

ИНТЕРНЕТ И ЭЛЕКТРОННАЯ ТОРГОВЛЯ

Вряд ли что-либо, кроме вождения гоночных машин класса "Формула-1" или прыжков на "тарзанке" с обрыва, может быть более рискованно, чем прогнозирование будущего коммерческой деятельности в сети Интернет. Произошедшее недавно вытеснение с рынка так называемых компаний "dot.com", в том числе крах таких знаменитых марок, как "eToys", "boo.com" и "pets.com", заставило специалистов пересмотреть свои прогнозы относительно будущего электронной торговли. Но мало кто сможет отрицать, что произведенная Интернет революция привела к коренному пересмотру стратегий планирования коммерческой деятельности в штаб-квартирах компаний всего мира. Сегодня невозможно представить, чтобы какая-либо крупная компания не имела своего Web-сайта, на котором превозносятся ее достоинства и продвигаются товары. Установление онлайн-присутствия стало деловой потребностью даже для небольших компаний.

Интернет-революция происходит не только в Силиконовой долине. Возьмем, к примеру, *Câmara dos Dirigentes Lojistas de Belo Horizonte* (CDL/BH) – ассоциация местных розничных торговцев и экспортеров в бразильском городе Белу-Оризонти, расположенном примерно в 300 км от Рио-де-Жанейро. Созданная в 1960 году первоначально для обмена информацией между владельцами торговых точек относительно продаж клиентам товаров в кредит, CDL/BH теперь работает и в области киберпродаж. Благодаря помощи, оказываемой в рамках проводимого Международным союзом электросвязи Проекта в области электронной торговли в развивающихся странах (ЭТ-РС), эта ассоциация, в которой состоят 10 000 членов, создала Службу делового обмена для межкорпоративных сделок (B2B). Теперь на Web-сайте CDL/BH клиенты могут производить электронные платежи, получить доступ к коммерческим спискам местных предприятий, информацию о таких предоставляемых ассоциацией услугах, как телемаркетинг, электронный перевод средств, или даже узнать о том, как бронировать площади в конференц-центре города.

Несмотря на то что все большее число членов CDL/BH действует в онлайн-режиме, распространение электронной торговли, как и самого Интернет, по-прежнему главным образом происходит среди состоятельных людей. В 1999 году на Соединенные Штаты приходилось более 70 процентов всех коммерческих Web-сайтов в мире, причем их собственники получали более 90 процентов доходов от мировой электронной торговли. Напротив, поступления от электронной торговли в Латинской Америке и Азиатско-Тихоокеанском регионе составили в том же году чуть более двух процентов общемировых объемов.

Примером такого неравенства может служить Азиатско-Тихоокеанский регион. В проведенном недавно исследовании фирма "eMarketer" констатировала, что в 2000 году на электронную торговлю в этом регионе пришлось 13,8 процента объема онлайн-сделок во всем мире. Однако при этом почти 70 процентов такой торговли имеет место в Японии. На долю же двух стран с наибольшей в мире численностью населения – Китая и Индии – пришлось лишь незначительная часть общего объема электронной торговли этого региона.

Даже там, где электронная торговля набирает темпы, она осуществляется не столько между самими развивающимися странами, сколько по вектору "север-юг". И несмотря на то, что, согласно прогнозам фирмы "eMarketer", объем электронной торговли в Латинской Америке достигнет к 2003 году 15 млрд. долл. США, по этим же данным почти 75 процентов текущих онлайн-покупок совершается в регионе через Интернет-сайты, базирующиеся в Соединенных Штатах.

Частично трудности, испытываемые предприятиями в развивающихся странах, связаны с затратами на создание базы для электронной торговли в Интернет. По данным МСЭ, средние затраты подобного рода для обычной компании составляют приблизительно 250 000 долл. США, тогда как для крупных международных фирм они могут достигать от 500 000 до 2 млн. долл. США. Следует также учитывать стоимость доступа в Интернет. В развивающихся странах поставщики услуг Интернет (ПУИ) должны покрывать затраты на использование канала связи и трафик для подключения к той или иной точке присутствия на магистрали Интернет (обычно находящейся в Соединенных Штатах), что удорожает эту услугу для конечных пользователей. Пользователи из развивающихся стран сталкиваются также с такими дополнительными препятствиями, как высокая стоимость аппаратного и программного обеспечения Интернет, обеспечение доступа в Интернет и плата за услуги телефонной сети, а также недостаточность инфраструктуры, особенно нехватка телефонных линий.

