

РАЗВИТИЕ ЭЛЕКТРОННОГО БИЗНЕСА В ИННОВАЦИОННО-ИНФОРМАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКЕ

Л. П. Пидоймо, Е. В. Бутурлакина

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 3 апреля 2008

Аннотация: В статье определяется значение, масштабы электронного бизнеса. Уточняются определения и сущность понятий «электронный бизнес», «электронная торговля», «электронная коммерция».

Ключевые слова: электронный бизнес, электронная торговля, электронная коммерция, информационное общество, информационная экономика.

Abstract: In the article meaning and scales of electronic business are defined. Authors compare and give their own definitions of electronic business, electronic trade and electronic commerce.

Key words: electronic business, electronic trade, electronic commerce, information society, information economy.

Быстрое расширение электронного бизнеса стало экономическим проявлением формирования нового инновационно-информационного общества, развитие которого в значительной степени зависит от информации, знаний и образования. Информационные технологии стали приоритетным предметом деятельности правительств, деловых кругов и правовых органов. Были разработаны многочисленные рекомендации в административной, правовой, экономической и технической сферах [1].

Быстрый рост электронной торговли обусловлен развитием информационной инфраструктуры, совершенствованием платежных систем, повышением их надежности. С увеличением количества электронных транзакций возникает необходимость в совершенствовании компьютеров, технологий передачи информации, а также внедрении более надежных и быстрых систем проведения электронных платежей. В результате происходит дальнейшая информатизация общества, развитие компьютерных и телекоммуникационных отраслей, а следовательно, и Интернета. Развитие реальной экономической инфраструктуры ведет к повышению объемов электронной торговли и наоборот, т. е. наблюдается взаимное воздействие друг на друга характеристик виртуальной и реальной среды.

Очевидно, что способность предпринимательских и государственных структур использовать возможности электронной торговли станет одним из ключевых факторов конкурентоспособности предприятий, компаний и стран в мировой экономике XXI в. Электронная торговля может радикально изменить структуру производства и распределения, устранив потребность во многих вспомогательных структурах, таких как сети распространителей, торговые посредники, оптовые и даже розничные поставщики. Существенные изменения электронная торговля вносит в сферу финансовых и телекоммуникационных услуг. Многие финансовые сделки осуществляются с помощью онлайн-связи, электронная торговля как бы стирает время и расстояние между участниками сделки, при этом перед продавцом сразу открывается доступ на мировой рынок, а покупатель имеет возможность выбора из огромного числа предлагаемых товаров и услуг. Электронная торговля позволяет существенно ускорить процесс заключения внешнеторговой сделки. Такие ее стороны, как сопоставление цен, выбор поставщика, заказ, подготовка платежных и транспортных документов, могут быть автоматизированы и поэтому совершенны в очень короткий период времени. Она сводит к минимуму медленное и дорогостоящее бумажное делопроизводство, заменяя бумажные документы

электронными, мгновенно пересылаемыми по каналам связи. Электронная торговля не только ускоряет процесс продажи и покупки конкретных товаров и услуг. Она позволяет значительно сократить число посредников при покупке и продаже. Например, авиакомпания получает возможность продажи билетов через Интернет непосредственно пассажирам, минуя агентства. Из грузовой транспортной цепочки могут быть исключены многие промежуточные звенья: покупатель транспортной услуги обращается непосредственно к тому звену, которое ему необходимо. Поэтому электронная торговля быстро вытесняет многие формы посреднической предпринимательской деятельности [2]. Прогресс электронной торговли особенно проявился в ряде секторов услуг.

Финансовый сектор долгое время был основным пользователем электронного обмена данными для обеспечения межбанковских операций, страхования и других финансовых операций, используя внутренние и внешние электронные сети. Развитие электронной торговли подтолкнуло и рядовых покупателей к использованию электронных банковских операций, электронных денег и других форм платежей. Туризм представляет собой область, в которой электронные операции быстро вытесняют прямые личные контакты. Дело в том, что поиск информации представляет собой важнейшую часть деятельности туристических агентств, а наличие Интернета позволяет потребителям туристических услуг непосредственно выходить туда, где эти услуги предоставляются. В США на эту систему уже перешла основная часть конечных потребителей и организаций-посредников. Появление Интернета привело к трансформации индустрии развлечений. Более того, она представляет собой одну из отраслей, где преобразование продуктов в цифровую форму денег делает их непосредственно доступными потребителям [3]. Электронная торговля радикальным образом меняет систему распределения все большего числа товаров, производимых обрабатывающей промышленностью.

