и мобильной коммерции, онлайн-продажам и многоканальной торговле, которая проходила в Бишкеке в мае 2015 г.: «электронная коммерция, осуществляемая на просторах Интернета с использованием безналичных расчетов или электронных денег, набирает обороты». По его подсчетам, уже сегодня в Кыргызстане насчитывается около 300 интернет-магазинов. Для дальнейшего развития электронной коммерции необходимо расширение проникновения Интернета, доверие клиентов к интернет-сервисам и магазинам, наличие доступных средств платежей и способов доставки (логистика), а также поддержка со стороны государства.

"Уровень проникновения Интернета и безналичных платежей достиг того необходимого минимума, когда население может пользоваться всеми имеющимися возможностями. Примерное количество мобильных кошельков, по моим расчетам, составляет около 120 тыс., и это далеко не предел. Количество банковских карточек также растет, расширяется сеть платежных терминалов. Но самая важная миссия по развитию электронной коммерции возложена на интернет-магазины. Им следует налаживать контакт с клиентами таким образом, чтобы угодить во всем, начиная с дизайна сайта и заканчивая качеством услуг. Ведь один недовольный клиент может увести за собой еще пятьдесят", – отметил Боотаев.

По его мнению, самой проблематичной остается ситуация с развитием логистики. В этом плане Кыргызстану следует брать пример со стран Европы и Китая, где эта отрасль развивается быстрыми темпами.

"Что касается государственной поддержки, то первый шаг уже сделан: рынок электронной коммерции признан официально. Приняты закон о платежной системе и положение об электронных деньгах. Хотелось бы, чтобы была поддержка и по части налогов. К примеру, можно было бы ввести специальный патент на онлайн-торговлю, тогда каждый интернет-магазин платил бы налоги и подключался к эквайрингу. Это повлияло бы на развитие электронной коммерции и увеличило бы налоговые поступления", – подчеркнул Боотаев.

Руководитель digital-агентства Namba Media Дарья Суходолова представила обзор интернет-рынка Кыргызстана. По ее словам, Интернет все чаще рассматривается кыргызстанцами как бизнес-среда для продвижения товаров и услуг. "Сегодня об этой среде известно очень мало, потому что исследований в нашей стране практически не проводится. По данным Госагентства связи, число интернет-пользователей на конец 2014 года достигло 4 млн, или около 70% населения. Исследование одной из консалтинговых компаний показало, что около 60% бишкекчан, то есть 700-800 тыс. человек, являются интернет-пользователями. По-моему, эта цифра более реалистична. В любом случае можно сказать, что большое количество людей достаточно много времени проводит в Интернете. Всех их можно рассматривать в качестве потенциальных клиентов", – отметила Суходолова.

Она добавила, что объем рекламного рынка Кыргызстана оценивается примерно в \$2 млн в год. Более половины приходится на телевидение, далее следуют наружная реклама, радио, газеты и журналы. Хотя они постепенно и сдают свои позиции, доля Интернета еще в прошлом году была все еще невелика – 7-8%, хотя по некоторым оценкам на сегодняшний день она составляет 12-13%.

"Тот факт, что коммерческие сайты начали попадать в рейтинг самых популярных, говорит о повышении интереса аудитории к покупкам через Интернет. Растет число мобильных приложений, корпоративных аккаунтов в социальных сетях. Словом, возможностей для развития электронной коммерции очень много, и для этого нужно внимательней изучать интересы и поведение пользователей", – подчеркнула Суходолова.

В настоящее время существующие Интернет – магазины, предоставляют различные услуги: от продажи одежды, бытовой техники до регистрации билетов

посредством он-лайн. И с каждым годом количество магазинов осуществляющих свою деятельность в Интернете, растет. Что, несомненно, связано с тем, что количество людей производящих покупки через сеть увеличивается и это имеет достаточно высокий спрос. Это выгодное дело для предпринимателей и является удобным способом для покупателей. Президент Ассоциации казахстанского интернет-бизнеса и мобильной коммерции Константин Горожанкин уверен, что и Кыргызстан несмотря на небольшую территорию и население, также обладает большим потенциалом.

"У вас нет нефти, поэтому приходится больше думать. А это значит, что в будущем ожидается появление большого числа интересных стартапов. В таких странах, как наши, невозможно создать крупную социальную сеть или поисковую систему. Но есть две сферы, где можно сопротивляться всеобщей глобализации – это местные новости и интернет-магазины. Как показывает статистика, люди все чаще покупают через Интернет бытовую технику, одежду, оборудование, еду и напитки, мебель, косметику, инструменты для дома, бытовую химию. Некоторые из этих ниш в Кыргызстане все еще не заняты. Начинать такой бизнес нужно, конечно, с Бишкека", – посоветовал Горожанкин.

