

значительной степени это было обусловлено существенным улучшением условий торговли с Россией. Однако в последние годы наблюдается его увеличение.

На 01.01.2015 государственный долг Республики Беларусь составил 197,5 трлн рублей и увеличился по сравнению с началом 2014 года на 43,4 трлн рублей, или на 28,2 %. Внешний государственный долг с начала 2014 года до начала 2015 года увеличился на 139,34 млн долларов США, или на 1,1 % [1]. Однако относительный показатель внешнего государственного долга Беларуси находится в пределах порога экономической безопасности (меньше 60 % ВВП) и значительно меньше, чем уровень задолженности других стран.

В политике управления государственным долгом одним из приоритетных направлений должно стать максимально возможное снижение стоимости долга за счет удлинения срока заимствований и удешевления выплат по долговым обязательствам. Для этого целесообразно осуществить разработку государственной программы по управлению внешним долгом. Наличие такой программы позволит координировать меры по снижению уровня задолженности и обеспечить более эффективный контроль за привлечением и использованием средств из-за рубежа.

### Литература

1. Министерство финансов Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа : [http://www.minfin.gov.by/public\\_debt/pressreleases/d4ab11da7fc8023e.html](http://www.minfin.gov.by/public_debt/pressreleases/d4ab11da7fc8023e.html). — Дата доступа : 24.02.2015.
2. Национальный банк Республики Беларусь. Абсолютные и относительные показатели внешнего долга Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.nbrb.by/statistics/ExternalDebt/>. — Дата доступа : 17.02.2015.
3. General government gross debt — annual data [Электронный ресурс]. — Mode of access: <http://ec.europa.eu/eurostat/tgm/refreshTableAction.do?tab=table&plugin=1&pcode=teina225&language=en>). — Date of access : 31.01.2015.

## Проблемные вопросы развития и регулирования электронной коммерции в Республике Беларусь

А.Ю. Лупина,

*Белорусский государственный экономический университет, г. Минск,  
alin.baranowa@yandex.ru*

Непрерывное развитие информационно-коммуникационных технологий привело к появлению одного из важнейших видов экономической деятельности — электронной коммерции (electronic commerce, e-commerce). Сегодня это одна из наиболее стремительно развивающихся сфер как белорусской, так и мировой экономики.

По своей сути электронная коммерция представляет собой сферу экономики, функционирующую в электронной форме при помощи компьютерных сетей, в первую очередь — сети Интернет.

Во всем мире бизнес в электронной сфере набирает обороты, его объем растет огромными темпами. В первой десятке стран с самыми большими оборотами e-commerce — США, Китай, Великобритания, Япония, Германия, Франция, Австралия, Канада, Россия и Южная Корея. Американцы контролируют больше всего инфраструктуры в ритейле (eBay, Amazon, сервисы Google — Google Wallet, Google Shopping и т.д.). Но на сегодня, с выходом Alibaba на биржу, Китай стал крупнейшим рынком e-commerce в мире, обогнав США. Экосистема Alibaba Group больше, чем у Amazon и eBay, вместе взятых; годовой оборот компании — 248 млрд долларов, на ее площадках происходит свыше миллиона транзакций в сутки [1].

По мнению экспертов ассоциации E-commerce Europe, основные факторы, влияющие на будущее электронной коммерции в мире, таковы [1]:

- постоянно растущая доля смартфонов и планшетов в продажах технических устройств;
- постоянно растущее проникновение стационарного Интернета и мобильного Интернета, удешевление стоимости подключения для пользователей;
- переход к суперподключенности — 70 % интернет-пользователей во всем мире используют больше одного устройства для подключения к Интернету.

В современном мире электронная коммерция — новый, динамично развивающийся вид предпринимательской деятельности. Субъекты экономической деятельности с помощью систем электронной коммерции получают информацию об имеющихся товарах и услугах, ценах

и условиях продажи, что позволяет им осуществлять необходимые приобретения на самых выгодных условиях. Электронная коммерция предоставляет организациям возможности широкого представления товара, продвижения своей продукции, рекламы, другие маркетинговые услуги; также значительно сокращаются расходы, связанные с обслуживанием клиентов, обработкой, хранением информации и управлением запасами.