Торговля через Интернет начала развиваться преимущественно как внутренняя торговля, однако быстро перешагнула государственные границы. И сегодня многие операции можно отнести к международным торговым сделкам, хотя точное определение здесь пока еще не выработано. Объектами электронной – торговли являются, во-первых, товары и услуги, которые могут быть переведены в электронную (цифровую – digital) форму. Они по-

лучили название «товары и услуги в цифровом формате». Но в современных условиях лишь ограниченное количество товаров может поставляться в цифровой форме. Это печатная продукция, аудио- и видеозаписи, программное обеспечение, технические и архитектурные проекты и некоторые другие.

Спектр услуг, продаваемых электронным путем, значительно шире. Это образовательные, медицинские, информационные, консультационные, бухгалтерские, юридические, научно-технические и многие другие виды услуг. Термин «электронная торговля» применяется также к операциям, обеспечивающим продажу и поставку товаров и услуг. Например, транспортные услуги требуют физической перевозки грузов или пассажиров, однако все подготовительные и обеспечивающие операции могут быть осуществлены электронным путем, с помощью электронного обмена данными и путем передачи необходимых документов в электронной форме. Таким же образом поставка любого товара может быть обеспечена с помощью рекламы, маркетинга, выбора поставщика, коммерческих переговоров, подписания контракта, подготовки всех необходимых документов и оплаты товара, поставленного в итоге обычным (неэлектронным) путем.

На сегодняшний день не существует единого общепринятого определения электронной торговли, что приводит, в частности, к большим различиям в оценках ее объемов. Например, по данным компании WentWorth Inc., которая занимается мониторингом интернет-трафика, во втором квартале 2007 г. обороты онлайн-торговли составили 24,1 млрд долларов, что составляет 2,2 % от оборота всей мировой торговли. По ее прогнозам в 2012 г. оборот онлайн-торговли перешагнет отметку 3 трлн долларов. По мнению аналитиков компании, в ближайшем будущем онлайн-продажи составят 32 % от всех продаж в США. Несколько ранее Forrester Research представил данные, согласно которым в 2008 г. оборот электронной торговли составит 172 млрд долларов, а к 2010 г. онлайн-продажи составят в США 23 % от всех продаж.

В то же время российский специалист по вопросам электронной торговли К. Лиухто оперирует совершенно иными данными. Он утверждает, что в 2007 г. объем мирового интернет-рынка B2B (business-to-business) достиг 2,7 трлн долларов. По его оценкам в США в 2005 г. объем розничных интернет-продаж вышел на уровень 96 млрд долларов. В 2006 г. – уже 117 млрд долларов, что со-

ставило 6 % от общего объема розничных продаж в этой стране.

Данные об объемах электронной торговли у разных исследователей существенно различаются, т. к. отсутствуют единые методические подходы к оценке объемов электронной торговли. Однако все исследователи сходятся во мнении, что эти объемы неуклонно растут.

Сущность термина «электронная торговля» представляется шире значения термина «торговля». В литературе на английском языке употребляется термин «электронная коммерция» (e-commerce), обычно переводимый на русский язык термином «электронная торговля». Этот перевод (торговля) вошел в глоссарий ООН, и переводчики используют термин «электронная торговля» как русский эквивалент термина «электронная коммерция». Но в английском языке термин коммерция (commerce) шире термина «торговля» (trade). Возможно, в российской терминологии следует восстановить более точный термин «электронная коммерция».

Определение термина «электронная торговля» и выработка более точного и четкого в экономическом и правовом планах содержания этого термина – это вопрос, за которым стоят серьезные политические и экономические интересы многих стран. Принятие единого определения термина «электронная торговля» автоматически влечет за собой отнесение ее к компетенции ГАТТ или ГАТС, либо сделает электронную торговлю объектом действия обоих генеральных соглашений. Это в свою очередь определит обязательства, которые должны взять на себя страны в области электронной торговли, и правовые нормы, которыми должны руководствоваться правительства в сфере торговли.

Определение места электронной торговли широко обсуждается в ВТО. США склоняются к тому, чтобы рассматривать электронную торговлю как область, входящую в компетенцию ГАТТ, ссылаясь на то, что этот подход открывает дорогу к комплексным переговорам о либерализации электронной торговли. США еще в начале 1998 г. выступили в ВТО с проектом Декларации о либерализации мировой электронной торговли, где говорилось, в частности, о целесообразности «продолжать существующую практику не облагать таможенными пошлинами операции в рамках электронной торговли». Евросоюз со своей стороны предложил рассматривать электронную торговлю как объект регулирования со стороны ГАТТ и ГАТС: товары, представленные реально, но оформленные электронным путем – компетенция ГАТТ; услуги, пос-

тавляемые электронным путем – компетенция ГАТС. Вместе с тем, Евросоюз подтвердил свое согласие на то, что действующая практика – не облагать таможенными пошлинами электронные передачи – должна быть сохранена.

