

*Л.С. Винарик,
Н.Ф. Васильева*

ИНТЕРНЕТ – ОСНОВА ОНЛАЙНОВОГО ЭЛЕКТРОННОГО БИЗНЕСА

С каждым днём Интернет всё глубже проникает в нашу повседневную жизнь, превращаясь в удобное и привычное средство для решения самого широкого круга задач. Согласно данным Computer Industry Almanac наибольшее число Интернет-пользователей находится в США, Китае и Японии, а всего численность «населения» Интернета достигло в 2004 г. 934 млн. чел. [5]. Если рост продолжится в соответствии со сделанными прогнозами, то уже к 2007г. число Интернет-пользователей достигнет отметки в 1,35 млрд. чел. При этом максимальное проникновение Интернета имеет место в Южной Корее, где им пользуются 74 % жителей, в скандинавских странах (Дания – 69 %, Швеция – 69 %, Норвегия – 67 %), в Австрии – 66 %, в США – 64 % и в Канаде – 64 % [5].

Одновременно с ростом Интернет-аудитории увеличивается и время, которое пользователи проводят в Интернете, а также их активность. Наиболее активны в Сети пользователи Северной и Южной Америки, которые уже давно привыкли к использованию Интернета как для поиска информации, так и для совершения покупок, оплаты налогов, разнообразных регистраций и пр.

Что касается Украины, то Интернет-пользователи составляют около 2 % населения, т.е. не более одного миллиона человек, однако, по экспертным оценкам, эти данные несколько занижены.

Залогом успеха онлайн-электронного бизнеса является постоянный рост общего количества

пользователей Всемирной сети, каждый из которых – потенциальный покупатель продаваемых в Интернете товаров и услуг.

Соединение обычных торговых операций с онлайн-операциями становится нормой, ибо основное назначение Интернета для коммерции состоит не в создании новых рынков, а в опережении конкурентов на рынке традиционном. Поэтому через Интернет сегодня активно реализуются продукция и услуги, предлагаются и продаются электронные информационные ресурсы (ЭИР).

Онлайн-электронный бизнес постепенно осваивает новые области экономики и в ближайшем будущем станет основной частью любого бизнеса. Согласно определению, принятому ОЭСР, под онлайн-электронным бизнесом понимаются операции по продаже или приобретению товаров и услуг, совершаемые между бизнесами (коммерческими предприятиями или организациями), домашними (семейными) хозяйствами, частными лицами, правительственными органами и другими организациями с использованием сети Интернет. Наряду с данным определением существует и более широкое, дополняющее использование сети Интернет другими информационными системами, оперируемыми с помощью вычислительной техники.

Онлайн-электронный бизнес – технология, обеспечивающая осуществление коммерческих операций, включая заказы товара или услуги, проведение платежей, участие в контроле доставки товара (выполнение услуги),

© Винарик Леонид Самойлович – кандидат экономических наук, заведующий сектором;
Васильева Наталья Федоровна – кандидат экономических наук, старший научный сотрудник.
Институт экономики промышленности НАН Украины, Донецк.

проводимом с использованием электронных средств обмена ЭИР и электронного документооборота.

Сегодня исследованию организационно-экономических проблем (В.И. Дубницкий, Г.М. Лозикова, А.А. Ищенко, Д.С. Черешкан, В.М. Цыгачко, Г.Л. Смолян, И. Дёмина, И. Балабанов, Б. Гейтс, Д. Козье и др.), правовых проблем (А. Шамраев, С.В. Пирогов, О.А. Кобелев, Г.Я. Резго, В.И. Скиба, Л. Мясникова, А. Зуев, М. Ермолаева, И. Гаранина и др.), а также проблем формирования и использования Интернет в онлайн-электронном бизнесе (И.А. Андреева, Ф.В. Бабкина, С. Шляхтина, А. Прохоров и др.) уделяется большое внимание. Но с развитием и расширением использования Интернета возникают новые возможности применения его в онлайн-электронном бизнесе и одновременно возникают проблемы, требующие современного подхода к их решению.

Цель статьи – по результатам анализа опыта формирования онлайн-электронного бизнеса выделить основные существенные организационные и правовые проблемы при совершении сделок в Сети и предложить пути их решения.