Говоря о преимуществах, которые обеспечивают технологии электронной коммерции, необходимо рассмотреть и факторы, сдерживающие развитие этого процесса, и при формировании современного облика систем электронной коммерции в Республике Беларусь необходимо учитывать эти проблемные аспекты.

Прежде всего — это обеспечение экономической безопасности субъектов виртуальной экономической деятельности, что является не только необходимым условием успешного ведения электронного бизнеса, но и фундаментом для доверительных отношений между его участниками.

Обеспечение экономической безопасности электронной коммерции в первую очередь связано с защитой информационных технологий, применяемых в ней. Среди основных требований к проведению коммерческих операций — конфиденциальность, целостность, авторизация, аутентификация, сохранность тайны сделки. Ключевые проблемы в области безопасности электронного бизнеса включают: защиту информации при ее передаче по каналам связи; защиту компьютерных систем, баз данных и электронного документооборота; обеспечение долгосрочного хранения информации в электронном виде; обеспечение безопасности транзакций, секретность коммерческой информации [2].

Еще одной актуальной проблемой электронной коммерции является отсутствие четкой нормативной базы по вопросам коммерческой деятельности в виртуальной сети. Основу правового регулирования электронной торговли в Республике Беларусь составляют Закон Республики Беларусь от 28 июля 2003 года «О торговле», Закон Республики Беларусь от 10 ноября 2008 года «Об информации, информатизации и защите информации», Закон Республики Беларусь от 28 декабря 2009 года «Об электронном документе и электронной цифровой подписи», которые берут свои истоки из положений рамочного законодательства и международных конвенций [3].

В настоящее время в белорусском законодательстве еще не нашли разрешения многие вопросы, связанные с особенностями ведения электронной коммерции. Тем не менее, несмотря на то что правовое регулирование торговой деятельности в сети Интернет пока несовершенно, имеющиеся инструменты правового регулирования в целом охватывают сферу электронной коммерции, а также предпринимаются дальнейшие шаги в этом направлении.

Еще одной проблемой данной сферы экономики является вопрос налогообложения субъектов электронной коммерции [4]. Проблемой является неспособность налоговых органов контролировать соблюдение законодательства о налогах и сборах, а также невозможность полноценного контроля за правильностью формирования налоговой базы субъектами, осуществляющими электронную коммерческую деятельность, и правильностью исчисления налогов.

Не менее важными являются и психологические проблемы, ограничивающие использование электронной коммерции, обусловленные низким уровнем доверия к интернет-технологиям. Несмотря на общий рост онлайн-продаж, только около 20 % пользователей сети Интернет совершают покупки [5]. Предубеждение, неподготовленность большинства работников организаций и населения к использованию новых технологий, проблемы с использованием платежных систем, позволяющих осуществлять расчеты через Интернет, — все это создает некоторый барьер для электронной коммерции и тормозит ее развитие.

Сегодня электронная коммерция представляет собой одну из главных тенденций экономического развития и является необходимым условием для перехода к качественно иному уровню производства и потребления. Среди областей экономической политики и государственного регулирования, которые необходимо учитывать при внедрении и развитии систем электронной коммерции в Республике Беларусь, следует уделять внимание развитию необходимой инфраструктуры информационно-коммуникационных технологий, подготовке требующихся квалифицированных кадров, постоянному и оперативному совершенствованию налогового законодательства и правовой базы в области коммерческой деятельности в электронной среде.

