

18. Rostow, W.W. The World Economy: History and a Prospect. / W.W. Rostow. — Austin; London: University of Texas Press, 1980.

19. Статистический ежегодник Республики Беларусь — 2013: стат. сб. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. — Минск, 2013.

Статья поступила в редакцию 26.12.2013 г.

Т.А. Осипович
кандидат экономических наук
БГЭУ (Минск)

ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСЫ КАК ФАКТОР ЭФФЕКТИВНОСТИ ВНЕШНЕТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ БЕЛАРУСИ

В статье отражен ряд факторов, препятствующих повышению эффективности внешне-торговой деятельности белорусских предприятий. На базе изучения передового зарубежного опыта в области электронной коммерции экономически обоснована целесообразность использования электронных бизнес-регистров и электронных торговых площадок для оптимизации выполнения экспортно-импортных операций белорусскими предприятиями и минимизации связанных с этим негативных внешнеторговых рисков.

A number of factors, which interfere with the Belarusian enterprise efficiency increase, is reflected in the article. The author examined the best foreign practices in the sphere of e-commerce and on this basis substantiated economic expediency of using business registers and e-marketplaces to optimize performance of export-import transactions and connected with them negative international trade risks minimization of the Belarusian enterprises.

Согласно положениям Программы социально-экономического развития Республики Беларусь на 2011—2015 годы активизация экспорта и оптимизация импорта товаров, а также повышение эффективности внешнеторговых сделок являются одними из приоритетных направлений развития экономики страны. Достижению поставленных в программе задач препятствует ряд факторов. Среди них можно выделить:

1) заключение внешнеторговых сделок с неблагонадежными партнерами из стран СНГ и дальнего зарубежья. Неисполнение или недобросовестное исполнение одного либо нескольких условий внешнеторгового контракта приводит к возникновению просроченной дебиторской задолженности. Так, за 2009—2012 гг. она составляла в среднем 5,9 % и 18 % стоимости экспорта малых и средних предприятий соответственно [1, с. 69]. В условиях резкого ухудшения платежного баланса Беларуси в 2013 г. проблема по возврату валютной выручки в страну становится одним из факторов риска экономической безопасности ее развития;

2) недоверие многих крупных и финансово устойчивых предприятий из развитых стран к потенциальным контрагентам из Беларуси, вызванное негативными значениями показателей различных международных рейтингов. Так, согласно страновому рейтингу Doing Business—2014 по показателю «Международная торговля» Беларусь находилась на 149 месте из 189 стран (1 место — лидер по благоприятности условий для ведения бизнеса в стране). В рейтинге Failed States Index 2013 Беларусь была отнесена к странам с высоким уровнем риска в области

стабильности экономической, социальной и политической сфер (группа стран «стабильность ниже среднего») и занимала 81 место из 178 стран (178 место — лидер в области стабильности развития страны). В 2013 г. рейтинговое агентство «Standard & Poor's» вновь ухудшило прогноз по долгосрочному суверенному кредитному рейтингу Беларуси «В–» и краткосрочному рейтингу «В» в иностранной и национальной валютах с «позитивного» до «стабильного» (значение рейтинга варьируется от наивысшей категории «AAA» до самой низкой «D») [1, с. 70, 302]. В результате многим белорусским предприятиям отказывают в заключении внешнеторговых сделок либо выдвигают невыгодные в сравнении с предприятиями из других стран условия платежа и поставки.

В связи с этим автором был исследован практический опыт успешных экспортеров и импортеров из государств — внешнеторговых партнеров Беларуси в области способов установления хозяйственных связей с потенциальными контрагентами из других стран и проверки их благонадежности.

Опрос шестидесяти различных экспортеров и импортеров Беларуси позволил выявить применяемые способы поиска иностранных поставщиков и покупателей товаров и оценки их добросовестности в выполнении договорных обязательств [1, с. 243]. Сравнительный анализ данных способов с аналогичными торговыми технологиями экспортеров и импортеров из других стран, успешно выдерживающих международную конкуренцию, позволил обнаружить следующие отличия практики осуществления внешнеторговых операций белорусскими субъектами хозяйствования. Во-первых, отечественные экспортеры и импортеры не регистрируются в зарубежных электронных бизнес-регистрах предприятий (ЭБРП), а более половины респондентов не имеют представления об их существовании.

