

6. *Буторина, А. В.* О научной основе Евразийского экономического союза / А. В. Буторина, А. В. Захаров // Евраз. экон. исслед. — 2015. — № 2. — С. 55.

*Butorina, A. V.* O nauchnoy osnove Evraziyskogo ekonomicheskogo soyuza / A. V. Butorina, A. V. Zakharov // Evraz. ekon. issled. — 2015. — № 2. — S. 55.

7. Путин выступил за усиление интеграции АТЭС, ЕС и Таможенного союза [Электронный ресурс] // Новости всемирной сети. — Режим доступа: <http://news-w.com/62706-2681/>. — Дата доступа: 26.11.2015.

8. Путин предложил создать зону свободной торговли между Европой и СНГ [Электронный ресурс] // РБК. — Режим доступа: <http://top.rbc.ru/economics/28/01/2014/902062.shtml>. — Дата доступа: 26.11.2015.

9. UNCTADSTAT [Electronic resource] // UNCTAD. — Mode of access: <http://unctadstat.unctad.org>. — Date of access: 26.11.2015.

10. Trade Profiles [Electronic resource] // World Trade Organization. — Mode of access: <http://stat.wto.org/CountryProfile/WSDBCountryPFHome.aspx?Language=E>. — Date of access: 26.11.2015.

11. О внесении изменений в пункт 1 Решения Высшего Евразийского экономического совета от 10 октября 2014 г. № 79 [Электронный ресурс]: решение Высшего Евразийского экономического совета от 8 мая 2015 г. № 9 // Pravo.by. — Режим доступа: <http://www.pravo.by/main.aspx?guid=3871&p0=F91500076>. — Дата доступа: 26.11.2015.

*Статья поступила в редакцию 26.11.2015 г.*

УДК 004.738.5:339.5

**T. Osipovich**  
BSEU (Minsk)  
**V. Osipovich**  
BSUIR (Minsk)

## METHODICAL APPROACHES TO A CHOICE OF FOREIGN ELECTRONIC MARKETPLACES

*The need of scientific approaches' improvement to a choice of electronic marketplaces for increase of foreign trade activity's efficiency is proved in the article. The sequence of actions and criteria of an assessment at a choice of electronic marketplaces are offered.*

**Keywords:** *electronic marketplaces; foreign trade activity of the enterprise; risk-focused approach; a choice of marketplaces.*

**T. A. Осипович**  
кандидат экономических наук  
БГЭУ (Минск)  
**В. С. Осипович**  
кандидат технических наук, доцент  
БГУИР (Минск)

## МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ВЫБОРУ ЗАРУБЕЖНЫХ ЭЛЕКТРОННЫХ ТОРГОВЫХ ПЛОЩАДОК

*В статье обоснована необходимость совершенствования научных подходов к выбору электронных торговых площадок в целях повышения эффективности внешнеторговой деятельности. Предложены последовательность действий и критерии оценки при выборе электронных торговых площадок.*

**Ключевые слова:** *электронные торговые площадки; внешнеторговая деятельность предприятия; риск-ориентированный подход; выбор торговых площадок.*

Анализ передового зарубежного опыта в области осуществления электронной коммерции показал, что использование электронных торговых площадок (ЭТП) может как повысить эффективность внешнеторговой деятельности (ВТД), так и стать источником риска экономической безопасности предприятия. Помимо возможности технического сбоя различных автоматизированных систем последнее обстоятельство обусловлено наличием большого количества ЭТП (например, в России функционирует более 120 ЭТП), а также многочисленных случаев противоправных действий как со стороны операторов сайтов отдельных ЭТП, так и зарегистрированных на них участников [1—3].

В связи с этим особую актуальность приобретает использование риск-ориентированного подхода к выбору ЭТП и зарегистрированных на них участников соответственно в качестве потенциального места заключения и контрагента предстоящей внешнеторговой сделки.