Парадоксально, стоимость подключения к Интернет в развивающихся странах в сравнительном выражении гораздо выше, чем в промышленно развитых государствах. Если в Соединенных Штатах обычный специалист среднего уровня вполне может позволить себе приобрести за свою месячную зарплату три компьютера, то в Танзании компьютер стоит три среднемесячных зарплаты специалиста. В странах, относящихся к нижней части группы государств со средним уровнем доходов, стоимость ПК составляет 289 процентов ВВП на душу населения, тогда как среднемировой показатель равен 28 процентам. В странах с высоким уровнем доходов эта величина составляет всего 5 процентов ВВП на душу населения! Следует также помнить о стоимости доступа к Интернет. В силу того, что в развивающихся странах число пользователей Интернет невелико, ПУИ приходится устанавливать более высокие цены – для покрытия издержек, не говоря уже о получении прибыли. В результате складывается картина, когда в Соединенных Штатах стоимость услуг фирмы "Америка-онлайн" может достигать в месяц 22 долл. США (то есть менее одного процента среднемесячного дохода гражданина США), а в Гане стоимость услуг фирмы "Африка-онлайн" составляет примерно 50 долл. США в месяц (то есть почти вдвое превышает месячный доход большинства жителей Ганы).

Помимо этого многие операторы в развивающихся странах сталкиваются с существующей в глобальных масштабах необходимостью "пересмотра" (корректировки) тарифов на телефонные переговоры, то есть повышения расценок на местные вызовы для компенсации сокращения поступлений от междугородной и международной телефонной связи по мере снижения расчетных такс. В результате пользователи Интернет, располагающие доступом к сети по местной коммутируемой линии, вынуждены сокращать время онлайн-присутствия, чтобы избежать телефонных счетов на крупные суммы. Что касается соединения с магистральной

линией Интернет, то развивающимся странам приходится, как правило, оплачивать подключение к линиям Соединенных Штатов, где находится большинство магистральных поставщиков.

Кроме того, если по системе расчетов, основанной на режиме "оплаты половины канала", оператор страны, находящийся в конечной точке канала, обязан обеспечивать и оплачивать половину канала, то по модели одноранговой связи в Интернет, оператор, находящийся в иностранном государстве, должен, как правило, оплачивать Соединенным Штатам стоимость обеих половин канала (то есть всего канала). Таким образом, операторам из развивающихся стран в конечном счете приходится платить дважды: первый раз – за пользование каналом, а второй – за трафик (причем даже если после установления канала трафик идет в обоих направлениях). Несмотря на то, что в данной развивающейся стране эти расходы могут быть возмещены за счет клиентов ПУИ, в итоге все равно потребителям в развивающихся странах услуги Интернет обходятся дороже. Эти факторы в совокупности приводят к тому, что находящимся в таких странах покупателям и продавцам очень трудно, если вообще возможно, работать в онлайн-режиме и использовать электронный рынок.

И все же объединение ресурсов может помочь развивающимся странам преодолеть некоторые негативные последствия высокой стоимости подсоединения к Интернет. МСЭ участвует в ряде проектов, направленных на распространение благ электронной торговли в развивающихся странах. В частности, в рамках проекта ЭТ-РС фирмы развивающихся стран получают через местные банки и всемирные торговые центры доступ к защищенным порталам электронной торговли, что дает им средства осуществления цифрового удостоверения подлинности документов и проведения защищенных электронных платежей, создать которые самостоятельно они не в состоянии ни с технической, ни с финансовой точек зрения.

Кроме того, банковские услуги часто охватывают лишь ограниченную сферу, а сетевая инфраструктура финансовых услуг, выполняющая существенно необходимые функции посредника между продавцом и покупателем (банки, компании, занимающиеся распространением кредитных карт, и прочие финансовые учреждения), нередко не имеет соединения с сетью связи и обработки данных, лежащей в основе практически каждой сделки. Для многих развивающихся стран такой вариант является единственным рентабельным способом получения доступа к электронной торговле. Осуществляя этот проект и сотрудничая с партнерами, представляющими частный сектор, МСЭ в настоящее время помогает развивать инфраструктуру электронной торговли более чем в 100 странах.

В Африке МСЭ, действуя совместно с правительством Японии, оказывает техническую и финансовую помощь базирующейся в Камеруне *Association pour le Soutien et l'Appui à la Femme Entrepreneur* (Ассоциация поддержки и помощи женщинам-предпринимателям) (ASAFE). ASAFE, в которую входят 3500 женщин-предпринимателей из разных стран Западной Африки, в рамках своей программы *Femme Epargne Crédit* (кредиты и ссуды для женщин) осуществляет профессиональную подготовку, проводит исследовательские работы и обеспечивает финансирование.