Сложившаяся ситуация во многом обусловлена следующим. В Беларуси не функционируют ЭБРП. К тому же анализ экономической литературы в области использования современных информационно-коммуникационных технологий в целях осуществления внешнеторговых операций позволил выявить отсутствие научных исследований существующих за рубежом ЭБРП и их возможностей. В связи с этим автором были изучены такие возможности на примере 28 ЭБРП стран — членов Группы европейских экономических интересов Регистра европейского бизнеса (EBR EEIG). Выбор ЭБРП европейского континента был обусловлен тем, что на него приходится более 86 % стоимостных объемов внешней торговли Беларуси.

На сайтах таких национальных регистров можно быстро, легко и сравнительно недорого получить доступ к широкому спектру коммерческой информации о физических лицах и предприятиях.

Например, в перечень основных услуг ЭБРП Латвии входят:

- *Базы данных предприятий* — поиск в Регистре неплатежеспособности; список предыдущих названий предприятия; полная справка о регистрационном удостоверении; процессы неплатежеспособности; список коммерческих залогов; справка об обеспечении (аресте или запрете) и др.;
- *Регистр годовых отчетов* — данные баланса предприятия за предыдущие годы; отчет финансового анализа предприятия (за один год); годовой отчет предприятия и др.;
- *Профиль персоны* — выписка из Регистра коммерческих залогов; выписка из Регистра имущественных отношений супругов; поиск записи в регистре отозванных доверенностей; участие лица в других предприятиях; должности, занимаемые лицом на других предприятиях и др.;
- *Справка и поиск Литовского CreditInfo* — обширная информация и оценка кредитных возможностей предприятий Литвы);

- *Справка кредитной истории и сама кредитная история от Baltrisk*;
- *Кредитная история и краткосрочный индекс кредитоспособности от Creditreform*;
- *Регистр отозванных доверенностей* — результаты поиска и справка об отозванной доверенности в Регистре отозванных доверенностей;
 - *База данных судебных исков и судебных постановлений Латвии* — результаты поиска судебных процессов (исков); описание одного судебного процесса (иска);
 - *Европейский бизнес-реестр 28 стран* — поиск предприятий; полная справка о предприятии; залоги предприятия и др.;
 - *«Белая книга» ARCIS (поиск и справка)* — база данных, в которую включены главным образом физические и юридические лица Латвии — нечестные партнеры в сделках. К ним относятся лица, которые не выполняют свои обязательства и ведут сомнительную деятельность: не отдают товарный кредит; не выполняют денежные кредитные обязательства; не оплачивают лизинг; манипулируют случаями страхования; задерживают договорные обязательства; необоснованно используют кредитные карты. База данных обновляется раз в неделю, в ней зарегистрировано несколько тысяч таких лиц. Всякий раз, когда лицо совершило какое-либо нечестное действие, в базе данных фиксируется этот случай: описание произошедшего, дата, источник информации (лицо, которое знает о конкретном случае), контактный телефон и имя свидетеля, который может подробнее охарактеризовать ситуацию;
 - *Мобильные услуги* — возможность подключения к базе данных компании Lursoft, используя SMS-сервис мобильного телефона, независимо от местонахождения клиента.

Стоимость одного результата поиска в режиме онлайн зависит от вида услуги и страны объекта запроса и колеблется от 0,02 до 43,2 евро.

С учетом изложенного автор предлагает пропагандировать использование возможностей EEIG и облегчить доступ белорусских экспортеров и импортеров к входящим в него национальным ЭБРП. Решение поставленных задач представляется возможным возложить на созданный в 2003 г. Единый государственный регистр Беларуси (ЕГРБ), который не обеспечивает доступ в режиме онлайн как к коммерческой информации о белорусских предприятиях, так и к данным входящим в EBR EEIG национальных ЭБРП. В связи с этим представляется целесообразным создать на базе его сайта виртуальный регистр всех белорусских предприятий и обеспечить членство последнего в EBR EEIG.