Анализ учебной и научной экономической литературы позволил выявить отсутствие методических подходов к осуществлению такого выбора. В связи с этим были исследованы контент и функциональные возможности белорусских и зарубежных ЭТП, которым на протяжении многих лет удавалось обеспечивать бесперебойное функционирование виртуального рыночного пространства для ведения электронной коммерции и успешно развивать свои сервисы с учетом научно-технического прогресса и коррелирующих с ним постоянно меняющихся нужд своих участников. Обобщение характеристик двух указанных параметров ЭТП позволило выработать риск-ориентированный подход к выбору таких площадок, предполагающий выполнение последовательности действий, представленной на рисунке.

О научной значимости предлагаемых методических подходов свидетельствуют результаты их апробации во ВТД малого предприятия из г. Молодечно ООО «Современные технологии связи» (ООО СТС), что подтверждено актом о внедрении в его деятельность от 02.11.2015 г.

В частности, на **1-м этапе** была определена основная цель ВТД ООО СТС — обнаружение и заключение выгодной внешнеторговой сделки на поставку преобразователей интерфейсов заказчиком из любых регионов России с использованием российских ЭТП.

После этого разработчиками данных методических подходов был предложен представленный ниже перечень возможных КЭЦ и КЭБ, из которых на основе метода группового обсуждения уполномоченные сотрудники ООО СТС выбрали **критерии**, позволяющие решить задачу по организации экспорта на рынок России (*выделены курсивом*):

**1) экономической целесообразности поиска внешнеторгового контрагента:**

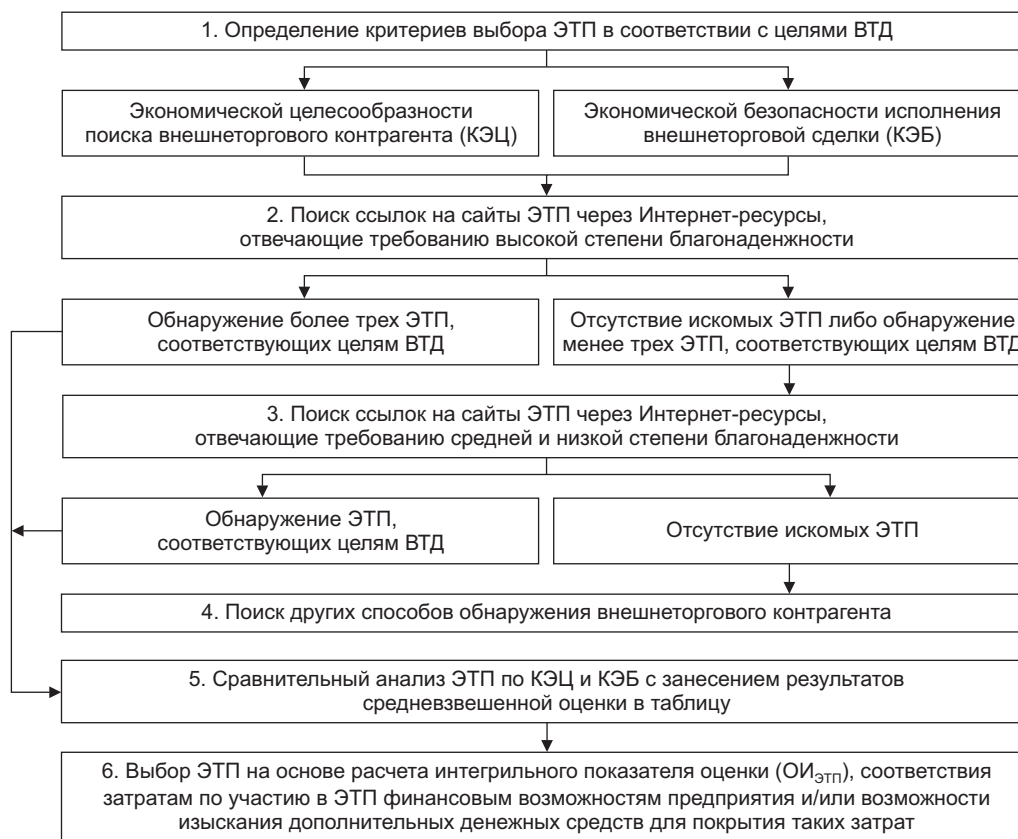
*к1) посещаемость сайта в месяц (день);*