Он подчеркнул, что всплеск электронной коммерции в каждой стране происходит после прохождения определенной точки развития Интернета, когда его пользователями становится 20% населения. В Кыргызстане это событие прошло в прошлом году, чем и объясняет всплеск интереса к онлайн-бизнесу.

"Сейчас у вас начнется то, что Россия прошла в 2008 году, а Казахстан – в 2011-м. Население созрело к тому, чтобы делать покупки в Интернете. По сути, вы сейчас находитесь в своеобразной "машине времени". У вас есть хороший шанс не повторить совершенных нами ошибок и внедрить проверенные временем проекты. Те инициативы, которые будут реализовываться сейчас, на пике подъема, будут успешными и устойчивыми. А с открытием таможенных границ в рамках ЕАЭС улучшится ситуация с логистикой. Если же вы сами не будете развивать свой рынок, то сюда со временем придут игроки из Казахстана, России и Украины. Запустив и обкатав проекты на небольшом рынке Кыргызстана, вы сможете потом пойти с ними в другие страны и привлекать инвесторов", – заявил спикер из Казахстана.

В свою очередь директор по маркетингу и продажам казахстанской инвестиционной компании The Farm Анна Осипова подчеркнула, что по активности интернет-аудитории Кыргызстан в последние годы обходит Казахстан. При этом статистика говорит о том, что кыргызстанские пользователи чаще делают покупки в Интернете на зарубежных сайтах.

"Значит, спрос и интерес имеются, поэтому открывать проекты нужно здесь и сейчас. Существует много свободных ниш и не запущенных сервисов. Причем не нужно изобретать велосипед, а внедрять то, что уже пользуется популярностью. В свое время на своих рынках мы потратили миллионы долларов на то, чтобы понять, что действительно нужно».

Наглядно представлены в количественном соотношении, пользователи по всем регионам, которые предпочитают заказывать одежду, машины, аксессуары, бытовую технику через Интернет - магазины. Так это удобно, дешевле и имеется большее наличие выбора. Первое место дается сайту BISHTAO.kg 350 000 чел.

Среди устройств, используемых для заказов в рамках интернет-торговли, наибольший процент на данный момент приходится на персональные компьютеры (82%), так они имеются почти у каждой семьи и это является более удобным способом осуществить заказ он-лайн. Тем не менее, стремительно увеличиваются и доли заказов, сделанных с помощью смартфонов и планшетных ПК.

По форме оплаты наибольшая доля приходится на оплату наличными — кыргызские покупатели пока не доверяют другим видам расчетов. Так как данный способ самый надежный и проверенный: из рук в руки.

В структуре Интернет-коммерции преобладают операции с потребительской электроникой и техникой (42%), одеждой и обувью (13%) и автозапчастями (10%). При этом продажи одежды и обуви растут очень быстро – по мере того, как потребители привыкают к возможности без проблем вернуть не подошедшие по размеру или фасону вещи.

В последние годы общее количество пользователей интернета в Кыргызстане ежегодно увеличивалось в среднем на 100 тыс. человек и в 2014 г. составило 900 тыс. (то есть каждый третий житель Кыргызстана стал пользователем интернета). При этом следует отметить, что размер месячной аудитории составляет всего 500 тыс. человек. Рост в сегменте коммутированного доступа в интернет почти прекратился, однако в последнее время наблюдается рост числа широкополосных подключений к интернету по технологии ADSL. Общее количество абонентов интернет-провайдеров в настоящее время оценивается в 55 тыс. пользователей, причем около 25 тыс. из них являются корпоративными пользователями.