Типовой закон об электронной торговле, принятый Комиссией Организации Объединенных Наций по праву международной торговли также не дает определение этого термина. Однако из текста закона можно понять, что термином «электронная торговля» охватываются любые методы и формы передачи данных (передача данных между компьютерами, онлайн-связь, электронная почта, а также и менее сложные формы связи, такие как телефон и телефакс). В юридическом смысле электронная коммерческая деятельность «представляет собой заключение на международных и внутренних рынках в компьютерной форме следующих сделок (но не ограничивается ими): куплю-продажу, поставку, соглашение о распределении продукции, деятельность торгового правительства или промышленного сотрудничества, перевозку грузов или пассажиров воздушным, морским, железнодорожным транспортом, инвестиционные контракты, страхование, соглашение об эксплуатации и концессии, банковские услуги, совместную деятельность и другие формы» [4].

Одно из наиболее универсальных определений электронной коммерции дается в официальной публикации правительства США, где указывается, что «это безбумажный обмен деловой информацией с использованием сети Интернет, браузеров, приложений для совершения сделок, систем электронного обмена данными EDI (Electronic Data Interchange), электронной почты, телеконференций, систем электронного перевода денег и других сетевых инструментов для бизнеса». Всемирная торговая организация (ВТО) дает более четкое определение электронной коммерции – «производство, дистрибуция, маркетинг и продажа товаров и услуг посредством телекоммуникационных сетей» [5]. Согласно ВТО, частным случаем электронной коммерции является электронная торговля (electronic trading, e-trading), под которой понимается предоставление товаров или услуг потребителю с использованием электронных сетей за некоторую плату [6]. Иными словами, электронная торговля, в отличие от электронной коммерции в трактовке ВТО, не включает производственную и маркетинговую деятельность. С данной терминологией не все согласны, справедливо полагая, что понятия «коммерция» и «торговля» являются си-

ноними. Согласно словарю «Longman Dictionary of BUSINESS ENGLISH», одной из самых крупных в мире издательских компаний Pearson, термин «коммерция» (commerce) определяется в широком смысле как «обмен товаров и услуг на деньги или другие товары посредством торговли (trade), а также все сопутствующие бизнес-операции, такие как оплата, страхование, транспортировка и коммуникации, которые делают такой обмен возможным» [7], в то же время в узком понимании данный термин определяется этим же словарем как «торговля между покупателями и продавцами в различных странах», т. е. международная торговля (foreign or overseas trade). Таким образом, можно прийти к выводу, что «электронную торговлю» следует понимать как «электронную коммерцию» в узком смысле. Например, в документе, созданном в рамках Азиатско-Тихоокеанского экономического сотрудничества (АТЭС), в термин «электронная коммерция» вкладывается содержание только электронной торговли: «электронная коммерция» относится к коммерческим сделкам, в которые вовлечены как организации, так и физические лица, при условии, что эти сделки связаны с передачей и обработкой цифровой информации, включая текстовые, звуковые и визуальные данные, получаемые из открытых (например, сеть Интернет) или закрытых сетей, которые имеют выход в открытые [9].

Наряду с электронной торговлей, существует понятие электронного бизнеса (e-business). Принимая во внимание, что бизнес – это любая деятельность, в том числе разового характера, направленная на получение прибыли, электронный бизнес следует рассматривать как форму, реализующуюся в значительной степени посредством внедрения в бизнес процессов информационных и телекоммуникационных систем, а электронную торговлю – как его составную часть. С. И. Дятлов в своей книге «Информационно-сетевая экономика: методология, классификация, мониторинг» пишет, что электронная коммерция связана со всем, что касается купли и продажи (в сети Интернет) и всех процессов, обеспечивающих покупки и продажи, таких как реклама, маркетинг, обслуживание клиентов и др. Электронный бизнес, помимо всего того, что относится к электронной коммерции, включает также множество приложений, направленных на увеличение эффективности бизнеса, а также больше приложений внутреннего пользования, предназначенных для организации коммуникаций между служащими компании. Кроме того,

электронный бизнес связан с размещением и организацией доступа к информации. Таким образом, электронный бизнес является общей стратегией, а электронная коммерция является крайне важной составляющей этой стратегии.

Из вышесказанного следует, что электронная торговля является составной частью электронного бизнеса, который помимо коммерческой деятельности охватывает всю систему производственных отношений. Электронный бизнес реализуется в рамках интернет-экономики – «среде, в которой любая компания или индивид, находящиеся в любой точке экономической системы, могут контактировать легко и с минимальными затратами с любой другой компанией или индивидом по поводу совместной работы для торговли, обмена идеями и ноу-хау». Интернет-экономика является важнейшим элементом «новой экономики» (также её называют инновационно-информационной экономикой – knowledge based economy). К новой экономике относится также вся предпринимательская деятельность, в той или иной степени использующая современные электронные технологии. Сеть Интернет является одной из самых крупных инноваций, изобретенных за всю историю человечества, и ее потенциал полностью еще не раскрыт.

