

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
1. ЭЛЕКТРОННЫЙ БИЗНЕС КАК ДОМИНИРУЮЩАЯ ФОРМА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЩЕСТВЕ.....	9
1.1. Структура электронного бизнеса и организационно- экономические условия осуществления предпринимательской дея- тельности в виртуальном пространстве.....	9
1.2. Инфраструктурная среда электронного бизнеса информационной экономики.....	25
1.3. Механизмы защиты прав собственности в условиях электронизации общества.....	44
2. МЕСТО И РОЛЬ ЭЛЕКТРОННОГО БИЗНЕСА В РАЗВИТИИ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ.....	51
2.1 Методика оценки потенциала развития электронного бизнеса в регионе.....	51
2.2 Адаптация Гарвардского подхода оценки электронной готовности к особенностям южных регионов России.....	61
2.3 Организационно-экономическая модель регионального сегмента электронного бизнеса.....	82
3. ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОГО БИЗНЕСА В РЕГИОНЕ (НА ПРИМЕРЕ РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ)	93
3.1 Социально-экономические условия функционирования субъектов электронной торговли в регионе.....	93
3.2 Ресурсное обеспечение развития электронного бизнеса в регионе.	111
3.3 Электронный бизнес как инструмент решения стратегических задач региональной экономики.....	127
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	147
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	155
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	172

ВВЕДЕНИЕ

Стремительное проникновение информационно-коммуникационных технологий во все сферы жизнедеятельности формирующегося информационного общества, с объективной необходимостью детерминируя целостность нового типа экономической системы, обуславливает формирование принципиально новых рынков и форм предпринимательской деятельности, адекватных его императивам. В качестве такой инновационной формы предпринимательства выступает электронный бизнес, развитие которого интенсифицирует процесс становления электронных рынков. В связи с происходящими под влиянием процессов информатизации изменениями в обществе, быстрым распространением элементов виртуализации в экономике сформировался ряд проблем, в частности, в сфере отношений субъектов электронного бизнеса. В России электронный бизнес еще не достиг уровня развития, адекватного своим потенциальным возможностям. Важная особенность России состоит в её масштабной территориальной распределенности. В силу этого электронизация практически во всех областях не может осуществляться на основе управления из федерального центра. Поэтому особенно важны региональные процессы и инициативы, в частности, институционализирующие «электронные отношения»¹.

Система электронного бизнеса требует постоянного совершенствования взаимодействия экономических субъектов, создания инфраструктурной среды, устойчивой к непрерывно растущим потребностям пользователей и готовой к тому, что в будущем эти потребности еще более возрастут. Дело в том, что ожидания и запросы потребителей увеличиваются практически со скоростью развития сети Интернет. Значительно растет объем услуг, оказываемых в сетях передачи данных, т.е. объем информации, переданной по сети Интернет. Проблемы, с которыми столкнулись многие экономические агенты, занимающиеся электронной коммерцией, являются естественным следствием её природы. Ведь среда электронной коммерции принципиально отличается от традиционной модели ведения бизнеса. В контексте развития российского электронного бизнеса в условиях финализации рыночных преобразова-

¹ Селезнёв Г.Н. Из первых рук // Электронный регион. 2003. №1 (www.eregion.ru).

ний углубление теоретических исследований процессов трансформации экономических отношений между его субъектами становится необходимым условием ускорения процессов формирования информационной экономики в России.

Возникновение эффектов неэкономии: появление новых технологий и высокотехнологичных отраслей промышленности, переход от международной экономики к глобализированному мировому хозяйству, повышение значимости знаний как причинного фактора глобальных социальных изменений - оценено в работах Бэлла Д., Гэлбрейта Дж., Друкера П., Кастельса М., Сапира Ж., Тоффлера Э., Ходжсона Дж. и др.²

Особенности трансформационных экономических процессов на региональном уровне выявлены Белокрыловой О.С., Бутовым В.И., Игнатовым В.Г., Кетовой Н.П., Колесниковым Ю.С., Овчинниковым В.Н. и др.³