## Литература

1. Основные мегатренды электронной коммерции будущего [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://marketing.by/novosti-rynka/osnovnye-megatrendy-elektronnoy-kommertsii>

- budushchego/. — Дата доступа : 21.12.2014.
2. Старцев, М.В. Электронная коммерция как способ интенсификации бизнес-процессов [Электронный ресурс] / М.В. Старцев // Социально-экономические явления и процессы. — 2011. — № 5—6. — Режим доступа : <http://cyberleninka.ru/article/n/elektronnaya-kommertsiya-kak-sposob-intensifikatsii-biznes-protsessov>. — Дата доступа : 11.02.2015.
  3. Батура, С.П. О состоянии правового регулирования электронной торговли в Республике Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://pravo.by/Conf2012/reports.htm>. — Дата доступа : 10.10.2014.
  4. Корень, А.В. Налогообложение субъектов электронной коммерции: проблемы и перспективы: монография / А.В. Корень. — Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2010. — 176 с.
  5. Рынок электронной торговли Беларуси [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://belassist.by/upload/files/e-commerce-test.pdf>. — Дата доступа : 10.02.2015.

## **Формирование корпоративных структур в овощепродуктовом подкомплексе: принципы, способы, модели**

**М.В. Молохович,**

*Белорусский государственный экономический университет, г. Минск, Беларусь,  
malakhovich\_m@mail.ru*

Одним из перспективных направлений развития агропромышленного комплекса Республики Беларусь является создание корпоративных структур, объединяющих в своем составе все стадии технологической цепи «производство — переработка — сбыт продукции». При этом особую актуальность формирование данных структур имеет для овощепродуктового подкомплекса, важнейшего поставщика социально значимой продукции. Однако происходящие в настоящее время в овощепродуктовом подкомплексе кооперативно-интеграционные процессы не приобрели еще стабильного характера и сталкиваются с рядом проблем, требующих незамедлительного решения, что обуславливает необходимость дополнительной проработки основных аспектов формирования и функционирования корпоративных структур в данной отрасли.

Целью исследования является выявление основных принципов, способов и моделей дальнейшего создания корпоративных структур в овощепродуктовом подкомплексе с учетом имеющегося опыта функционирования корпоративных формирований и специфики развития отрасли.

Исходя из поставленной цели, к основным задачам исследования относятся: анализ современного состояния овощного подкомплекса и особенностей протекания в нем кооперативно-интеграционных процессов, а также обоснование перспективных способов и моделей формирования корпоративных структур с учетом важнейших принципов их развития.

Методология исследования включает в себя монографический, аналитический, абстрактно-логический и статистический методы.

Анализ современного уровня развития овощепродуктового подкомплекса показал, что данная отрасль обладает необходимым производственным потенциалом для удовлетворения внутренней потребности республики в овощной продукции, а также для наращивания экспорта. В частности, уровень самообеспеченности страны овощной продукцией в 2005 г. составил 95,1 %, в 2010 — 96,9, в 2013 — 92,9 %. Кроме того, на протяжении ряда лет производство овощей на душу населения существенно превысило как научно обоснованную (124 кг), так и фактическую норму их потребления: в 2005 г. производство составило 208 кг, потребление — 128 кг на одного жителя; в 2010 — 246 и 149 кг; в 2011 — 192 и 144 кг; в 2012 — 167 и 145 кг; в 2013 — 172 и 146 кг соответственно[1].

Однако несмотря на достигнутые результаты говорить о том, что отрасль максимально реализовала имеющийся потенциал, еще рано. Как показало исследование, структура использования выращенных овощей несколько противоречит их рациональному распределению по каналам потребления: существенная часть собранного урожая идет на корм скоту и птице, значительную долю составляют потери овощной продукции. Также в качестве недостатков можно выделить малый удельный вес и большую сезонность потребления овощей в свежем виде, узкий ассортимент продукции, не всегда удовлетворительное ее качество. Одной из основных причин сложившейся ситуации является организационная разобщенность предприятий данной отрасли, несогласованность отношений между производителями овощной продукции и перерабатывающими предприятиями, влекущие за собой недостаточное использование производственных мощностей, удорожание продукции и