*к2) количество участников ЭТП;*

*к3) удельный вес в них активных участников.* Одним из сервисов некоторых ЭТП является выделение наиболее и наименее активных участников ЭТП. Например, таблица с рейтингом трейдеров публикуется в каждом номере Биржевого бюллетеня и в разделе «Рейтинг деловой активности биржевых брокеров» сайта ОАО «Белорусская универсальная товарная биржа» (БУТБ), а на сайте ЭТП по нефтепродуктам, нефти и газу производства Российских компаний NGE ([www.nge.ru](http://www.nge.ru)) ведется еженедельный рейтинг трейдеров, победители которого получают ряд льгот при оплате услуг ЭТП и отображаются специальным значком в результатах поисковых запросов пользователей на различных страницах сайта ЭТП. Помимо этого, в разделе «Архив компаний» ЭТП NGE представлен каталог зарегистрированных предприятий, которые не проявляли активности на сайте ЭТП в течение 3 месяцев (не вводили логин и пароль);

*к4) количество стран-участниц и/или наличие среди них требуемой страны или группы стран;*

*к5) удельный вес участников из других стран (интересуемой страны или региона);*



Последовательность действий при выборе электронной торговой площадки

Источники: составлено авторами.

к6) наличие в каталоге отрасли либо *продукции, представляющей интерес для экспортера/импортера*;

к7) *количество участников ЭТП, отраслевая принадлежность либо объект продажи/закупки которых представляет интерес для экспортера/импортера, и их удельный вес в общем количестве участников ЭТП*. В большинстве случаев получить доступ к такого рода информации представляется возможным лишь после регистрации предприятия на сайте ЭТП, которая, как правило, носит бесплатный характер;

к8) количество стран таких участников и *удельный вес участников из других стран (интересуемой страны или региона)*;

к9) *возможность бесплатной регистрации*;

к10) *характер статистической, аналитической и прочей информации, доступной для посетителей сайта не зарегистрированным пользователем сети Интернет*;

к11) *стоимость услуги по подключению к базе данных ЭТП и возможности заключения внешнеторговой сделки в режиме on-line*;

к12) *наличие, стоимость и широта ассортимента дополнительных сервисов ЭТП (маркетинговых, финансовых, страховых, логистических, юридических, сертификационных, издательских, обучающих услуг (в том числе на бесплатной основе), возможность подключения к автоматизированной системе управления предприятием-участни-*

ком, услуг центра, удостоверяющего электронную цифровую подпись (ЭЦП), бесплатная подписка на электронную рассылку тематических новостей, др.);

к13) предоставление скидок либо льготных тарифных планов по обслуживанию малых и средних предприятий и/или других категорий участников ЭТП;

2) **экономической безопасности исполнения внешнеторговой сделки:**

к14) год создания и опыт непрерывной работы ЭТП;

к15) наличие инструментов оценки благонадежности участников ЭТП и степень объективности методики вычленения недобросовестных участников. Так, в разделе «Реестры» сайта ЭТП на базе БУТБ ([www.zakupki.butb.by](http://www.zakupki.butb.by)) в свободном бесплатном доступе для любых пользователей сети Интернет находится страничка со списком аккредитованных на ЭТП предприятий. Наличие потенциального контрагента в списке таких предприятий может быть отнесено к одной из возможных гарантий его благонадежности, обусловленной особенностью процедуры его регистрации в качестве участника ЭТП. В частности, для обязательной аккредитации посетителя биржевых торгов и участника электронных аукционов на ЭТП БУТБ 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.