Электронный бизнес как форма предпринимательства на основе приложения информационных технологий к сфере купли-продажи услуг, продуктов и информации с использованием общедоступных сетей, его методологические и социально-правовые проблемы адаптации к российским экономическим условиям охарактеризованы Дрожжиновым В.И., Карминским А.М., Кобелевым О.А., Пироговым С.В., Смирновым С.Н., Скрипкиным К.Г., Черниковым Б.В. и др.⁴

² См.: Бэлл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования. - М., 1999; Гэлбрейт Дж.К. Новое индустриальное общество. - М.: АСТ, 2004; Друкер П.Ф. Эпоха разрыва: ориентиры для нашего меняющегося общества: Пер. с англ. - М.: Вильямс, 2007; Кастельс М. Новая экономика – новый способ организации и технологий // Модернизация экономики России: Социальный контекст / Отв. ред. Ясин Е.Г. Кн. 1. - М.: ГУ ВШЭ, 2004; Сапир Ж. Экономика информации: новая парадигма и ее границы // Вопросы экономики. 2005. №10; Тоффлер Э. Шок будущего. - М.: АСТ, 2003; Ходжсон Дж. Социально-экономические последствия прогресса знаний и нарастания сложности // Вопросы экономики. 2001. №8.

³ См.: Белокрылова О.С., Ледяева Е.Л. Институционализация поведения рыночных агентов в контексте императивов информационной экономики. - Ростов-н/Д: Изд-во Рост. ун-та, 2006; Овчинников В.Н., Кетова Н.П. Интеграционные императивы модернизации и конкурентоспособности экономики России в глобализирующемся пространстве // Экономический вестник Ростовского государственного университета. 2004. Т. 2. №2; Овчинников В.Н., Кетова Н.П., Колесников Ю.С. и др. Экономическая система современной России. Концептуальные проблемы, приоритетные сферы, региональная специфика. - М.: ИВЦ Маркетинг, 2001; Игнатов В.Г., Бутов В.И. Южная Россия и ее регионы. - М.: ИКЦ Март, Ростов-н/Д: Март, 2006.

⁴ См.: Дрожжинов В.И. Состояние развития э-правительства в России // Модернизация экономики России: Социальный контекст. / Отв. ред. Ясин Е.Г. Кн. 1. - М.: ГУ ВШЭ, 2004; Смирнов С.Н. Электронный бизнес. - М.: ДМК Пресс, 2003; Карминский А.М. и др. Информатизация бизнеса. Концепция, технологии и системы. - М.: Финансы и статистика, 2004; Кобелев О.А. Актуальные проблемы электронной коммер-

Содержание тенденций развития современной экономики и ее трансформации в информационную экономику, процессы перехода экономически развитых и развивающихся стран к постиндустриальной стадии социально-экономической организации общества теоретически обобщены Дятловым С.А., Лазаревым И.А., Лазаревым К.И., Париновым С.И., Стрельцом И.А., Чугуновым А.В., Хижа Г.С. и др.⁵

Место и роль электронизирующихся экономических отношений как основополагающих факторов общественного воспроизводства формирующегося информационного общества и неэкономике, концепции систем электронного правительства в контексте осуществления перехода от индустриального общества к информационному, механизмы виртуализации коммерческой деятельности организаций обоснованы Бэафутом К., Бруссо Э., Витцелем М., Льюисом М., Сантарелли Э., Уорнером М., Хасисом Л., Холмсом Д. и др.⁶

Однако целостная концепция оценки роли электронного бизнеса как фактора социально-экономического развития на региональном уровне в научной литературе не представлена.

Цель настоящей работы состоит в том, чтобы на основе теоретического анализа содержания процессов трансформации отношений экономических агентов, изменения их места и роли в контексте императивов расширяющихся электронных форм предпринимательства формирующейся информационной

ции России // Маркетинг. 2002. №4; Кобелев О.А. Электронная коммерция / Под ред. С.В.Пирогова. 3-е изд. - М.: Дашков и Ко, 2008; Скрипкин К.Г. Экономическая эффективность информационных систем. - М.: ДМК Пресс, 2002.