Главные тенденции формирования онлайн-электронного рынка рассмотрим в соответствии с двумя формами ведения торговых операций:

межкорпоративной онлайн-электронной коммерцией в Интернете – модель «бизнес для бизнеса» – B2B;

розничной торговлей товарами и услугами посредством Интернета – модель «бизнес для потребителя» – B2C.

Главные тенденции на рынке B2B. Новые правила ведения онлайн-электронного бизнеса всё активнее сменяют традиционные, для которых достаточно было хорошей телефонной связи в совокупности с факсом. Теперь все виды предпродажных действий от

изучения каталога изделий до их испытаний перенесены в Интернет.

Глобальный онлайн-электронный рынок и B2B – торговые площадки, всё шире используемые в самых разных отраслях промышленности, начиная от нефтегазовой и заканчивая ювелирной. Деловые покупатели всё чаще обращаются к Интернету, чтобы оценить изделия и услуги и осуществить закупки в онлайн как производственных, так и сопутствующих товаров и услуг.

Как свидетельствуют данные Evans Data Corp, реализация B2B-проектов в онлайн-электронном бизнесе стала приоритетом в планах развития компьютеризированных систем многих субъектов хозяйствования и компаний. Общее число B2B-проектов в мире выросло на 40 %, а инвестиции в эту сферу продолжают увеличиваться [2].

Большинство субъектов хозяйствования и компаний активно развивают функциональность своих корпоративных предложений в направлении организации эффективного взаимодействия с партнёрами во всей цепи электронных поставок. Развитие Web-сервисов в разработке новых стандартов обмена данными дает возможность организовать эффективное B2B взаимодействие при относительно небольших дополнительных инвестициях, а в итоге выигрывают все поставщики и клиенты.

Развитие формы ведения онлайн-электронного бизнеса B2B способствует и увеличению бюджета страны: например, в 2004 г. бюджет США, по сведениям International Data Corporation (IDC), вырос на 5 %, в странах Западной Европы – в среднем на 3 % (более всего в Великобритании и Испании – 7 %), а в странах Азиатско-Тихоокеанского региона – на 10 % [1].

Надо признать, что 75 % платежей в сфере B2B в 2004 г. не были электронными, однако данная ситуация в

ближайшие годы может в корне измениться. Результаты исследований (ряда аналитиков и финансистов) свидетельствуют, что 50 % респондентов считают переход к системе электронных платежей в ближайшие 3 года вполне возможным, в то время как 28 % почти уверены, что их субъекты хозяйствования выберут электронную систему расчета с поставщиками и клиентами.

В принципе все исследователи сегодня сходятся в том, что рынок B2B имеет достаточный потенциал для дальнейшего развития. Специалисты International Data Corporation убеждены, что он продолжит расти примерно на 45 % ежегодно вплоть до 2008 г. Одной из главных причин столь смелых прогнозов роста специалисты считают то, что онлайн-электронный бизнес имеет меньше накладных расходов и опирается на более гибкие технологии. Очевидным результатом этого станет увеличивающееся количество видов коммерческой деятельности, которые и вызывают значительный рост сферы рынка B2B.

Главные тенденции на рынке B2C. Более быстрыми темпами развивается рынок B2C. Ежегодные исследования онлайн-розничных продаж показывают, что онлайн-продажи составили на конец 2004 г. 6,6 % от общего объема розничных продаж. В Западной Европе 2004 г. ознаменовался значительным скачком в развитии данного рынка: объем продаж в нём увеличился почти в два раза. В основном это связано с быстрым распространением в ряде европейских стран, особенно в Великобритании, широкополосного доступа к Сети, что повлекло за собой значительный интерес к онлайн-покупкам у домашних пользователей.

