

Интернет-экономика: некоторые проблемы.

Н.С. ПАРХИМЧИК¹, Н.А. КОЧЕТОВА²

¹ – студентка 1 курса. ФЭУТ, группы ДТТ, Белорусского государственного экономического университета

² – научный руководитель, ассистент кафедры информационных технологий, Белорусского государственного экономического университета, Минск, 220672, Партизанский пр., 26, тел. (8017) 249-19-81

Аннотация. Интернет стремительно ворвался во все сферы нашей жизни, включая экономику, принося с собой новые возможности. Однако споры о том, является ли интернет-экономика качественно новой, ведутся до сих пор – в данном докладе будут представлены основные положения обеих сторон. Основой же доклада стала тема проблем интернет-экономики, которая, по мнению автора, освещена в СМИ намного меньше, чем преимущества последней.

Ключевые слова: Интернет, рынок, информационные технологии, электронная торговля.

1. ВВЕДЕНИЕ

Появление интернет-экономики явилось следствием прорыва в области телекоммуникаций и систем обработки данных. Теперь как частные лица, так и компании во всем мире связаны друг с другом по электронным каналам. Всемирная сеть Интернет стала своего рода нервной системой мировой экономики. Не удивительно, что появление новой интерактивной среды общения приводит к изменению принципов ведения бизнеса.

Он сейчас меняется. Он уходит от обмена физическими товарами в сферу производства и поставки информации или, образно говоря, от атомов переходит к битам. По мере перехода захватываются все более широкие сегменты мировой экономики, начиная с финансов, это наиболее яркий пример, и включая медицину. По мере перехода от атомов к битам производство и передача информации становится более важным, чем производство и доставка товара. [1]

Стоит отметить, что возможности применения Интернет в экономике все время расширяются. Сеть может реально использоваться в проведении маркетинговых исследований, общении с поставщиками и клиентами, обмене коммерческой информацией и создании совместных предприятий.

Как общедоступный информационный и коммуникационный ресурс рассматривают Интернет и коммерческие организации. С его помощью фирмы могут разрабатывать новую продукцию, принимать заказы, получать необходимую корреспонденцию и

официальные документы, вести специализированный информационный поиск в соответствующих учреждениях. Использование Интернет позволяет предпринимателям и маркетологам исследовать новые возможности рынка для своих товаров, выделять и изучать различные его сегменты. Отслеживание соответствующей информации, публикуемой в Сети, также может оказаться полезным для прогнозирования дальнейшего развития покупательского спроса и выявления новых тенденций в поведении существующих и потенциальных клиентов. Если компания в достаточной мере диверсифицирована, с помощью Интернет она может проникнуть в новые сферы бизнеса раньше других, вместо того чтобы вести конкурентную борьбу в рамках текущей деятельности. [2]

Важно отметить, что наряду с преимуществами интернета и электронной экономики в частности нельзя забывать и о проблемах этой области, о чем и пойдет речь ниже.

2. ВЛИЯНИЕ ТЕХНОЛОГИЙ НА ЭКОНОМИКУ: НОВОЕ ИЛИ НЕТ?

Попытки осмыслить влияние цифровых технологий на развитие общества, оценить их роль в экономике и сформулировать некий свод правил, которые помогли бы компаниям и людям сориентироваться в происходящих переменах, предпринимались уже не раз. Стоит вспомнить дискуссию, развернувшуюся между Кевином Келли, ответственным редактором журнала Wired, и профессором экономики университета

Беркли Дж. Брэдфордом Де Лонгом. Происходила она 1997 году, по нынешним меркам - времена доисторические. Однако по прошествии времени уже можно судить о том, чья точка зрения оказалась ближе к истине.

Статья Келли называлась "Новые правила для новой экономики. Двенадцать принципов преуспевания в бурно меняющемся мире" (<http://www.wired.com/wired/5.09/newrulespr.html>), и, если излагать ее содержание очень коротко, то суть этих принципов может быть сведена к тому, что в будущем резко вырастет роль и ценность связей между субъектами экономики, при этом сами эти связи будут очень гибкими и подвижными. Рост числа объектов и связей между ними делает "сетевую экономику" похожей скорее на биологическую систему, которая живет по другим законам, нежели технологическая.

Логика Сети, по мысли Келли, переворачивает некоторые традиционные представления с ног на голову. Ценным, например, становится не то, что дефицитно, а то, что избыточно и повсеместно распространено. Как себестоимость, так и цена единицы массового товара, продукта или услуги будут быстро падать, а качество вследствие конкуренции - расти. Это прекрасная ситуация для потребителей, которые будут получать продукт лучшего качества по все меньшей цене. Производителям же, для того чтобы выжить, придется расширять предложение сопутствующих индивидуально нацеленных новых товаров и услуг, за счет которых они и будут получать основные доходы.