⁵ См.: Лазарев И.А., Хижа Г.С., Лазарев К.И. Новая информационная экономика и сетевые механизмы развития. - М.: Дашков и Ко, 2006; Дятлов С.А. Принципы информационной экономики // Информационное общество. - М.: Институт Развития Информационного Общества, 2000. №2; Стрелец И.А. Сетевая экономика. - М.: Эксмо, 2006; Паринов С.И. К теории сетевой экономики. - Новосибирск: ИЭОПП СО РАН, 2002. Чугунов А.В. Формирование российской модели информационного общества и развитие местного самоуправления // Гражданский форум. Вып. 3. - СПб., 2003.

⁶ См.: Бэафут К. Революция Quixtar: Новые высокотехнологичные возможности бизнеса - М.: Гранд, Фаир-Пресс, 2003; Brousseau E. The Economics of Digital Business Models: A Framework for Analyzing the Economics of Platforms // Review of Network Economics. 2007. Vol. 6. N2; Холмс Д. E.gov. Стратегии электронного бизнеса для государства. - М.: АСТ, Астрель, 2004; Хасис Л. А. Розничные сети в современной экономике. - М.: Едиториал УРСС, 2004; Льюис М. Next. Будущее уже началось. Как Интернет изменил бизнес и мир. Next: the Future Just Happened. - Крылов, 2004; Уорнер М., Витцель М. Виртуальные организации. Новые формы ведения бизнеса в XXI веке.- М.: Добрая книга, 2005; Сантарелли Э. Природа электронной коммерции: имеют ли значение транзакционные издержки? // Российский журнал менеджмента. 2004. №3.

экономики выявить их особенности на мезоэкономическом уровне и обосновать перспективы их развития в российских регионах на примере Ростовской области. Достижение поставленной цели потребовало решения следующих задач, отражающих логическую структуру исследования:

- на основе содержательного анализа экономико-теоретических моделей информационной экономики выявить определяющие социально-экономические факторы, оказывающие трансформирующее воздействие на традиционные экономические субъекты;

- выявить особенности электронной модели ведения бизнеса, его основные проблемы и направления развития электронных форм предпринимательства;

- смоделировать структуру рынка электронного бизнеса в регионе и определить особенности его формирования в Ростовской области;

- выявить на основе анализа информационных ресурсов условия функционирования электронного бизнеса в Ростовской области и систематизировать факторы его развития со стороны спроса и предложения;

- разработать методику оценки потенциала развития электронного бизнеса в регионе и обосновать перспективы его развития в субъектах Федерации (на примере Ростовской области);

- предложить комплекс мер по формированию эффективной стратегии развития региона, включающей обоснование приоритетных направлений и институциональный механизм взаимодействия субъектов электронного бизнеса с государственными структурами.

Рабочая гипотеза исследования основывается на выдвижении предположения о превращении электронного бизнеса в доминирующую форму предпринимательства в информационном обществе, степень развитости предпосылок формирования которого в том или ином регионе определяется экономическими, социальными и другими факторами, а также сложившейся инфраструктурной средой региона. На основе углубления методологии оценки целевых показателей продвижения экономики региона к информационно связанному миру обос-

нована региональная модель электронного бизнеса, позволившая выявить его региональные особенности в Ростовской области и предложить направления региональной социально-экономической политики, ускоряющие развитие электронного бизнеса, а также разработать организационно-экономическую модель регионального рынка электронного бизнеса, описывающую взаимодействия его субъектов в рамках формирования единой информационной среды электронного предпринимательства. Это позволило теоретически обосновать механизм функционирования электронного бизнеса, выделить факторы оценки ее состояния и зафиксировать эффективность транзакций взаимодействия его субъектов, а также адекватность информационной инфраструктуры динамике хозяйственной системы региона.