Люди стали больше интересоваться рынком B2C – число запросов, связанных с покупками через сеть, день ото дня растёт; реклама в Интернете переживает

бурный расцвет. Однако темпы развития Интернета в развитых странах и у нас по-прежнему абсолютно несопоставимы. У многих вызывает резонный вопрос, можно ли приобрести тот или иной товар за рубежом или поучаствовать в аукционе. Можно, даже если клиент не знает иностранного языка и не имеет кредитной карточки и иностранной валюты. Существуют специальные компании и сервисы, которые предлагают посреднические услуги по покупке и доставке всевозможных товаров и услуг из любых Интернет-магазинов, торговых площадок и с аукционов Америки и Европы, ближнего зарубежья. Таких компаний и сервисов возникает ежегодно сотни. Более того, крупная компания, воспользовавшись услугами такого сервиса, иногда может сэкономить, так как ей доставка обойдется дешевле за счет формирования большого заказа и доставки его из страны в страну по оптовым, а не по розничным ценам. Еще одним даже более привлекательным, чем предыдущий, аргументом в пользу покупки на рынке B2C является ценовой фактор. В Интернет-магазинах, особенно на аукционах, цены иногда просто поражают своей доступностью. Здесь, конечно, не следует упускать из виду, что вместе с вами в процессе покупки серьезного товара непременно поучаствуют украинские таможенники, но, даже несмотря на их участие, покупка всё равно может оказаться выгодной.

Иначе говоря, покупки в Интернет-сети, с одной стороны, расширяют возможность выбора товаров и услуг, а с другой – позволяют сэкономить немало средств. Однако перед поставщиками (или клиентами) встают три основные проблемы:

во-первых, необходимо как следует разобраться в каталоге товаров, правилах оформления покупки и порядке оплаты;

во-вторых, следует учесть таможенные формальности;

в-третьих, необходимо позаботиться о доставке продукции.

При этом от решения двух последних составляющих зависит стоимость, так как таможенные пошлины, стоимость доставки покупки могут оказать на неё существенное влияние. Поэтому, прежде чем делать покупку, необходимо тщательно подсчитать общую стоимость товара и потом решать, стоит ли заказывать товар. Тем не менее даже при этих дополнительных расходах можно делать очень выгодные приобретения. Для того чтобы сделать заказ в зарубежном магазине, как уже отмечалось, фундаментальных знаний иностранного языка не требуется. Достаточно знать лишь несколько ключевых слов или фраз. Если знаете, что приобретаемый товар однозначно подходит, то покупка не составляет труда. Но в большинстве ситуаций необходимо внимательно изучить описание товара, условия оплаты и доставки (в этом случае, как правило, достаточное знание английского так или иначе не повредит). Впрочем, после небольшой практики научитесь улавливать основную суть информационных материалов. К тому же печатный текст проще для понимания, чем разговорная речь. Проще всего покупку в Интернет-магазине оплатить кредитной картой. Однако в некоторых странах их не принимают. В этом случае можно воспользоваться услугами других различных электронных платёжных систем.

Из всего многообразия технологий доступа к Интернету наиболее распространёнными на сегодня являются низкоскоростной доступ по коммутированным каналам связи, несколько вариантов высокоскоростного доступа по выделенной телефонной линии, широкополосный доступ (по сети кабельного телевидения) и беспроводный радиодоступ по стандарту 802.11.6, получивший название Wi-Fi.

Соотношение объёмов использования данных вариантов в разных странах различно, но, так или иначе, во всём мире dial-up постепенно сдаёт позиции, занимая сегодня 39 % от общемирового объёма подключений (по данным IDC).

Зато широкополосный доступ развивается стремительно. На конец 2004 г. количество абонентов широкополосного Интернет-доступа в мире достигло 150 млн. пользователей (по данным IDC), увеличившись за год чуть ли не в два раза. Тенденция быстрого роста числа пользователей широкополосного доступа к Интернету, по мнению специалистов, сохранится и к 2008 г. Численность пользователей широкополосного доступа во всём мире достигнет 325 млн. чел. (по данным IDC). Стремительными темпами растёт популярность беспроводной технологии доступа к Интернет – Wi-Fi. Число пользователей беспроводного доступа в Интернет через Wi-Fi в мире в 2004 г. увеличилось более чем втрое и достигло 30 млн. чел. (по данным IDC). По мнению специалистов, перспективы у технологии Wi-Fi очень хорошие. В частности, к началу 2008 г. в мире будет насчитываться 167 публичных хот-спотов и свыше 75 млн. Wi-Fi (по данным IDC).