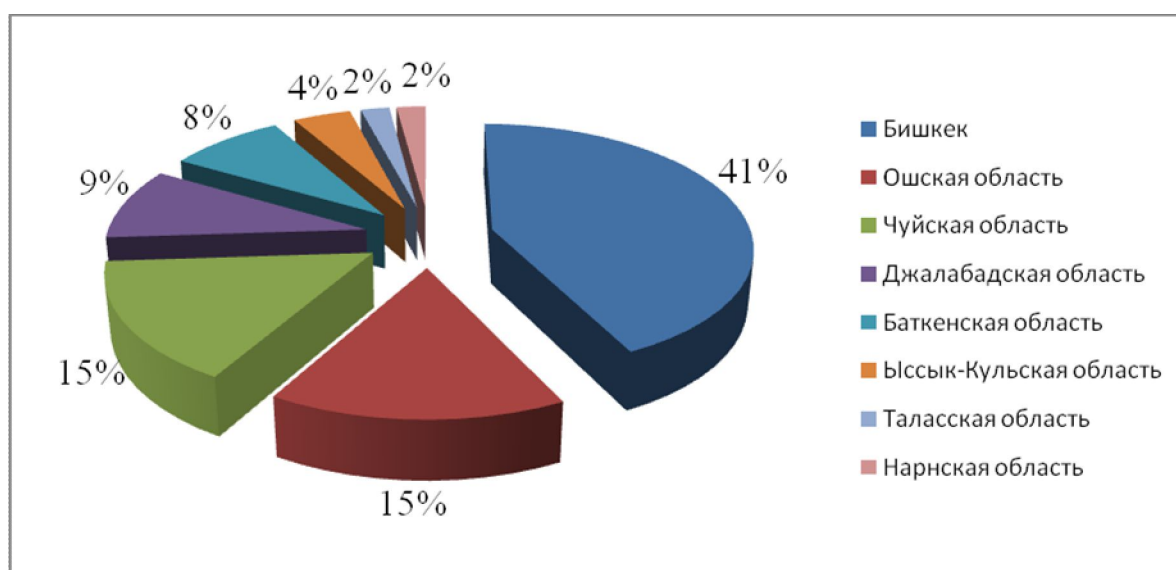


Рисунок 1. Уровень проникновения Интернета в разрезе по регионам КР за 2012 г., %<sup>3</sup>

Большинство интернет-потребителей (77%) пользуются мобильным Интернетом через сотовый телефон. Это связано с развитием рынка мобильной связи и повышением количества и качества услуг мобильного Интернета. Также, довольно большой процент людей (29%), пользуются Интернетом дома через кабель или Wi-Fi роутер. Число пользователей Всемирной сетью на работе, в интернет-кафе или через USB модем примерно одинаковое. Лидером по использованию Интернета посредством мобильной связи является Megacom.Beeline отстает от Megacom на 13%. Услугами сотового оператора O! пользуются 21,5% интернет-пользователей.

В отличие от многих других стран, где лидерами процессов электронного развития зачастую выступало научно-образовательное сообщество, в Кыргызстане ведущая роль в продвижении повестки развития информационного общества принадлежит государству. Еще бывший Президент Кыргызстана Аскар Акаев заявил всему мировому сообществу: «Кыргызстан выбирает информационное общество». Прежний состав правительства позитивно оценил значение ИКТ и интернета для развития страны еще до того, как это сделали международные доноры, работавшие в республике.

<sup>3</sup>Исследование поведения и восприятия медиа аудитории 2012г. (3-я волна), часть3: Аналитический отчет, 3.5. Интернет, с.4

Также одним из трех приоритетных направлений Национального плана действий по реализации Национальной стратегии «Информационно-коммуникационные технологии для развития Кыргызской Республики» было определено развитие электронной экономики – экономики, основанной на использовании информации, знаний и ИКТ при взаимодействиях типа Business-to-Business (B2B) и Business-to-Customer (B2C). Одной из таких возможностей является использование интернета в качестве инструмента ведения бизнеса и налаживание Интернет-торговли товарами и услугами. Многие жители Кыргызстана, имеющие представление о том, что такое интернет, уже оценили преимущества заказа товаров и услуг через интернет. По данным исследования, проведенного при подготовке Национального плана действий, положительным показателем для будущего электронной коммерции в Кыргызстане было то, что больше других заинтересованы в развитии сервиса электронной коммерции предприниматели (60%) и государственные служащие (56%). В то же время сегодняшняя ситуация такова, что намеченные в Национальной стратегии цели так и не были достигнуты, проекты, направленные на стимулирование развития электронной экономики, так и не стартовали. В Кыргызстане в 2004 г. были приняты законы «Об электронных платежах» и «Об электронной цифровой подписи», а с целью содействия развитию электронной экономики Министерство экономического развития, промышленности и торговли в 2003 г. подготовило проект закона «Об электронной коммерции».