1. ЭЛЕКТРОННЫЙ БИЗНЕС КАК ДОМИНИРУЮЩАЯ ФОРМА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЩЕСТВЕ

1.1. Структура электронного бизнеса и организационно-экономические условия осуществления предпринимательской деятельности в виртуальном пространстве

Широкое распространение информационных технологий, основанных на использовании сети Интернет, предоставляет потенциальную возможность интеграции всех субъектов экономики в особую информационную среду, где происходящие количественные изменения в сфере функционирования предпринимательства приносят качественно новые результаты. Многие экономисты-исследователи⁷ считают, что в начале XXI в. информационная эволюция завершает очередной виток, и современная экономическая система стремится к той точке, в которой экономическая стабильность базируется на сообществе экономических агентов, находящихся в непосредственном и равновесном контакте друг с другом. Так, уже в 70-х гг. XX в. началось теоретическое осмысление категорий «информационная революция», «информационное общество», «информационная экономика». Как отмечает Е. Майминас, «суть происходящих изменений, если их коротко охарактеризовать, состоит в переходе от «материального» к «информационному» обществу – обществу, основанному на производстве, распространении и потреблении информации. ...Материальная составляющая в структуре материальных благ уступает первенство информационной»⁸. Если ранее ресурсы экономического развития были достаточно жестко привязаны к территориям, технологиям, то в настоящее время главным ре-

⁷ Паринов С.И. К теории сетевой экономики. – Новосибирск: ИЭОПП СО РАН, 2002. – С. 64.

Сиротин И. С. Теоретические аспекты влияния электронных денег на денежное обращение: Автореф. Дис. ...канд. эконом. наук. Ярославль. 2006. - С. 23-24.

⁸ Майминас Е. Информационное общество и парадигма экономической теории // Вопросы экономики. - 1997. №11. - С. 86.

сурсом становится интеллект (знания⁹), финансы и информация. Ресурсной реструктуризации во многом способствовало также развитие Интернета как среды, не имеющей границ для существования и распространения информации. С начала 1990-х гг. распространение информационных и коммуникационных технологий (ИКТ) приобрело всеобъемлющий масштаб, причем скорость их распространения превысила все ожидания аналитиков. Развитые страны, а затем и часть развивающихся стран приняли национальные программы развития информационного общества¹⁰. Это программы действий государства и общества, основной темой которых является не только построение современной информационно-коммуникационной инфраструктуры, но и исследование возможностей использования ИКТ в социально-экономических целях.

В условиях современной экономики не только предприятия нуждаются в решении задач управления на качественно новом уровне, но и государство осознает необходимость оперативного реагирования на конъюнктуру рынка и быстро меняющуюся экономическую ситуацию, что требует перестройки внутренней микроэкономики, оптимизации бизнес-процессов и т.д. Развитие информационного общества характеризуется возникновением экономики знаний (в 80-е годы XX в. ее называли информационной экономикой). В условиях дефицита ресурсов и благодаря возможностям, открываемым с помощью ИКТ, возрастает экономическая роль знаний, что делает их главным ресурсом развития. Следует отметить, что численность занятых в сфере производства, обработки и распространения информации превышает численность занятых в материальном производстве. Позднее, во время появления и быстрого роста численности интернет-компаний, в середине 90-х гг. XX в. для идентификации нового этапа системного формообразования стала использоваться категория «неоэкономика» (новая экономика). Первоначально термин «неоэкономика» отождествляли только с бизнесом в сети Интернет. Однако, по нашему мнению, подоб-

⁹ Скорев М.М. Образование как институциональный фактор воспроизводства знания и человеческого капитала в условиях неоэкономики: Дис. ... докт. эконом. наук. Ростов-н/Д. 2004. – С. 12-13.

¹⁰ Кастельс М., Химанен П. Информационное общество и государство благосостояния: Финская модель. - М.: Логос, 2002. – С. 9.

ная характеристика формирующейся экономической системы не вполне корректна, поскольку «новая экономика» - это весь «старый», традиционный экономический сектор, трансформирующийся под воздействием мощных импульсов, идущих от информационных и иных высоких технологий. В широком смысле она включает все пользовательские сектора, т.е. те сферы экономики, где используются средства информатизации и телекоммуникации, охватывая тем самым экономику в целом¹¹.

