

В. П. Герасенко, А. Ю. Лупина

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК ЭФФЕКТИВНОЕ СРЕДСТВО РАЗВИТИЯ ВИРТУАЛЬНОЙ КОММЕРЦИИ

Ускорение процессов глобализации оказывает большое внимание на трансформацию коммерческой деятельности. Получают бурное развитие процессы демополизации производства, либерализации экономики, виртуализации коммерческой деятельности. «Виртуальная коммерция» отражает такую организацию коммерческих процессов, при которой к традиционной деятельности, направленной на получение прибыли, добавляются возможности ее интенсификации на основе использования новых информационных технологий. В статье рассмотрены особенности

виртуальной коммерции, показаны ее преимущества по сравнению с традиционной коммерческой деятельностью, рассмотрены направления ее совершенствования, выделены основные требования к системе экономической безопасности в данной области.

В настоящее время наблюдается переход общества от стандартной индустриальной экономики к новой экономике. Последняя основана на интеграции интеллектуальной составляющей и информационных технологий в различных сферах.

Новая экономика неразрывно связана с такими понятиями, как глобальная экономика, сервисная экономика, информационная экономика, виртуальная экономика. Неотъемлемой составной частью такой экономики является виртуальная коммерция.

Постоянно разрастающаяся сфера охвата электронной коммерцией разнородных видов бизнеса и неуклонно растущие ее объемы становятся нормой жизни многих стран мира. Появление и использование таких терминов, как электронная торговля, виртуальная коммерция, интернет-бизнес, интернет-предприятие и т. п., свидетельствует о том, что происходящие в обществе новые процессы, связанные с распространением информационных коммуникационных технологий, приобретают достаточно устойчивый характер и заслуживают углубленного исследования со стороны экономистов.

Таким образом, новая экономика позволяет расценивать процесс формирования потребностей и возможностей совершения экономических операций в электронном пространстве как принципиально новый способ ведения хозяйственной деятельности, основанный на использовании средств телекоммуникации.

Одним из проявлений новой экономики является виртуальная коммерция. В нашем понимании виртуальная коммерция – это общая концепция, предусматривающая любые формы деловых операций, проводимых электронным способом.

Традиционная коммерция характеризуется тем, что коммерческие процессы осуществляются в полной взаимосвязи с развитием реального сектора экономики, а финансовые потоки отражают движение реальных материальных ценностей. Следовательно, увеличение объемов реализации продукции и оказания услуг создает возможность соответствующего увеличения финансовых потоков. Такая схема взаимосвязи товарных и финансовых потоков является в принципе хорошо известной, логичной и составляла основу развития мировой экономики в течение всего исторического этапа развития товарообмена.

Виртуальная коммерция характеризуется тем, что коммерческие процессы осуществляются при отсутствии прямой взаимосвязи с реальным сектором экономики, а финансовые потоки, в общем случае, не отражают

движение реальных материальных ценностей. Эта новая форма торговли в экономике получила развитие за последние десять лет, а характеризующие ее качественные черты все более отделяют современную экономику от традиционного хозяйствования. Следовательно, исследование виртуализации с целью расширения использования ее положительных элементов и ослабления действия отрицательных представляет большой практический интерес.

Основной целью виртуальной коммерции, так же, как и традиционной, является получение прибыли субъектами экономических операций при обмене товарно-материальных и товарно-нематериальных ценностей. В электронной коммерции цель достигается в результате использования телекоммуникационных сетевых технологий, например Интернета. Таким образом, важной отличительной особенностью концепции виртуальной коммерции является коренное изменение технологии выполнения коммерческих процессов на основе использования возможностей современных информационных технологий и достижений научно-технического прогресса.

Применение телекоммуникационных сетевых технологий определяет ряд особенностей электронной коммерции. Значительную часть потоков в электронной коммерции составляют нематериальные потоки, с помощью которых осуществляются: заключение сделок, расчеты между субъектами сделок, а для некоторых товаров и услуг – доставка их до потребителя. Особенностью является также и то, что использование электронной коммерции позволяет оптимизировать товарные потоки, благодаря отсутствию необходимости движения товаров к потребителю через оптовые и розничные торговые предприятия. Использование телекоммуникационных сетевых технологий позволяет сократить затраты на заключение сделки, транспортные издержки, переменные затраты.

Основу функционирования системы виртуальной коммерции составляют электронные (виртуальные) магазины. Они представляют собой реализованное предпринимателем представительство в сети Интернет на основе создания web-сайта. Главная цель создания такого предприятия заключается в обеспечении продажи товаров и оказании услуг другим пользователям сети Интернет. Кроме того, создание полноценного сайта позволяет значительно сократить расходы на осуществление коммуникационной политики. Реклама в Интернете часто дешевле и выгоднее, чем в газетах или журналах. К тому же сеть подразумевает активный диалог с пользователем в противовес пассивному созерцанию телевизионной рекламы, позволяет целенаправленно сформировать свою целевую аудиторию по возрасту, полу, профессиональной принадлежности и интересам [1].