В 2012 г. количество отечественных участников электронной торговой площадки (ЭТП) на базе ОАО «Белорусская универсальная товарная биржа» (БУТБ), осуществляющих торговые операции либо на территории, либо за пределами Республики Беларусь, составило 9017 предприятий, или менее 43 % от общего количества экспортеров и импортеров страны. К тому же из шестидесяти опрошенных автором предприятий к услугам зарубежных ЭТП прибегали лишь единицы, а более 40 % респондентов не имели четкого представления о специфике деятельности и возможностях таких площадок. При этом многие белорусские предприятия, включая опрошенные автором (более 60 % экспортеров и более 80 % импортеров), имеют ограниченные финансовые возможности для создания качественного, многофункционального сайта и эффективного продвижения его в сети Интернет.

Сложившаяся ситуация свидетельствует о несоблюдении двух основных условий, которые, по утверждению организаторов семинара «Интернет — источник роста экспорта», необходимы для улучшения бизнес-имиджа и увеличения объемов экспорта при помощи сайта предприятия: 1) профессионального подхода к созданию сайта; 2) постоянного эффективного продвижения сайта в сети Интернет посредством использования услуг независимых высококвалифицированных специалистов в области интернет-маркетинга [2].

Выполнение вышеперечисленных условий требует значительных финансовых затрат. В частности, единовременный платеж по созданию качественного сайта, отвечающего Рекомендациям Министерства иностранных дел по созданию и поддержанию веб-сайтов экспортеров Республики Беларусь, составит от 2300 до 3400 дол. США, а ежемесячные платежи по продвижению сайта — от 750 дол. США в странах СНГ, от 300 евро — в Прибалтике, от 700 евро — в развитых странах Европы [2—4].

К тому же соблюдение перечисленных условий не будет служить подтверждением финансовой устойчивости и благонадежности как владельца такого сайта, так и его потенциальных внешнеторговых партнеров. В связи с этим представляется целесообразным исследовать возможности решения перечисленных задач другим интернет-ресурсом — ЭТП.

По прогнозам аналитиков IMT Strategics и работающей на поприще создания электронных рынков компании Commerce One, в современных условиях хозяйствования стратегия включения ЭТП в систему продаж и закупок предприятий является одной из наиболее выигрышных при осуществлении снабженческой и сбытовой политики на международных рынках.

Заложенные в ЭТП мощные инструменты анализа и статистики позволяют их клиентам самостоятельно оценивать предприятие и конъюнктуру рынка, рассылать или получать заявки, связываться с потенциальными партнерами, отслеживать сделки, платежи и графики поставок. В результате появляется сравнительно недорогая возможность упрощенного и точного определения эффективности различных коммерческих операций предприятия, планирования спроса и предложения на рынке и принятия на этой основе адекватных решений по развитию внешнеторговой деятельности. В итоге можно добиться сокращения стоимости затрат предприятий по импорту и экспорту соответственно до 15 и 22 % в сравнении с традиционным способом заключения внешнеторговых сделок.

Передовой зарубежный опыт свидетельствует, что при участии в зарубежных отраслевых ЭТП (создаваемых продавцами — в европейской площадке www.cpgmarket.com и др.; создаваемых покупателями — в международной площадке www.covisint.com и др.) результативность и эффективность использования Интернета для роста экспорта и оптимизации импорта будет выше, чем при создании сайта предприятия [1, с. 34, 88].

В отечественной экономической литературе отсутствуют исследования, подтверждающие правомерность данных выводов. В связи с этим автор предпринял попытку произвести подтверждающие их расчеты на базе данных сайтов ЭТП Беларуси.