Характеристика теоретических подходов к анализу электронного бизнеса как доминирующей формы современного предпринимательства в информационном обществе, прежде всего, предполагает выявление существенных атрибутов среды, в которой осуществляются взаимоотношения агентов экономической деятельности. В настоящее время в обществе формируется среда новой экономики, которую все чаще идентифицируют как информационную или экономику, основанную на знаниях. Ключевыми составляющими трактовки категории «неоэкономика» выступают «информация» и «знание», которые, однако, имеют существенные различия в теоретическом отношении. Однако по-прежнему более широко используется категория «информационная экономика», введенная М. Поратом в 70-х гг. XX в.

Исходным пунктом экономико-теоретического анализа данной проблемы является выявление содержательных характеристик категории «информация»¹². «Информировать» в терминах теории информации означает сообщать ранее неизвестное. Информация принципиально отличается от материальных благ как предмета экономических исследований. Эти отличия обуславливают особенность изучения информации, пути развития экономической науки в условиях изменившегося мира. По нашему мнению, с экономической точки зрения информация характеризуется сложностью однозначной фиксации, персонификации потребителя, невозможностью однозначной стоимостной оценки получен-

¹¹ Скорев М.М. Образование как институциональный фактор воспроизводства знания и человеческого капитала в условиях неоэкономики: Дис. ... докт. эконом. наук. Ростов-н/Д. 2004. – С. 24-25.

¹² Информация (от латинского «informatio») в дословном переводе означает изложение, разъяснение какого-либо факта, события или явления.

ного объема информации, особой неопределенностью полезности информации, особым механизмом старения информации, особым способом ее фильтрации и характеризуется как общественное благо¹³.

Кастельс М., анализируя соотношение категорий «информация» и «знание», оперирует определениями Бэлла Д. и Пората М. Так, Бэлл Д. определяет знание как «...совокупность организованных высказываний о фактах или идеях, представляющих обоснованное суждение или экспериментальный результат, которая передается другим посредством некоторого средства коммуникации в некоторой систематизированной форме»¹⁴. По мнению Пората М., «информация есть данные, которые были организованы и переданы»¹⁵. Следовательно, начиная с Кастельса М. термин «информационное общество» отражает приоритетную роль информации в современном обществе, но, безусловно, информация в широком смысле слова (как передача знаний) всегда имела существенное значение в межличностной и межпоколенной ретрансляции знаний.

Иноземцев В. при идентификации природы современной хозяйственной системы оперирует категорией «экономика знаний», подчеркивая, что «важнейшим производственным ресурсом общества становится не столько информация... сколько знания, т.е. информация, усвоенная человеком и не существующая вне его сознания»¹⁶. Сапир Ж. обосновывает первичность знания по отношению к информации, которая представляет собой «любые извлеченные сведения, которые могут быть почерпнуты из сигнала и добавлены к уже существующему знанию. ...Следовательно, нужно перейти от «экономики информации» к «экономике знания»¹⁷. При характеристике современного общества Ходжсон Дж. также ставит во главу угла именно знание: «Информация – совокупность данных, которые уже интерпретированы, которым удалось придать

¹³ Ледаева Е.В. Институционализация поведения рыночных агентов в контексте императивов информационной экономики: Дис. канд. ... эконом. наук. Ротов-н/Д. 2006. – С. 30.

¹⁴ Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / Под ред. О.И. Шкаратана. - М.: ГУ ВШЭ, 2000. – С 39.

¹⁵ См.: Там же.

¹⁶ Иноземцев В. Парадоксы постиндустриальной экономики (инвестиции, производительность и хозяйственный рост в 90-е годы) // Мировая экономика и международные отношения. 2000. №3. – С. 3.

¹⁷ Сапир Ж. К экономической теории неоднородных систем: Опыт исследования децентрализованной экономики / Под ред. Н.А. Макашевой. - М.: ГУ ВШЭ, 2001. – С. 150.

