

Электронный бизнес как специальная форма экономических отношений

Безуглая Любовь Анатольевна¹

студентка

Южный федеральный университет, Ростов-на-Дону, Россия,

E-mail: theory@econ.rsu.ru

Введение

В условиях стремительного развития информационно-коммуникационных технологий экономическое поведение субъектов формирующейся новой экономики начинает определяться радикально новыми институтами, которые обеспечивают максимизацию полезности домохозяйств, распределение ограниченных ресурсов фирм в наиболее эффективные отрасли и сферы экономики, электронизацию государства на основе минимизации транзакционных издержек.

В силу этого в современных условиях прогностическая роль науки и, прежде всего, экономической, которая призвана концептуально отвечать императивам развития электронного бизнеса, обеспечивать ориентацию общества и индивида в новых условиях, редуцировать неопределенность среды, резко возрастает. Все это требует теоретического обоснования наиболее эффективных механизмов институциональных изменений российской экономики в области тотальной информатизации не только общественной жизни, но и общественного воспроизводства.

Методы

Основываясь на концепциях эволюционной экономики, неэкономии, реализующих политико-экономический и эволюционный подходы к анализу электронного рынка и институциональных изменений рыночной экономики, автор проанализировал электронный бизнес с целью выявления особенностей его развития в посткризисной экономике. Кроме того, использование научных разработок Дж. Гэлбрейта, П. Друкера, М. Поланьи, Ж. Сапира, Э. Тоффлера, позволило определить основополагающую роль информации и знания как доминантных факторов общественного воспроизводства. Анализ научных идей Е. Баженовой, И. Бугаяна и др. позволил выявить приоритетную роль информационных ресурсов не только в национальной, но и региональной экономики. Выбор указанных концепций представляется целесообразным для разработки механизма функционирования электронного бизнеса в российской экономике.

Результаты

Проведенный теоретический анализ основ функционирования электронного бизнеса в посткризисной экономике показал, что Интернет-технологии становятся активной средой ведения бизнеса. Одни предприятия выходят во Всемирную паутину в надежде получить новые возможности для дальнейшего развертывания своего производства и привлечения новых клиентов, других в Интернет приводит конкуренция - необходимость поиска новых идей и форм ведения бизнеса. По прогнозам специалистов электронный бизнес в ближайшее время будет приносить прибыль свыше 1 трлн. долл. в год, что свидетельствует о формировании нового игрового поля электронной коммерции.

Как и все, связанное с Интернетом, электронная коммерция начала активно развиваться с середины 90-х годов. Электронная коммерция - это скорость осуществления операции покупки-продажи товара. Все операции проводятся электронным образом, а информацию клиент получает напрямую, минуя трудоемкое и длительное заполнение бумаг на каждом этапе.

Электронная коммерция становится важнейшей составляющей мировой экономики по следующим причинам (1): всемирное киберпространство - совершенно новая и еще слабо освоенная среда коммерции, позволяющая реализовать такие виртуальные модели хозяйственной деятельности, которые немислимы в других условиях; Интернет повсеместно становится нормой деловой жизни; уменьшаются транзакционные издержки;

¹ Автор выражает признательность научному руководителю д.э.н., профессору Белокрыловой О.С. за помощь в подготовке тезисов.

появляется возможность «работать» напрямую с потребителем в интерактивном режиме без посредников; коммерческая деятельность быстро распространяется на весь мир без существенных издержек взаимодействия; упрощаются дистрибуция, взаимоотношения с поставщиками, маркетинг, рекрутинг и консалтинг; факторы пространства и времени перестают иметь значение в коммерции.

По результатам мониторинга, проведенного исследовательской компанией META-Group о состоянии электронной коммерции в 47 странах мира в первую десятку вошли такие страны, как США, Финляндия, Исландия, Канада, Голландия, Швеция, Австралия, Дания, Ирландия, Новая Зеландия. Россия в списке оказалась лишь на 36 месте. (2)

Интернет-революция существенно повлияла на методы ведения современного бизнеса (3). Если первый этап революции характеризовался развитием интернет-решений для розничной торговли, так называемый B2C (business-to-consumers), следующий этап определяется ведущей ролью на рынке компаний, развертывающих и использующих системы и инструментарий взаимодействия экономических субъектов класса B2B (business-to-business). Кроме рассмотренных форматов, рынок уже пытается взять на вооружение формат P2P (pro fit-to-pro fit или peer-to-peer), появившийся в медиа-секторе Интернета под названием «пилинг» (4).

Свою причастность к электронному бизнесу Россия зафиксировала, подписав 22 июля 2000 г. на саммите "восьмерки" Хартию глобального информационного общества, а также активным участием во Всемирном саммите ООН по информационному обществу (Женева, декабрь 2003 г.) (3). Целью Федеральной целевой программы «Электронная Россия 2002-2010», принятой в России, является развитие бизнеса и информатизация всех сфер общественной жизни. Поэтому предполагается, что вложения сектора информационно-коммуникативных технологий в 2010 г. составят 2% ВВП. В 2010 г. экспорт информационных технологий достигнет 1-2 млрд. долл. Планируется к 2010 г.: увеличить парк персональных компьютеров в бизнесе в 6 раз, у населения в 4 раза; долю безбумажного оборота - до 40 %; количество web-пользователей - более чем в 5 раз; снизить стоимость неограниченного доступа в Интернет до 3 минимальных размеров оплаты труда; обеспечить подготовку не менее 25 тыс. специалистов по информационным технологиям в год; обеспечить 100% доступ учащихся к Интернету (5). Коммерческие интернет-услуги в России обладают большим потенциалом. Российские курьерские фирмы ожидают, что к 2008 году около 20% всех заказов по экспресс-доставке будут производиться по Интернету. Кроме того, согласно исследованиям, только в Москве более 300 тысяч человек являются потенциальными клиентами онлайн-банковских услуг, в то время как сейчас ими пользуются не более 4000 человек.

Россия с ее гигантской территорией и тенденциями регионализма просто обречена на широкое использование web-практик во всех сферах общественной жизни, связанных с обеспечением государственной идентичности. В то же время необходимо отчетливо представлять консерватизм и малые масштабы современного российского Электронного рынка, что создает сложности реализации нововведений и ставит перед Россией глобальную задачу - найти свое место в мировой системе разделения труда в области информационных технологий.

Литература

1. Мясников Л. «Новая экономика» (2001) // Свободная мысль-XXI. №4.
2. Анисимов В. Развитие электронной коммерции в России // www.net score. ru
3. Богдановская И.Ю. (2005) Электронное государство // Общественные науки и современность. №6.
4. Бритков З., Смольянинов В. (2004) Электронный бизнес и наше будущее. // Консультант директора. №2.
5. Федеральная целевая программа «Электронная Россия 2002- 2010 гг.» // www.e-rus.ru.
6. Мясникова Л. (2000) Российский менталитет и управление // Вопросы экономики. № 8.