Учитывая, что общий тренд в развитии интернет-бизнеса в КР идет в том же направлении, что и в остальных странах, в будущем можно ожидать ускорения развития Интернет - бизнеса, а вместе с этим и обострения проблем, связанных с его налогообложением. Следовательно, уже сейчас необходимо просчитать последствия и принять меры для минимизации возможных потерь бюджета. В первую очередь необходимо четко определить понятие Интернет – бизнеса для обеспечения сбора и обработки статистических данных. Отдельный важный момент - контроль над объемами международных почтовых отправок, поскольку эти каналы поставки товаров могут стать серьезным препятствием как для развития розничной торговли отдельными группами товаров внутри страны, так и для поступлений в бюджет. Решения о повышении и понижении максимального объема ввозимых товаров, которые могут ввозиться без пошлин и налогов, а также об изменении ставок пошлин и налогов при превышении этого ограничения должны приниматься с учетом текущего объема почтовых отправок и состояния экономики.

Налогообложение должно не препятствовать электронной торговле, а скорее служить созданию более благоприятного климата для ее развития. В нашей стране для начала надо разработать такую систему налогообложения Интернет – бизнеса и сделок заключаемых посредством Сети, в основе которой будут заложены следующие основные принципы налогообложения электронной торговли, применяемые в зарубежной практике:

- Налогообложение электронных торговых сделок должно носить нейтральный характер по сравнению с налогообложением аналогичных неэлектронных сделок. Оно не должно искажать торговлю или препятствовать ей. В налоговой системе не должно проводиться различие между разными видами торговли, равно как и создаваться стимулов для изменения характера сделок или места их осуществления;
- Правительству не следует вводить или применять новые налоги к электронной торговле или иным формам сделок, заключаемым через Интернет;
- Система налогообложения электронной торговли должна быть простой и прозрачной. Она должна охватывать большую часть соответствующих доходов, быть легкой для выполнения и сводить к минимуму трудоемкую систему учета и отчетности, а также расходы всех сторон;
- Налогообложение электронной торговли должно соответствовать общепринятым международным принципам.

Ввиду того, что большинство стран использует перечисленные выше принципы для разработки своих подходов к налогообложению электронной торговли, Кыргызстан может получить большие преимущества, если он будет следовать этим принципам в своей собственной политике. Общеизвестно, что электронная торговля носит глобальный характер. Следовательно, ее судьба зависит от единого подхода всех участников. Для получения вышеуказанных преимуществ, рекомендуется выполнить следующие действия:

- Пересмотреть существующее законодательство о квалификации доходов с целью обеспечения справедливого и правильного отношения к электронной торговле;
- Учитывать удержания на рекламную деятельность как нормальные хозяйственные расходы;
- Исключить двойное налогообложение программного обеспечения и лицензионных платежей, осуществляемых в рамках электронной торговли;
- Рассмотреть возможность отмены таможенных пошлин на товары, которые могут быть импортированы/экспортированы как на физических, так и электронных носителях, например, музыкальные записи;
- Отменить все потенциальные налоговые барьеры, которые препятствуют развитию электронной торговли, и заменить их налогами, стимулирующими ее рост.

В настоящее время кыргызская индустрия связи регулируется множеством нормативов и находится под контролем. В результате, монополисты рынка связи могут воспользоваться своим исключительным положением для ограничения развития и инвестирования. Например:

- Аренда линий: Информационные сети многих сетевых провайдеров построены на линиях, арендованных у национальных телефонных компаний, зачастую государственных или занимающих монопольное положение. В отсутствие действенной конкуренции телефонные компании могут вводить искусственно завышенные цены на аренду линий и ограничения на их использование, что препятствует оказанию услуг сетевыми провайдерами;

- Ценообразование применительно к использованию местных сетей: Чтобы попасть к своим подписчикам, сетевым провайдерам зачастую приходится приобретать услуги местных АТС у государственных и монопольных телефонных компаний. Такие услуги, также нередко предлагаются по сильно завышенным расценкам, что приводит к росту стоимости информационных услуг для клиентов;

- Взаиморасчеты между операторами и обеспечение свободного доступа ко всем компонентам "последней мили": Сетевые провайдеры нуждаются в средствах связи с сетями действующих компаний связи, чтобы все пользователи сети могли беспрепятственно обмениваться информацией. Соединение оборудования с сетью: Многие годы многие компании связи пользовались своим монопольным статусом в целях ограничения соединения средств связи с технологического оборудования с сетью.

Все эти препятствия обусловили ограниченность доступа к Интернету и его высокую стоимость, что замедляет развитие и уменьшает выгоды всех видов электронной торговли. Таким образом, в сфере развития инфраструктуры правительство должно сосредоточить усилия на большей открытости отрасли для привлечения инвестиций и усиления конкуренции.