Для успешного функционирования онлайн-электронного бизнеса с использованием сети Интернет требуется законодательная база. К сожалению, более 100 стран, в том числе 60 % членов Интерпола, не имеют законов, предназначенных для борьбы с компьютерными преступлениями [4]. Это притом, что основным методом повышения результативности борьбы с киберпреступностью является как раз усовершенствование соответствующих законодательных актов. Компьютерные преступления можно характеризовать как сложно раскрываемые. Ввиду процессуальной и технической

сложности расследованием компьютерных преступлений занимается Служба безопасности Украины, что ставит такие преступления в одну линию с государственной изменой, диверсией, шпионажем и др.

10 января 2004 г. Украина сделала важный шаг – вступил в силу Закон [3], который вносит изменения в Уголовный кодекс. Они касаются ответственности за преступления в сфере функционирования компьютеризированных систем. Обновлённая ст. 361 Уголовного кодекса Украины усугубила наказание за незаконное вмешательство в работу компьютеризированных систем, установив минимальный размер штрафа на уровне 10200 грн. и увеличив предельный срок лишения свободы до 6 лет. Кодекс также был дополнен ст. 361¹ «Создание с целью использования, распространения или сбыта вредных программных или технических средств». За написание вируса предусмотрено наказание в виде штрафа от 8500 грн. до 17000 грн. или исправительных работ на срок до 2 лет.

Введена ст. 363¹, в соответствии с которой за «препятствование работе компьютеризированных систем, компьютерных сетей или сетей связи путём массового распространения рекламы (спам), сообщений электросвязи» предусмотрена санкция в виде штрафа от 1500 до 17000 грн. или ограничения свободы на срок до 3 лет.

Кроме того, за все киберпреступления введена такая дополнительная санкция, как конфискация инструмента преступления (ПК и периферийных устройств).

Вышеперечисленные статьи оперируют совершенно новыми для украинского законодательства понятиями: сети, компьютеры, программы, компьютерные носители информации и др. На данном этапе успешность применения статей Уголовного кодекса будет зависеть от

грамотности следствия, поскольку адвокаты будут с лёгкостью использовать дыры в новом законодательстве. В любом случае внесение изменений в Уголовный кодекс является шагом вперёд в развитии правового регулирования в функционировании онлайн-электронного бизнеса.

Если отбросить все пессимистические предсказания, то сегодня можно смело констатировать, что Интернет попал в сферу украинского быта, а значит, и общественного сознания. По некоторым исследованиям, когда использование Интернет-технологий превышает порог 10 %, они становятся бытовым явлением, их развитие идет уже по иным законам и другими темпами.

Но если Интернет еще в Украине не достиг того, чтобы стать бытовой технологией, то компьютеризация населения к этому уже близка. Общее количество эксплуатируемых в Украине компьютеров к концу 2004 г. превысило 3 млн. ед., а это около 8 ПК на 100 человек. При этом производство программного обеспечения и сфера услуг растут быстрее, чем продажа аппаратных средств.

Понятно, что только высокоиндустриальные страны могут позволить себе хорошо разветвленную инфраструктуру. Однако очевидно и то, что любая страна может быть индустриально развитой лишь тогда, когда будет располагать мощной информационной инфраструктурой и современными информационными технологиями. Поэтому одна из главных задач правительства – создать условия, максимально способствующие деятельности бизнес-структур различного масштаба и различных форм собственности. Бизнес в Украине так же, как и в других странах, в своей повседневной деятельности нуждается в услугах государственных структур. Организация онлайн-режима

работы государственного аппарата позволит значительно ускорить бизнес-процессы в нашей стране.

Литература

1. Андреева И.А. Информационный бизнес в Интернете // Информационные ресурсы в России. – 2002. – № 5. – С. 32-39.

2. Бабкина Ф.В. Электронная коммерция и новые организационные формы компании // Менеджмент в России и за рубежом. – 2000. – № 1. – С. 43-48.

3. Закон Украины «О внесении изменений в Уголовный кодекс Украины» // ЧИП. – 2005. – № 2. – С. 16-17.

4. Шамраев А. Развитие европейского права в электронной коммерции. – М.: Статистика, 2002. – 84 с.

5. Шляхтина С. Электронная коммерция – все быстрее, надёжнее, привычнее // КомпьютерПресс. – 2002. – № 2. – С. 50-56.