Однако профессор экономики Дж. Брэдфорд Де Лонг, комментируя Келли, утверждает, что постиндустриальная экономика не имеет уникальных черт по сравнению с экономикой индустриального общества. Революция производительности продолжается уже два с половиной столетия, и за это время набор ведущих секторов промышленности сменился уже не раз. Текстильная промышленность, транспортная и строительная индустрии, телеграф, телефоны, радиовещание, бытовая техника, медицинское обслуживание - во всех этих отраслях в свое время происходили технологические прорывы, нынешний прорыв в микроэлектронике - лишь один из циклов в этом ряду. И технологические прорывы в постиндустриальную эпоху

подчиняются тем же "старомодным индустриальным правилам", которые действовали для прорывных отраслей раньше.

Период быстрого технологического прогресса в каждом из секторов ограничен по времени, после чего отрасль вступает в стадию зрелости и скорость технологических изменений снижается. В соответствии с этим правилом во всех секторах промышленности, переживающих прорыв, качество растет, а цены снижаются. Так было, например, в автомобильной промышленности США в начале прошлого века. Стоимость автомобилей упала, но люди стали потреблять их в гораздо большем количестве. То же самое происходит сейчас и с индустрией передачи данных, переживающей период взрывного роста: цены стремительно падают, но потребление услуг этой отрасли быстро растет, что гарантирует телекоммуникационным компаниям никак не крах, а хорошую жизнь еще на долгие годы. И такая же ситуация сложилась в компьютерной индустрии, где производительность растет, а стоимость хранения и обработки данных быстро падает. Закон Мура (число транзисторов, то есть, грубо говоря, производительность компьютеров, будет удваиваться каждые полтора-два года) перестанет действовать, когда компьютеры и связь станут более зрелой отраслью. Можно предполагать, что отрасль, двадцатилетие которой IBM отпраздновала в этом году, к этому идет. [3]

3. ПРОБЛЕМЫ ОТЕЧЕСТВЕННОГО ЭЛЕКТРОННОГО БИЗНЕСА

Если анализировать основные проблемы электронной торговли в Беларуси и других странах СНГ, то они, в основном, заключаются в следующем:

- общей неразвитостью Интернета,
- проблемой доставки товаров,
- отсутствием пластиковых карт,
- бедностью населения. [4]

Монополия государственной компании "Белтелеком" не позволяет обеспечить качественную связь и высокий уровень Интернет-сервиса, ограничивая свободную конкуренцию между субпровайдерами. Подчеркивается, что "электронный бизнес должен развиваться в сотрудничестве между государством и предпринимательской

сферой". Так, белорусское правительство, с одной стороны, пытается поддерживать новейшие технологии. В 1999 году, раньше других стран Содружества в Беларуси был принят "Закон об электронной подписи". С другой стороны, для развития бизнеса через Интернет остается множество сдерживающих факторов, один из которых - проблема с развитием традиционных видов коммерции. [4]

Сегодня страны СНГ дают лишь немногим больше 2% мирового экспорта. Согласно общему правилу степень вовлечения страны в международный торговый оборот обратно пропорционально величине страны. То, что это правило пока не работает в Беларуси, обусловлено во многом именно **неразвитостью информационной инфраструктуры и соответствующего законодательства** для транзита информации, ведения массового маркетинга и электронной торговли. [4]

Аналитики отмечают, что одна из самых больших проблем – **психологическая проблема** – в развитии электронной торговли связана с преодолением внутреннего менталитета в государственных органах и коммерческих структурах, с неспособностью сотрудников принять стратегию электронной коммерции или даже признать необходимость разработки такой стратегии. Это примерно то же самое, что переход с конницы на танки. Как с политической, так и с технологической точки зрения это один из наиболее сложных барьеров, с которым приходится сталкиваться тем, кто пытается реализовать стратегию электронной торговли в странах СНГ. [4] Что же касается психологии потребителей, то у них есть основания не доверять онлайн-сделкам – у нас распространены финансовые махинации, и теоретически может случиться, что информация, помещенная в электронный магазин, - вымышленная, и клиент попросту переведет деньги, или сообщит номер и код своей кредитной карточки в одностороннем порядке. Кроме всего прочего, финансовая отчетность играет критическую роль в коммерческих сделках on-line: денежные платежи и отправка грузов почтой, особенно за рубеж, дают простор для нарушения финансовых законов.

Другим барьером являются **технологические проблемы** для

электронной торговли необходимо, чтобы информация была доступна 24 часа 7 дней в неделю. При этом информационные службы должны обеспечивать обновление данных с требуемым интервалом времени, от нескольких часов и до нескольких минут.