Существует множество общеизвестных рекомендаций по усилению конкуренции и привлечению инвестиций в области связи, которые касаются таких аспектов, как лицензирование, приватизация, регулирование, доступность информации, и т.д. Помимо этого, следует рассмотреть следующие пути решения проблем, которые напрямую затрагивают вопросы развития Интернета и Интернет – бизнеса в КР:

- Запретить монопольным поставщикам услуг непосредственно предоставлять доступ к Интернету или владеть долями участия в компаниях Интернет-провайдерах. Указанное ограничение принудит их сконцентрировать внимание на осуществлении связи между сетями и местными линиями другим провайдерам на коммерческой основе;



-Обеспечить на нормативном уровне "равных возможностей" доступа к межсетевой связи и местным сетям, принадлежащим монопольным компаниям связи. Такое регулирование должно предусматривать одинаковые для всех провайдеров права доступа к общественным сетям на одинаковых условиях.

-Принять Закон об электронно-цифровой подписи без привязки к какой-либо конкретной технологии. Лицензирование электронных подписей должно быть добровольным и регулируемым самими участниками отрасли с целью стимулирования инноваций. По мере необходимости должны приниматься подзаконные акты, обеспечивающие функциональную равнозначность электронных сделок и подписей, с одной стороны, и оформленных на бумаге сделок и подписей, с другой стороны. Общество и деловое сообщество должны быть уверены в том, что электронные подписи будут признаваться законодательством и государственными органами КР.

-Регулярно проводить конференции по электронной и мобильной торговле в КР, где будут объединяться на одной площадке все игроки рынка и обсуждаться насущные проблемы онлайн-коммерции.

Многие считают, что электронная торговля - ключевое направление экономического развития в 21 веке. Это, несомненно, верно и применительно к Кыргызстану, где в течение нескольких следующих лет продолжится стремительный рост электронной торговли. Нехватка обычных телефонных линий уже не будет сдерживать развития доступа к Интернету, поскольку для сетевого поиска будут использоваться совместные возможности беспроводной связи и Интернет устройств личного пользования - все это превратит сетевой доступ в новое средство связи, такое же доступное и распространенное, как мобильные телефоны. Это, в свою очередь, откроет возможности по использованию Интернета даже перед самыми удаленными регионами Кыргызстана. Для нашей страны электронная торговля открывает только новые перспективы: улучшение качества кыргызских систем связи, обмен информацией, рост многочисленных новых отечественных и международных предприятий - все это дает возможность ускорить развитие электронной торговли, что требует поддержки динамики электронной торговли и Интернета.

КР может получить множество преимуществ от устойчивого и здорового рынка электронной торговли: повсеместный рост предприятий местной экономики вне зависимости от форм собственности, доступ к экспортному рынку, рабочие места для квалифицированной рабочей силы, доступ к инвестиционному капиталу, а также увеличение налоговых поступлений от применения электронных платежей. Тем не менее, для того, чтобы воспользоваться всеми этими преимуществами, должны быть устранены барьеры на пути эффективного применения электронной торговли в Кыргызстане.

Список литературы:

1. Постановление Правительства Кыргызской Республики от 24 апреля 2002 г. № 248 «О Госполитике по развитию и использованию сети Интернет»
2. Указ Президента Кыргызской Республики от 17 октября 2005 г. № 285 «О Концепции развития договорных отношений заключенных посредством Интернета в КР»
3. Исследование поведения и восприятия медиа аудитории 2012г. (3-я волна), часть 3: Аналитический отчет, 3.5. Интернет
4. Шеншин А.С. Учебно-методическое пособие «Интернет - экономика» – Нижний Новгород: Нижегородский госуниверситет, 2013. – с.48
5. Семенчук В.Д. Учебно-методическое пособие «Интернет – экономика и её понятие», Волгоград 2012
6. Максвелл Д.Е. «Самые известные Интернет-магазины в мире», Луизиана 2013 –с.35
7. Быркова Е. Учебно-методическое пособие «Статистика Интернет-торговли в странах мира», Омск 2014 – с.88
8. <http://www.works.tarefer.com> Шиллер Р.Д. «Интернет-бизнес в Мировой практике», Мичиган 2013 – с.95

9.Интернет-сайты: ИА "24.kg", «АКИ-press», Вечерний Бишкек, «Tazabek»017 годы. /  
Утверждена указом Президента КР от 21 января 2013 г. № 11.