В качестве второго из возможных инструментов оценки благонадежности участников ЭТП может быть использовано включение в структуру сайта ЭТП списка неблагонадежных участников. Например, на сайте Европейской товарно-сырьевой биржи ([www.etem.de](http://www.etem.de)) есть раздел «Черный список» (Black list), в который заносятся все некорректные пользователи биржи, мошенники, должники за услуги ЭТП и нарушители правил участия в ЭТП. В Беларуси официальный сайт по размещению на нем информации о государственных закупках и актов законодательства, регулирующих их проведение ([www.icetrade.by](http://www.icetrade.by)), содержит раздел «Реестр недобросовестных поставщиков», который формируется Министерством торговли Республики Беларусь по результатам закупок, осуществленных при помощи информационной системы «Тендеры», и электронных аукционов, проводимых на ЭТП РУП «Национальный центр маркетинга и конъюнктуры цен» (ЦМ, [www.goszakupki.by](http://www.goszakupki.by)).

Особый интерес представляет третий вариант по выявлению неблагонадежных контрагентов и ограничению их деятельности на ЭТП. В частности, администрация ЭТП NEG выделяет два основных признака благонадежности участников своей ЭТП:

1) срок работы компании на ЭТП, информация о котором находится в свободном доступе для любого пользователя сайта ЭТП в соответствующей карточке компании;

2) участие зарегистрировавшихся на ЭТП предприятий в маркетинговой программе «Открытая компания». Участникам данной программы присваиваются четыре вида значков, которые видны всем пользователям сайта ЭТП и отражают степень открытости компании. Наличие первой степени открытости свидетельствует о том, что предприятие оплатило абонемент «Профессионал», а оставшихся трех степеней — что помимо этого оно предоставило доступные к просмотру на сайте ЭТП ксерокопии документов: регистрационных (для присвоения второй степени), регистрационных и бухгалтерских (для присвоения третьей степени), регистрационных, бухгалтерских, а также не менее трех рекомендаций и отзывов от других участников ЭТП (для присвоения четвертой (наивысшей) степени открытости торговой политики участника на рынке);

к16) высокое значение показателя благонадежности участников ЭТП в авторитетном рейтинге ЭТП (например, одна из лидирующих позиций в ранжировке ЭТП от агентства ЭкспертРА по критерию «Добросовестное исполнение поставщиками обязательств по договорам, заключенным посредством ЭТП»);

к17) наличие отсканированных в свободном доступе через сайт сертификатов и прочих документов, подтверждающих благонадежность и высокую квалификацию

специалистов ЭТП (например, Лицензия Федеральной службы по техническому и экспортному контролю России на деятельность по разработке и производству средств защиты конфиденциальной информации, др.);

к18) принадлежность более 50 % уставного фонда ЭТП к государственной форме собственности;

к19) наличие партнеров и их статус (государственный орган власти, авторитетная международная или национальная организация, благонадежная ЭТП, лидирующая на рынке компания);

к20) предоставление ЭТП услуги центра, удостоверяющего ЭЦП;

к21) наличие в списке участников ЭТП фирм — лидеров рынков отдельных стран по конкретным отраслям;

к22) участие представителей ЭТП в выставках, ярмарках и конференциях (например, ежегодной профессиональной конференции «Электронные торговые площадки в России: кто есть кто»);

к23) наличие наград, дипломов (например, диплома победителя отмеченной ранее конференции в номинации «Высокий уровень технической стабильности и скорости работы ЭТП») и места среди лидеров ЭТП в различных рейтингах (например, рэнкинга ЭТП от рейтингового агентства ЭкспертРА);

к24) членство в ассоциациях ЭТП и других общественных объединениях;

к25) перечень инструментария по установлению обратной связи с участниками ЭТП и посетителями ее сайта (юридический адрес, номера телефонов, on-line консультант, раздел FAQ; страничка для отправки сообщения, on-line опрос, отзывы участников ЭТП, форум, др.);