Современные информационные технологии, используемые в системе виртуальной коммерции, включают в себя специальную инфраструктуру

программного и аппаратного обеспечения, общие службы, специальные приложения, а также правовую структуру и соответствующие стандарты и правила.

К основным разновидностям коммуникационных технологий обычно относят: электронную почту, факс, технологию электронного обмена данными и электронные платежи. Каждый из перечисленных видов технологий необходим для обеспечения нормального функционирования системы виртуальной коммерции.

Основными преимуществами виртуальной коммерции по сравнению с традиционной являются [2]:

глобальная сеть Интернет, сделавшая электронную коммерцию доступной для фирм любого масштаба;

- электронная витрина в World Wide Web, дающая любой компании возможность привлекать клиентов со всего мира, расширяется рынок сбыта и возможность опередить конкурента;

- работа ведется круглосуточно – все 24 часа в сутки, т. е. нет ограничений по времени;

- значительно снижаются затраты, связанные с обменом информацией за счет использования более дешевых средств коммуникаций;

- использование интернет-технологий, электронной коммерции позволяет компании стать более открытой по отношению к клиентам;

- позволяет легко и быстро информировать партнеров и клиентов о продуктах и услугах;

- можно руководить одновременно несколькими бизнес-проектами, не связанными между собой или открыть неограниченное количество магазинов.

Глобализация оказывает большое внимание на трансформацию коммерческой деятельности. Получают бурное развитие процессы либерализации экономики, виртуализации, расширения и равенства различных форм собственности. Термин «виртуальная коммерция» отражает такую организацию коммерческих процессов, при которой к традиционной деятельности, направленной на получение прибыли, добавляются возможности ее интенсификации на основе использования новых информационных технологий и достижений научно-технического процесса.

Совершенствование виртуальной коммерческой деятельности, в авторском представлении, просматривается в следующих основных направлениях:

1. Расширение рынка коммерческой деятельности за счет использования электронных поисковых систем для получения различной информации с удаленных банков и баз данных о потенциальных клиентах, заказчиках, партнерах, конкурентах. Это увеличивает инструментарий исследования рынка, повышает оперативность выполнения этих работ и увеличивает поле коммерческой деятельности.

2. Использование электронной коммерции для осуществления деловых сделок. Это позволяет осуществить любые формы деловых сделок, при которых взаимодействие сторон осуществляется электронным способом, вместо физического обмена или непосредственного физического контакта, и в результате которого право собственности или право пользования товаром или услугой передается от одного лица другому.

3. Создание оптимальных технологических цепочек коммерческого цикла, организация новых видов услуг и каналов связи между покупателями, продавцами и транспортниками.

4. Совершенствование технологий выполнения коммерческих процессов на основе использования новых технических достижений (использование интернет-бизнеса, автоматическое взвешивание железнодорожных вагонов, применение электронных весов в розничной торговле, создание автоматизированных складов и т. д.).

5. Введение виртуальных финансовых инструментов (зачетов, бартера, фьючерсов и т. д.), позволяющих активизировать товарообменные операции при ограниченности финансовых средств на приобретение товаров.

6. Расширение работы предпринимателей на давальческом сырье (толлинг и процессинг). Толлинг используется во внешней торговле в межгосударственных технологических стыках, а процессинг во внутренней торговле на межведомственных технологических стыках предприятий и организаций. Хозяйствующие субъекты используют толлинг и процессинг, прежде всего, как хороший способ снижения налоговой нагрузки.

7. Разрыв традиционных хозяйственных связей с одновременной интеграцией в глобальный рынок.

Технологии электронной коммерции постоянно меняются. Компании, рассматривающие электронную коммерцию только как дополнение к уже имеющимся у них способам ведения бизнеса, рискуют получить лишь частичную выгоду. Главные преимущества будут иметь фирмы, решившие изменить организацию и бизнес-процессы таким образом, чтобы полностью использовать возможности электронной коммерции.

Не являясь единой технологией, виртуальная коммерция характеризуется разносторонностью. Электронная коммерция включает в себя широкий спектр деятельности. Основным ее компонентом является поддержка цикла коммерческой сделки. Электронная коммерция включает электронную торговлю физическими товарами и услугами, а также электронным материалом. Кроме того, она включает рекламу и продвижение товаров и услуг, содействие контактам между предоставляющими их сторонами, обеспечение маркетинговых

исследований рынка, пред- и послепродажную поддержку, электронные закупки и поддержку отдельных бизнес-процессов.