Способ оплаты услуг владельцев ЭТП может быть различным. Например, для участия в электронных аукционах на ЭТП РУП «Национальный центр маркетинга и конъюнктуры цен» (ЦМ) необходимо оплатить регистрационный сбор за аккредитацию и возможность бесплатного скачивания требуемого для заключения сделок программного обеспечения и инструктажа по его установке и использованию (49—67 дол. США в зависимости от страны регистрации участника ЭТП), а также процедуру размещения каждого аукционного предложения (от 11 дол. США за одно размещение для белорусских предприятий до 12 дол. США для нерезидентов Беларуси).

Участие в электронных аукционах на ЭТП БУТБ предполагает оплату услуги по получению в удостоверяющем центре сертифицированного средства криптографической защиты информации (электронной цифровой подписи, или ЭЦП) (63,32 дол. США), возможность бесплатного скачивания специализированного программного обеспечения с инструкцией по его установке и использованию, а также выплаты комиссии за каждую заключенную сделку (0,1—0,4 % в зависимости от суммы сделки и объекта купли-продажи).

Использование ЭТП позволяет существенно экономить на создании и продвижении в Интернете сайта предприятия. В частности, можно либо обойтись без него, разместив на ЭТП визитную карточку абонента (для ЦМ — 20—46 дол. США в год в зависимости от страны регистрации участника ЭТП), либо создать и зарегистрировать в Интернете доменное имя простого сайта-визитки (соответственно 500—800 дол. США одновременно и порядка 100 дол. США ежегодно), разместив на ЭТП прямую ссылку на сайт заключающего при ее помощи сделки предприятия (для ЦМ — 20—46 дол. США в год в зависимости от страны регистрации участника ЭТП).

Размещение информации о предприятии на сайте авторитетной ЭТП потребует следующих затрат: ежемесячной оплаты подключения к информационной системе конкретной ЭТП (для ЭТП ЦМ — 10,66—12,8 дол. США в зависимости от интересующей белорусского экспортера или импортера страны), труда ответственного за выполнение данного задания сотрудника предприятия и стоимости размещения приглашений к участию в конкурсах (иных видах процедур закупок) (для ЭТП ЦМ — 10—12 дол. США за одно размещение в зависимости от государственной принадлежности участника).

Итак, предположим, что белорусский экспортер желает заключить в 2014 г. пять сделок на сумму 35 340 дол. США (из расчета, что средняя стоимость сделки на БУТБ в 2012 г. достигала 7068 дол. США). Допустим, что затраты на маркетинговые исследования, а также оплату услуг электросвязи, труда сотрудников и технического оснащения их рабочих мест не изменятся. В случае создания полноценного сайта и самостоятельного активного продвижения его в сети Интернет вне зависимости от того, удастся ему заключить запланированные сделки или нет, затраты в год составят 11 800 дол. США ($3400 + 700 \cdot 12$).

В случае создания и регистрации доменного имени простого сайта-визитки, размещения на ЭТП ЦМ прямой ссылки на этот сайт, оплаты услуги по получению в удостоверяющем центре БУТБ ЭЦП и выплаты комиссии за каждую заключенную сделку (0,1 % от суммы сделки) затраты при заключении запланированных сделок достигнут 4516,32 дол. США ($800 + 100 + 20 + 62,32 + 0,1 \cdot 5 \cdot 7068$). Если при этом не создавать сайт, а разместить на ЭТП ЦМ визитную карточку абонента, затраты в случае заключения запланированных сделок составят 3616,32 дол. США ($62,32 + 20 + 0,1 \cdot 5 \cdot 7068$).

В случае создания и регистрации доменного имени простого сайта-визитки, размещения на ЭТП ЦМ прямой ссылки на этот сайт, оплаты услуги по получению в удостоверяющем центре БУТБ ЭЦП, подключения к информационной системе ЭТП ЦМ, размещения приглашений к участию в конкурсах (5 приглашений) вне зависимости от того, удастся заключить запланированные сделки или нет, затраты в год достигнут 1160,24 дол. США ($800 + 100 + 20 + 62,32 + 10,66 \cdot 12 + 5 \cdot 10$). Если при этом не создавать сайт, а разместить на ЭТП ЦМ визитную карточку абонента, аналогичные затраты составят 260,24 дол. США ($62,32 + 20 + 10,66 \cdot 12 + 5 \cdot 10$).