к26) степень открытости информации о реквизитах, руководящем составе, результатах финансово-хозяйственной деятельности владельцев ЭТП;

к27) информативность содержания разделов сайта ЭТП с точки зрения легкости понимания, наглядности и содержательности излагаемого материала, упрощающих повышение уровня квалификации, проведение маркетинговых и иных исследований, необходимых для активизации и повышения эффективности ВТД посетителей сайта ЭТП;

к28) наличие демонстрационной версии портала ЭТП (ДЕМО-версии), используемой в ознакомительных и учебных целях;

к29) возможность ознакомиться и скачать электронный вариант правил, регламентов и инструкций по организации торговли на ЭТП, включая требования к персональному рабочему месту участника;

к30) наличие нескольких языковых версий сайта ЭТП (как минимум английской и/или языка, которым владеют представители потенциального участника), необходимых для устранения риска недопонимания представленной на сайте ЭТП информации участниками из разных стран.

На 2-м этапе было исследовано несколько видов интернет-ресурсов, отвечающих требованию высокой степени благонадежности, в том числе:

- официальные сайты стран;
- сайты государственных органов власти и их представительств за рубежом (посольств и др.);
- порталы информационной поддержки экспортеров и импортеров, созданные и функционирующие при содействии государственных органов власти;
- сайты координирующих органов национальных системы информационного обеспечения ВТД конкретной страны;
- сайты международных экономических организаций;
- сайты ассоциаций ЭТП и пользующихся авторитетом общественных объединений;
- сайты авторитетных рейтинговых агентств, специализирующихся на анализе различных аспектов электронной коммерции, и др.

В результате удалось обнаружить ссылки на 15 ЭТП, соответствующих основной цели ООО СТС. Если бы поиск не дал результатов, отвечающих ограничениям предлагаемых методических подходов, в рамках реализации **3-го этапа** представителям ООО СТС следовало бы осуществить дополнительный поиск через интернет-ресурсы, отвечающие требованию средней и низкой степени благонадежности (поисковые системы, информационные порталы, сайты различных предприятий и др.), с последующей тщательной оценкой степени благонадежности обнаруженных таким образом ЭТП.

**На 5-м этапе** была составлена представленная ниже предварительная таблица с заполнением ячеек в словесной или количественной форме (в зависимости от специфики анализируемого показателя ЭТП, характеризующего отдельный аспект результатов ее деятельности).

В дальнейшем для упрощения сравнительного анализа на базе данных таблицы была составлена новая таблица, в которой значение каждой из ячеек таблицы было приведено к балльной системе оценки по 10-балльной шкале (0 баллов — оцениваемая характеристика у ЭТП отсутствует (например, ЭТП не имеет дипломов победителя в каких-либо конкурсах), 10 баллов — значение характеристики ЭТП в полной мере соответствует интересам ВТД потенциального участника (ООО СТС) и свидетельствует о наиболее высокой эффективности соответствующего направления деятельности ЭТП в сравнении со значениями аналогичной характеристики иных оцениваемых ЭТП), от 1 до 9 баллов — значение характеристики ЭТП частично (в сравнительно меньшей или большей степени) соответствует интересам ВТД потенциального участника (ООО СТС) и свидетельствует о том, что эффективность соответствующего направления деятельности ЭТП колеблется на уровне от самой низкой (1 балл) до максимально приближенной к наиболее высокой эффективности (9 баллов).