Наиболее развиты в практической деятельности следующие формы электронной коммерции:

- коммерческая работа по оптовым закупкам товаров;
- коммерческая работа по оптовой и розничной продаже товаров;
- организация биржевой торговли;
- организация торговли на аукционах;
- организация рекламно-информационной деятельности;
- использование маркетинга в коммерческой деятельности;
- лизинговые операции;
- толлинговые операции;
- создание и защита коммерческой информации.

Концепция виртуальной коммерции объединяет широкий круг бизнес-операций, из которых основными являются следующие:

- обмен информации между участниками бизнеса;
- установление контактов между потенциальными участниками бизнеса;
- информационная поддержка торговли (сведения о товарах, потребителях и т. д.);
- организация продажи продукции и услуг;
- электронная оплата, в том числе с использованием электронных платежных систем;
- распространение товарной продукции (управление доставкой, отслеживание маршрутов товародвижения и т. д.);
- организация виртуальных предприятий, которые могут включать как группы отдельных специалистов, так и независимые компании для ведения совместной коммерческой деятельности;
- осуществление бизнес-процессов, коллективно управляемых торговыми партнерами.

Развитие виртуальной коммерции в нашей стране сдерживается наличием ряда негативных факторов, среди которых наиболее существенные следующие: незначительный процент посетителей интернет-магазинов; формирование правовой базы не успевает за изменениями, происходящими в сфере электронной торговли; неразвитость торговых рынков; несовершенство финансовых, кредитных, страховых отношений и др.

Важным моментом в развитии виртуальной коммерции является обеспечение экономической безопасности в данной сфере.

Основные требования, предъявляемые к системе экономической безопасности в области виртуальной коммерции [3]:

- законность – принцип, выражающийся, с одной стороны, в том, что действия по защите интересов участников электронного взаимодействия

должны быть в рамках, разрешенных законом, а с другой – должны быть направлены на пресечение возможных его нарушений;

- сотрудничество – система защиты эффективна только тогда, когда все ее участники будут осуществлять согласованные действия по обеспечению безопасности;

- ответственность – каждый участник системы электронной коммерции несет ответственность за сохранность и конфиденциальность информации, полученной им от контрагентов, в особенности продавцов, которые получают доступ к реквизитам платежных документов своих клиентов;

- комплексность защиты – подразумевает формирование необходимой и достаточной совокупности мероприятий, средств защиты, направленных на обеспечение безопасности, использующихся с учетом конкретных особенностей охраняемого объекта;

- своевременность реагирования на угрозы (незаконные операции с электронными платежами, подделка кредитных карточек, заключение незаконных сделок через Интернет, проникновение, съем информации и изменение данных в информационных системах кредитно-финансовых учреждений) и сведение их к минимуму – чем раньше система безопасности обнаружит возникшую угрозу, тем больше вероятность минимизации и локализации ее последствий.

Формирование системы экономико-правовых отношений, в том числе в сфере виртуальной коммерции, предполагает наличие эффективной глубоко проработанной нормативной правовой базы, позволяющей участникам «электронных взаимоотношений» в случаях возникновения разногласий цивилизованно разрешать их, основываясь на нормах права.

Первоочередными мерами по развитию нормативного правового регулирования в сфере электронной коммерции являются:

- гармонизация законодательства, регулирующего общественные отношения в сфере информатизации с международными нормами и рекомендациями;

- обеспечение защиты конфиденциальной информации, права на неприкосновенность частной жизни (защита персональных данных);

- защита прав производителей и потребителей информационных продуктов и услуг, производителей и пользователей программных и технических средств обеспечения автоматизированных информационных систем и их технологий;

- совершенствование института юридической ответственности в указанной сфере.

Таким образом, виртуальная коммерция характеризуется глобализацией процессов, большой доступностью информации, высокой скоростью изменений технологий, появлением новых товаров и услуг,

ориентацией на потребителя, использованием телекоммуникационных сетевых технологий для осуществления экономических операций в виртуальном секторе экономики.

Рассмотренные положения показывают необходимость разработки основных направлений практической реализации элементов виртуальной коммерции. Эти прогрессивные элементы связаны как с нововведениями в деловой практике организации коммерческой деятельности, так и при внедрении новых информационных технологий, из которых наибольшую значимость приобретает использование возможностей организации бизнеса в интернете.

Литература

1. Гречков, В.Ю. Современное состояние и перспективы электронной коммерции (маркетинговый подход) // В.Ю. Гречков // Маркетинг в России и за рубежом. –2003. – № 6.

2. Нельзина, О. Характеристики, проблемы и перспективы развития систем электронной коммерции / О. Нельзина [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/>.

3. Смирнова, Л.Я. Обеспечение органами внутренних дел экономической безопасности в сфере электронной коммерции: автореф. дис. канд. экон. наук / Л.Я. Смирнова [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://prg.amvd.ru>.