Таким образом, при самом затратном варианте сотрудничества как с одной, так и с обеими ЭТП Беларуси одновременно, экономия средств в сравнении с созданием полноценного сайта и активного продвижения его в сети Интернет достигнет соответственно 7283,68 и 6123,44 дол. США, или будет на 61,7 % ($((4516,32 / 11\,800 \cdot 100 - 100)$) и 51,9 % ($((4516,32 + 1160,24) / 11\,800 \cdot 100 - 100)$) дешевле. Помимо этого, при использовании ЭТП увеличивается вероятность найти большее, чем планировалось, количество надежных контрагентов с наименьшими финансовыми и временными затратами, так как на одном интернет-ресурсе может быть зарегистрировано от 2 тыс. до 36 млн компаний, а гарантированное ежемесячное посещение виртуальной площадки составляет от 160 тыс. до 2,7 млн пользователей сети Интернет [4]. Например, в 2012 г. на ЭТП БУТБ было зарегистрировано 11 451 предприятие (из них

2439, или 21,3 %, — нерезиденты Республики Беларусь из 56 стран), а сайт биржи с августа 2011 г. посетило 2,35 млн пользователей сети Интернет из 68 стран мира.

Одной из гарантий поиска надежных контрагентов на ЭТП является особенность процедуры регистрации участников сделок, заключение которых возможно в режиме онлайн. Так, для обязательной аккредитации посетителя биржевых торгов и участника электронных аукционов на ЭТП БУТЬ необходимо получить ключ ЭЦП в удостоверяющем центре. Для этого до заключения договора на биржевое обслуживание заявитель предоставляет заявление и перечень документов, детализирующих различные аспекты его деятельности (контактная информация, банковские реквизиты, местонахождение, учетный номер налогоплательщика, сведения о руководителе и уполномоченных представителях для получения ЭЦП, заверенные копии свидетельства о государственной регистрации, устава юридического лица, страниц паспорта трейдера и др.).

Важно отметить, что в структуре сайтов многих ЭТП находится в свободном бесплатном доступе для любых пользователей сети Интернет страничка со списком аккредитованных на ЭТП предприятий (как правило, содержится в разделе «Реестры») и неблагонадежных участников сделок, заключенных при помощи данных ЭТП. Например, на сайте Европейской товарно-сырьевой биржи есть раздел «Черный список» (Black list). В Беларуси официальный сайт по размещению на нем информации о государственных закупках и актов законодательства, регулирующих их проведение, содержит раздел «Реестр недобросовестных поставщиков», который формируется Министерством торговли Республики Беларусь по результатам закупок, осуществленных при помощи информационной системы «Тендеръ», и электронных аукционов, проводимых на ЭТП ЦМ.

Таким образом, использование в качестве наименее затратных, широко применяемых и пользующихся доверием у предприятий развитых стран способов подтверждения благонадежности внешнеторгового партнера (отчетов из системы ЭБРП, а также возможности нахождения его на сайте ЭТП в разделе с реестром аккредитованных лиц и отсутствие его в разделе со списком недобросовестных партнеров) гарантирует заключение и надлежащее исполнение выгодной сделки с потенциальным контрагентом.

Литература

1. *Осипович, Т.А.* Трансформация внешнеторговых отношений Республики Беларусь: организационные и методические аспекты: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / Т.А. Осипович; Белорус. гос. экон. ун-т. — Минск, 2013.
2. Продвижение сайтов // ARTOX-media [Электронный ресурс]. — 2013. — Режим доступа: <http://seo.artox-media.ru>
3. Разработка сайта // Студия Интернет-проектов PROWEB [Электронный ресурс]. — 2013. — Режим доступа: <http://www.proweb.by/portfolio/division/1>
4. Стоимость услуг // SEO [Электронный ресурс]. — 2013. — Режим доступа: <http://axs-studio.com/promotion/price>

Статья поступила в редакцию 23.12.2013 г.