Существует также ряд неудобств, связанных с **созданием коммерческого сайта**:

- он становится источником ценной информации для конкурентов;
- возможна утечка служебной и финансовой информации;
- возникает риск несанкционированного доступа к внутренним базам данных и системным ресурсам компании, ее интрасетям;
- непрерывно дают себя знать аварийные ситуации и технические проблемы;
- необходимость сопровождения и поддержки актуального состояния сайта и баз данных;
- риски и опасности проведения финансовых транзакций (с одной стороны, еще не отработаны способы верификации карточек через Интернет, а с другой, как уже говорилось, покупатели пока боятся доверять Сети конфиденциальную информацию, считая ее слишком прозрачной для злоумышленников);
- текучка квалифицированного сопровождающего персонала;
- отсутствие интереса и откликов публики.

В целом, **дороговизна** создания (или покупки готового) решения и последующее поддержание его работоспособности также является довольно ощутимым препятствием для развития e-коммерции, особенно в Республике Беларусь. Немалую долю в этих затратах составляют **расходы на маркетинг** (действительно, в сети миллионы сайтов - как еще вы заставите потребителей посещать именно ваш?).

Для пользователя Сети, то есть, в большинстве случаев для посетителя коммерческих торговых точек в Интернет и потенциального клиента фирм, имеющих коммерческие web-сайты, можно выделить следующий **негативный момент**: при покупке любой осязаемой вещи (часы, галстук, костюм, машина и т.п.) потребитель не сможет поддержать, примерить, испытать

такой товар (и наоборот, в случае приобретения продукта интеллектуальной собственности Интернет - идеальное средство совершения сделки). Здесь приходится надеяться на дополнительный сервис, связанный с вероятной заменой товара, денежным возвратом в случае, когда товар не обладает рядом потребительских свойств, которые невозможно проверить посредством Интернет. [4]

Следующей важной проблемой является обеспечение информационной безопасности Интернет уязвим. И чтобы заручиться доверием бизнес-партнеров, нужно создать систему разграничения доступа, обеспечить конфиденциальность и защиту данных при помощи паролей и шифрования. Поэтому при построении сети центров электронной торговли, в которой будут циркулировать данные деловых партнеров, необходимо обеспечить самый серьезный уровень защиты. [4]

Далее, еще одна немаловажная проблема заключается в том, что электронная торговля представляет собой сложную смесь из различных комбинаций оборудования и программного обеспечения, умения разработать структуру веб-сайта и выбрать оптимальный хостинг, обеспечить безопасность сервера и прием платежей в онлайн (и это далеко не полный список!), а многие предприятия, собираясь заняться е-бизнесом, пытаются "сэкономить" и решить все эти проблемы самостоятельно, вместо того, чтобы сконцентрироваться исключительно на маркетинге и продажах, оставив заботу о технических проблемах на плечах специалистов. [5]

4. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, прежде чем вливать деньги в интернет-экономику, нужно разобраться с инфраструктурой и сделать в нее достаточно большие капиталовложения. Нужно вырастить поколение потребителей интернет-услуг и много чего еще нужно сделать. [5]

Скорее всего, ошибаются и фанатики «новой экономики», полагающие, что результаты внедрения Интернета превзойдут выгоды предыдущих технологических революций, и яростные противники этой идеи, считающие информационную революцию всего лишь очередным биржевым бумом. Выгоды от внедрения

Интернета будут, по всей вероятности, сопоставимы с выгодами от предыдущих технологических революций, но, тем не менее, они не оправдывают головокружительного роста цен на акции. Выгоды компаний от участия в сетевом рынке оказались ниже предполагаемых, сетевая экономика пока не продемонстрировала таких долгосрочных стратегий, которые имеет «старая» экономика, и во многом продвигается на ощупь. Анонимность, свойственная сетевой экономике (виртуальные банки, виртуальные СМИ и т.д.) не позволяют на сегодняшний день осуществлять нормальный контроль за ее функционированием. Тем не менее, инвестиции в интерактивные технологии и инфраструктуру растут, и, несмотря на определенные проблемы, можно сказать, что в глобальном отношении мир уже встал на путь, предлагаемый «новой экономикой». [6]

Однако преодоление этих и других проблем является вполне разрешимой задачей для специалистов. Главная задача – максимально использовать созданный ранее задел и реально существующие условия для развития электронной торговли. [4]

ЛИТЕРАТУРА

1. В.И. Кутуков. Принципы новой экономики / www.terminal.ru/logist_them.htm
2. О. Степанова. Интернет для гуманитариев // Alma Mater, № 10, 1999
3. М. Шпагина. Ревизия: стоит ли отвергать ценность новой экономики? / Эксперт-Интернет, № 6, 2001 / <http://archive.expert.ru/internet/01/01-33-93/future1.htm>
4. А. Бизяева. Белорусская экономика делает шаг в Интернет/<http://ipapet.open.by/prog.html>
5. В. Горобец. 7 смертных грехов в электронной коммерции / <http://e-commerce.com.ua/advice/adv6.html>
6. К. Муминов. Интернет-коммерция по-русски: ешьте, но не подавитесь / www.etp2000.com/et2001/Progr.htm