

По состоянию на 2017 г. в Республике Беларусь действуют следующие типы платежных систем: национальная платежная система «Белкарт»; международные платежные системы Visa и MasterCard; электронные деньги — EasyPay, «Берлио», «Объединенная система массовых платежей» (ОСМП), WebMoney, Belqi и ряд других.

Самыми активными интернет-покупателями в Беларуси традиционно являются молодые люди в возрасте от 25 до 34 лет. Доля женщин среди покупателей выше, чем мужчин. Больше всего интересуются онлайн-покупками жители Минска (около 52 %). Регионы пока значительно отстают [2].

На данном этапе развитие электронной коммерции в Беларуси тормозит ряд факторов: недостаточное привлечение инвестиций в развитие телекоммуникационной инфраструктуры; несовершенная государственная система управления процессами информатизации и развитием рынка телекоммуникационных услуг; слабая координация усилий государства и частного бизнеса в сфере информатизации; «цифровое неравенство» между различными социальными группами населения, городской и сельской местностью, а также между различными отраслями экономики; медленное создание инфраструктуры и нормативно-правовой базы для предоставления электронных государственных услуг; недостаточный уровень компьютерной грамотности государственных служащих и населения в целом.

Формирование полной номенклатуры белорусских товаров в соответствии с международной системой кодификации, привлечение средств инвесторов для создания систем электронной торговли; разработка полноценной системы электронного документооборота, обеспечения безопасности электронных платежей; приведение национальных стандартов в области электронных платежей к международным позволит выйти электронной коммерции на новый уровень.

#### **Литература**

1. Белорусы и рынок [Электронный ресурс]. — № 21 (1203). — 2017. — Режим доступа: <http://www.belmarket.by>. — Дата доступа: 20.02.2017.
2. Про бизнес [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://probusiness.by>. — Дата доступа: 21.02.2017.

<http://edoc.bseu.by>

**Е.В. Прокопук, Н.О. Сахарчук**  
БГЭУ (Минск)

*Научный руководитель С.В. Стасюкевич*

## **ПУТИ УСТРАНЕНИЯ НАРУШЕНИЙ В СФЕРЕ РЕКЛАМЫ**

Реклама является эффективным источником передачи информации о товарах, услугах и организациях. При разработке и использовании рекламных средств необходимо соблюдать требования, установленные

Законом Республики Беларусь от 10 мая 2007 г. № 225-З «О рекламе», с изменениями и дополнениями [2], а также другими нормативно-правовыми актами.

В настоящее время зафиксировано большое количество случаев использования ненадлежащей рекламы, которая может быть недобросовестной, недостоверной, незтичной и скрытой.

Недобросовестная реклама содержит ложные и иные недостоверные сведения о товаре, виде деятельности рекламодателя и т.д. Так, например, ООО «МехТренд» в рекламе «Выставки-продажи меховых изделий» отразило информацию «Скидка 11 % при оплате наличными», что нарушает установленные требования в отношении формирования цены товара, которая должна быть одинаковой для всех покупателей [1].

Неэтичная реклама содержит информацию, нарушающую нормы морали и нравственности, негативную оценку качества товара, порочит историко-культурные ценности и государственные символы и т.п. [2]. Например, незтичной признана реклама интернет-сайта о скидках, распространявшаяся на остановочных пунктах общественного транспорта в Минске и в сети интернет под видом объявления о розыске якобы пропавшей девочки [3].

Недостоверной является реклама, не соответствующая действительности; ссылки на какие-либо рекомендации, одобрение организаций или граждан, результаты интеллектуальной деятельности, испытаний и т.п. [2]. Например, ООО «ТУТ БАЙ МЕДИА» разместило рекламу лекарственного средства «Элевит», которая не была согласована с Минздравом, с добавлением информации «Витамины для беременных» [3].

Недопустимо использование в радио-, теле-, видео-, аудио- и кино-продукции, размещение иными способами скрытой рекламы, которая оказывает не осознаваемое потребителем воздействие на его восприятие [2].

Обязательной регистрации подлежат рекламные игры, которые осуществляются в целях стимулирования реализации товаров и обеспечивают розыгрыш выигрышей между участниками. В результате допущенных ошибок и неосознанных действий организаторов, нарушающих законодательство, снижается эффективность рекламных игр. Так, например, в одной из социальных сетей проводился рекламный розыгрыш, в котором победил близкий друг организатора. Один из проигравших заметил в такой победе нечестный сговор. В результате рассмотрения жалобы было установлено, что рекламная игра проводилась без регистрации, что является нарушением законодательства.

Для недопущения нарушений в сфере рекламы необходимо учитывать следующие требования: размещение рекламы только при согласовании с уполномоченными государственными органами, с указанием наименования рекламодателя и его учетного номера налогоплательщика; указание только достоверной информации о товаре; неиспользование слов, создающих впечатление о преимуществе товара перед другими товарами, либо сравнение положения организации с положением

других организаций; соблюдение общепринятых норм нравственности и морали; обязательная государственная регистрация рекламных игр и размещение информации о результатах в полном объеме.

Таким образом, реклама обязана объективно и правильно информировать покупателей о товарах и услугах, создавать положительный имидж торговых организаций. Рекламодатели должны соблюдать все установленные законодательством Республики Беларусь требования и нести ответственность за их нарушение.

### **Литература**

1. Об утверждении Правил продажи отдельных видов товаров и осуществления общественного питания и Положения о порядке разработки и утверждения ассортиментного перечня товаров, ассортиментного перечня продукции общественного питания : постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 22 июля 2014 г., № 703 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. — 2014. — 5/39169.

2. О рекламе [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь, 10 мая 2007 г., № 225-З : в ред. Закона Респ. Беларусь от 10 июля 2015 г. № 285-З // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. — Режим доступа: <http://www.pravo.by/document/?guid=3871&p0=h10700225>. — Дата доступа: 22.02.2017.

3. Нарушение Закона о рекламе [Электронный ресурс] // Министерство антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь. — Режим доступа: [http://www.mintorg.gov.by/index.php?option=com\\_content&task=view&id=901&Itemid=453](http://www.mintorg.gov.by/index.php?option=com_content&task=view&id=901&Itemid=453). — Дата доступа: 23.02.2017.

**Е.А. Пшонко**  
БГЭУ (Минск)

*Научный руководитель Л.С. Климченя — канд. экон. наук, доцент*

## **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УСЛОВИЙ ЗАКЛЮЧЕНИЯ БИРЖЕВЫХ СДЕЛОК: УСТРАНЕНИЕ НЕОБОСНОВАННОГО ЗАВЫШЕНИЯ УРОВНЯ ЦЕН ПРИ РАСЧЕТАХ ЗА МЕТАЛЛОПРОДУКЦИЮ**

В настоящее время ОАО «Белорусская универсальная товарная биржа» является единственной товарной биржей в Республике Беларусь. В планах развития биржевой торговли в республике на ближайшие годы не предусмотрено создание других товарных бирж. Поэтому перспективы совершенствования биржевой торговли на товарных биржах в республике предполагается рассматривать в первую очередь применительно к указанной бирже.

Проведенный анализ расчетов покупателей за приобретаемую на биржевых торгах металлопродукцию показал, что сложившаяся ситуация характеризуется хроническим нарушением сроков оплаты товара