Данные для выбора ЭТП в целях ВТД ООО СТС

Показатель	ЭТП			
	ЭТП1	ЭТП2	...	ЭТП15
КЭЦ, в том числе:				
к1.	23 000 чел./день	50 000 чел./день	...	10 000 чел./день
к2.	Более 100 000 активных участников	240 477 проверенных участников	...	Более 280 000, из них 130 000 участников тендеров
...	...	...	...	...
к13.	152,3 дол. США в год при малой закупке на сумму до 7462,7 дол. США	179,1 дол. США в год при малой закупке на сумму до 8955,2 дол. США	...	Разовая лицензия — 1 % от начальной цены при малых закупках на сумму до 8805,9 дол. США
КЭБ, в том числе:				
к14.	2005 г. (10 лет)	2002 г. (13 лет)	...	2009 г. (6 лет)
...	...	...	...	...
к30.	русский	русский, английский	...	русский

*Примечания:*

1. ЭТП1, ЭТП2, ..., ЭТП15 — наименование и адрес ЭТП, обнаруженных на 2-м этапе предлагаемых подходов (соответственно — Fabrikant.ru, B2b-center.ru, ..., Otc.ru).
2. Курс пересчета 1 дол. США равен 67 руб. Российской Федерации.

Источники: составлено авторами на базе данных сайтов сравниваемых ЭТП.

После этого было выполнено ранжирование показателей оценки ЭТП по степени важности на основе 30-балльной шкалы, так как для целей ВТД ООО СТС были исполь-



зованы все из 30 разработанных авторами критериев оценки ЭТП. Для каждой из анализируемых характеристик ЭТП был произведен расчет весового коэффициента ( $B_i$ ) как частное от деления соответствующего значения ранга (от 1 до 30) на сумму значений всех возможных рангов ( $465 = 1 + 2 + \dots + 30$ ).

На 6-м этапе по формуле среднеарифметической зависимости был произведен расчет интегрального показателя оценки каждой из сравниваемых ЭТП ( $OИ_{ЭТПj}$ )

$$OИ_{ЭТПj} = \sum_{i=1}^n B_i \cdot K_i,$$

где  $i$  — количество оцениваемых показателей ЭТП из числа КЭЦ и КЭБ. При этом  $i = 1, 2, \dots, n$  (в случае с ООО СТС  $n = 30$ );  $j$  — количество сравниваемых ЭТП. При этом  $j = 1, 2, \dots, m$  (в случае с СТС  $m = 15$ );  $B_i$  — весовой коэффициент важности каждого из оцениваемых показателей ЭТП из числа КЭЦ и КЭБ. Сумма всех весов равна 1;  $K_i$  — оценка анализируемого показателя ЭТП из числа КЭЦ и КЭБ в баллах по 10-балльной шкале.

Из числа сравниваемых ЭТП был осуществлен выбор трех площадок, представленных в таблице и лидирующих по значению  $OИ_{ЭТПj}$  (наиболее приближенному к 10 баллам). Значение  $OИ_{ЭТП}$  для ЭТП Fabrikant.ru составило 7,65, для B2b-center.ru — 8,13, а для Otc.ru — 6,04 балла. В случае если значение  $OИ_{ЭТП}$  ни одной из оцениваемых ЭТП не достигло максимально возможного уровня (10 баллов), представляется целесообразным провести дополнительный анализ значений критических показателей КЭЦ для этих ЭТП из таблицы на предмет их соответствия финансовым возможностям и степени удовлетворения коммерческих интересов потенциального участника. С учетом степени укрупнения ООО СТС и готовности израсходовать на участие в ЭТП относительно небольшой суммы (не более 250 дол. США в год) были выбраны два таких показателя: к11 и к13. Если, на взгляд эксперта от потенциального участника ЭТП (ООО СТС), значения критических показателей у сравниваемых ЭТП отличаются незначительно (в нашем случае до 50 дол. США), то дополнительному анализу могут быть подвергнуты значения других наиболее важных показателей из числа КЭЦ и/или КЭБ (с высоким значением  $B_i$ ), зафиксированные в таблице. Для руководства ООО СТС в качестве таких показателей были выбраны два КЭЦ: к5 и к7.