Таким образом, электронный бизнес позволяет ускорить процесс заключения сделок, снизить транзакционные издержки, предоставить контрагентам полную информацию друг о друге. Объемы электронной торговли значительны, однако с полной достоверностью о них судить невозможно, т. к. есть неточности, связанные с включением в электронную коммерцию объемов межбанковских валютных операций, операций на фондовом рынке, что ведет к значительному искажению результатов. Объем операций электронного бизнеса имеет отраслевую специфику. В частности, в настоящее время наиболее полно используются возможности электронной торговли в финансовой сфере, туризме, логистике. Представляется, что в ближайшее время необходимо активное развитие электронной коммерции в сфере образования, юридических услуг (дистанционное консультирование), СМИ и рекламе. Раскрытие сущности электронного бизнеса требует уточнения терминов «электронная торговля», «электронная коммерция», «электронный бизнес». Представляется, что понятия «электронная коммерция» и «электронная торговля» являются синонимами и определяются как коммерческие сделки, в которые вовлечены как организации, так и физические лица при условии, что эти

сделки связаны с передачей и обработкой цифровой информации, включая текстовые, звуковые и визуальные данные, получаемые из открытых (например, сеть Интернет) или закрытых сетей, которые имеют выход в открытые. Электронный бизнес же представляется понятием более широким, т. к. помимо электронной коммерции включает в себя всю систему производственных отношений.

ЛИТЕРАТУРА

1. Рыбалкин В. Е. Международные экономические отношения / В. Е. Рыбалкин. – М., 2008.
2. Дворецкий А. К. Перспективы развития электронной торговли / А. К. Дворецкий. – БИКИ. – 2006. – № 130–13.
3. Дворецкий А. К. Электронные услуги в мировой и российской экономике / А. К. Дворецкий. – БИКИ. – 2006. – № 117.
4. Соломенко И. И. Приоритеты законодательства в области электронной коммерции / И. И. Соломенко. – М., 2007.
5. India: WTO implications for IT sector // Business Line. – 2007. – Dec.
6. What is electronic commerce, WTO, 2007 // Царев В. В. Электронная коммерция / В. В. Царев, Л. А. Канторович. – СПб. : Питер, 2007.
7. Commerce // Longman Dictionary of Business English. – М., 2003.

Государственное образовательное учреждение
высшего профессионального образования Воро-
нежский государственный университет
Л. П. Пидоймо, доктор экономических наук, про-
фессор,
т. (4732) 26-55-02,
info@tenneta.ru

Государственное образовательное учреждение
высшего профессионального образования Воро-
нежский государственный университет
Е. В. Бутурлакина, магистр
т. 4732-291069,
info@tenneta.ru

8. Попов В. М. Глобальный бизнес и информационные технологии / В. М. Попов, Р. А. Маршавин, С. И. Ляпунов. – М. : Финансы и статистика, 2001.

9. Балабанов И. Т. Электронная коммерция / И. Т. Балабанов. – СПб. : Питер, 2007.

LITERATURE LIST

1. Ribalkin V. E. International economic interactions // V. E. Ribalkin. – M., 2008.
2. Dvoreckiy A. K. Electronic trade development perspectives / A. K. Dvoreckiy. – BIKI. – 2006. – № 130–13.
3. Dvoreckiy A. K. Electronic services in Russian and Worldwide economy / A. K. Dvoreckiy. – BIKI. – 2006. – 117.
4. Solomenko I. I. Law priorities in electronic commerce / I. I. Solomenko. – M., 2007.
5. India: WTO implications for IT sector // Business Line. – 2007. – Dec.
6. What is electronic commerce, WTO, 2007 // Carev V. V. Electronic commerce / V. V. Carev, L. A. Kantorovich. – SPb. : Piter, 2007.
7. Commerce // Longman Dictionary of Business English. – M., 2003.
8. Popov V. M. Global business and informational technologies / V. M. Popov, R. A. Marshavin, S. I. Lyapunov. – M. : Finance and statistics, 2001.
9. Balabanov I. T. Electronic Commerce / I. T. Balabanov. – SPb. : Piter, 2007.

Voronezh State University
L. P. Pidoymo, Doctor of the economic sciences,
Professor,
tel. (4732) 26-55-02,
info@tenneta.ru

Voronezh State University
E. V. Buturlakina, Master,
tel. (4732) 29-10-69,
info@tenneta.ru