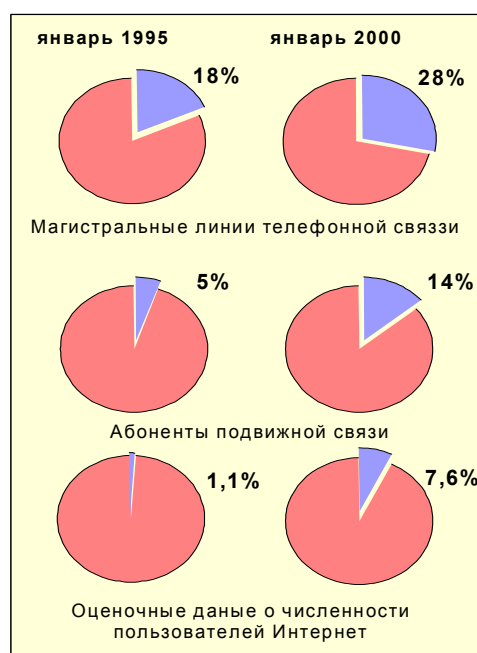
Этот проект МСЭ должен помочь ASAFE создать инфраструктуру электронной торговли, которая будет управляться и эксплуатироваться Ассоциацией в интересах входящих в нее членов. Одним из бенефициаров этой программы может стать Рафаэлла Ассига – член ASAFE, которая руководит небольшой галереей "Ральф Криэйшн" в камерунском городе Дуала. В этой галерее торгуют сделанными из местных материалов сандалиями, ожерельями, креслами и бижутерией, изготавливаемыми вручную самой Ассига и двумя ее помощниками. Большинство этих изделий продается приезжающим в Камерун туристам, однако предлагаемая ASAFE новая услуга в области электронной торговли – которая запланирована к внедрению в этом году, – может помочь Ассига выйти на новые рынки и приобрести клиентов, о которых она раньше не могла и мечтать.

В Азии МСЭ помогает в создании вьетнамского портала электронной торговли. Этот проект осуществляется в рамках партнерства с правительством Вьетнама и является частью мероприятий, проводимых МСЭ совместно с Женевским всемирным торговым центром и компанией World Internet Secure Key (WiSeKey) с целью создания глобальной сети электронной торговли для развивающихся стран. С помощью этого портала пользователи могут получать доступ к последним торговым новостям из Вьетнама, к юридическим документам, информацию о деловой и экономической жизни этой страны, а также сведения об импортных и экспортных тарифах. Вьетнамские фирмы могут ознакомиться на этом портале с теми возможностями, которые открываются в сфере глобальной электронной торговли и информация о которых предоставляется через созданный Конференцией Организации Объединенных Наций по торговле и развитию (ЮНКТАД) Центр развития торговых предприятий, являющийся особенно полезным для малых и средних компаний, ищущих покупателей и продавцов за рубежом.

Конечно, эти проекты лишь капля в море. Правительствам и частному сектору предстоит сделать гораздо больше для того, чтобы обеспечить широкое распространение Интернет и чтобы интенсификация коммерческой деятельности и развития с помощью электронной торговли стала реальностью. Фактически наиболее значительным препятствием для расширения доступа в Интернет в развивающихся странах является, вероятно, самоуспокоенность, то есть уверенность в

Разрыв в цифровых технологиях сокращается

Доля стран с низким доходом и более низкими значениями дохода среднего уровня



Источник: База данных МСЭ по мировым показателям электросвязи

том, что Интернет процветает самостоятельно, без государственного вмешательства, и что "разрыв в цифровых технологиях" постепенно сократится сам по себе.

Тем не менее, существуют определенные основания надеяться (см. диаграмму). Все больше развивающихся стран создают новую инфраструктуру для вхождения в глобальный электронный рынок, что дает им реальную возможность "одним скачком" перейти от устаревших сетей к новейшей современной технологии либо использовать преимущества экономически рентабельных технологий для распространения имеющихся сетей за пределы столицы и обеспечения доступа в сельских или недостаточно обеспеченных связью районах. Китай, например, собирается к 2005 году потратить на развитие инфраструктуры широкополосной связи 24 млрд. долл. США. Не будет чрезмерным ожидать, что предприниматели и фирмы, применяющие новые технологии, подадут пример Силиконовой долине и помогут разжечь пламя новой революции "dot.com".

Более подробно об этом см. в работе: Internet for Development: Challenges to the Network, 1999, представленной на сайте: http://www.itu.int/ti/publications/INET_99/index.htm