На основе проведенного анализа руководством ООО СТС было принято обоснованное решение по выбору ЭТП B2B-center в качестве интерактивного способа подготовки и заключения экспортной сделки на поставку в Россию преобразователей интерфейсов. За первый месяц работы в автоматизированной системе B2B-center ООО СТС удалось окупить затраты по получению права торговать на данной ЭТП (благодаря заключению одного контракта на сумму, превышающую 5 тыс. дол. США). Таким образом, апробация предлагаемых методических подходов к выбору ЭТП подтвердила целесообразность их использования в качестве способа минимизации внешнеторговых рисков, а также сокращения временных и финансовых затрат по установлению хозяйственных связей с благонадежными зарубежными партнерами.

## Л и т е р а т у р а

1. Короленок, Г. А. Внешнеторговые отношения Республики Беларусь : монография / Г. А. Короленок, Т. А. Осипович. — Минск : РИВШ, 2015.

*Korolenok, G. A. Vneshnetorgovye otnosheniya Respubliki Belarus' : monografiya / G. A. Korolenok, T. A. Osipovich. — Minsk : RIVSh, 2015.*

2. Зорина, Т. Г. Международная логистика : учеб. пособие / Т. Г. Зорина, М. А. Слонимская. — Минск : БГЭУ, 2012.

*Zorina, T. G. Mezhdunarodnaya logistika : ucheb. posobie / T. G. Zorina, M. A. Slonimskaya. — Minsk : BGEU, 2012.*

3. *Osipovich, T. A.* Интернет-ресурсы как фактор эффективности внешнеэкономической деятельности предприятий Беларуси / Т. А. Осипович // Науч. тр. / Белорус. гос. экон. ун-т. — Минск, 2014. — Вып. 7. — С. 308—314.

*Osipovich, T. A.* Internet-resursy kak faktor effektivnosti vneshnetorgovoy deyatelnosti predpriyatiy Belarusi / T. A. Osipovich // Nauch. tr. / Belorus. gos. ekon. un-t. — Minsk, 2014. — Vyp. 7. — S. 308—314.

Статья поступила в редакцию 01.12.2015 г.

УДК 005.95/96:331.2

**M. Petrovich**  
BSEU (Minsk)

## PAYMENT OF MANAGERIAL WORK: METHODOLOGY AND PRACTICE

*The article considers the problems of establishing objective criteria and principles for remuneration of managers. The authors prove that the level of payment of managerial labor is a function of its efficiency. There are two main criterion for evaluating the performance of Manager in the organization: the degree of achievement of organizational goals and the effectiveness of working with people.*

**Keywords:** managerial work; payment; efficiency; equity; adequacy; ethics; economics.

**M. B. Петровиц**  
доктор экономических наук, профессор  
БГЭУ (Минск)

## ОПЛАТА УПРАВЛЕНЧЕСКОГО ТРУДА: МЕТОДОЛОГИЯ И ПРАКТИКА

*В статье рассматриваются вопросы установления объективных критериев и принципов для оплаты труда руководителей. Обосновано положение, что уровень оплаты управленческого труда является функцией его эффективности. Есть два главных критерия оценки эффективности работы руководителя в организации: степень достижения организационных целей и эффективность работы с людьми.*

**Ключевые слова:** управленческий труд; оплата; эффективность; справедливость; адекватность; этика; экономика.

Управленческий труд непосредственно не производит материальных и других продуктов. Такая взаимосвязь существует, но косвенно. Отсюда сложность эквивалентной экономической оценки результатов управленческого труда. Эта проблема имеет экономический, социальный, государственный, этический аспекты. Ее *экономическое содержание* сводится к стоимости аппарата управления для корпораций и государства, а следовательно, и той экономической нагрузке, которая так или иначе возлагается на людей реального созидательного труда и на общество в целом, если речь идет о работниках государственного управления. Аппарат управления так или иначе является экономическим бременем для общества. Во все времена любое общество, независимо от уровня его экономического и политического развития, решало проблему минимизации количества людей, занятых в управлении, и соответственно расходов, связанных с их содержанием. *Социальная составляющая* данной проблемы в том, что спектр связанных с ней вопро-