некий смысл. А знания – продукт использования информации»¹⁸. Сравнительный анализ категорий знания и информации и их соотношения выявляет их весьма противоречивый характер¹⁹, но в то же время тестирует их общие черты.

С экономической точки зрения развитие информационного общества означает формирование экономики, основанной на знаниях, в которой экономический рост все в большей степени зависит от производства и эффективного использования информации и знания, т.е. возрастает ценность знания²⁰ как основного ресурса экономического роста и экономической безопасности. Успешное формирование в той или иной стране экономики знаний предполагает создание²¹:

- динамичной информационной инфраструктуры и конкурентоспособного информационного сектора экономики, которые могли бы обеспечить эффективные коммуникации, распространение и обработку информации, а также разнообразные информационно-коммуникационные услуги для всего общества;
- эффективной регулирующей и деловой среды, способствующей инициативе в использовании существующего знания, производстве нового знания и предпринимательстве;
- критической массы творческих людей, имеющих образование и навыки, необходимые для производства и использования знания;
- эффективной инновационной системы, включающей сеть исследовательских институтов, вузов, компаний, экспертных и аналитических центров и других структур для использования растущего запаса глобального знания, его ассимиляции и адаптации к местным нуждам, а также создания новых знаний и технологий.

В настоящее время четко тестируется развитие двух параллельных процессов в области ИКТ – «электронного бизнеса» и «управления знаниями». Од-

¹⁸ Ходжсон Дж. Социально-экономические последствия прогресса знаний и нарастания сложности // Вопросы экономики. 2001. №8. - С.34.

¹⁹ Стрелец И.А. Новая экономика и информационные технологии. - М.: Экзамен, 2003. – С. 9-10.

²⁰ Базылев Н.И., Соболева Н.В. Глобализация и «Новая экономика» (Соотношение понятий) // Проблемы современной экономики. 2005. №1(13). www.m-economy.ru/art.php3?artid=20654.

²¹ Рекомендации Международной конференции. Партнерские сети как инструменты развития информационного общества и экономики знаний // Информационное общество. 2002. Вып. 1. – С.106.

нако некоторыми учеными подвергается сомнению значимость сделок в сети Интернет в целом²². Используемые определения и трактовки электронного бизнеса и в целом интернет-экономики отражают различные точки зрения, которые лишь частично охватывают новые явления в экономике, вызывая научные дискуссии. В то же время неоднозначность трактовки категорий информационно-электронной сферы, отсутствие единообразия существенных характеристик реальных процессов, протекающих в киберпространстве, обуславливают необходимость углубления анализа среды сети Интернет как с теоретической, так и с эмпирической стороны, особенно сферы электронного бизнеса.

Концептуализация «электронной коммерции» и «электронного бизнеса» началась в США в начале 80-х гг. XX в. и основывалась на ранее выдвинутых идеях глобальной информационной экономики, в частности, представителя кейнсианской школы Ф. Мэчлапа²³. Процесс купли-продажи, осуществляемый с помощью различных электронных средств коммуникации, идентифицируется как электронная коммерция²⁴, а электронные рынки трактуются как информационные инструменты с описанием товаров и услуг, предлагаемых продавцами, которые позволяют покупателям производить поиск информации, делать заказы в соответствии со своими желаниями или потребностями, после чего осуществляется товарно-денежный обмен. Корпорация IBM (Л. Герстнер) в 1999 г. совместно с другими компаниями начала активно продвигать на рынок концепцию электронного бизнеса (electronic business, e-business), характеризуя его как использование интернет-технологий для усовершенствования и изменения бизнес-процессов предприятия. В качестве обоснования необходимости и значимости реализации концепции электронного бизнеса выдвигаются следующие критерии:

- открытость для граждан (потребителей);
- повышение оперативности и эффективности принимаемых решений;

²² The Economist E Strategy Briefs. 2001. - P. 7.

²³ Machlup F. The Production and Distribution of Knowledge in the United States. - Princeton, Princeton Univ. Press, 1962.

²⁴ См: Mann C. Global Electronic Commerce. - Washington, DC: Institute for International Economics, 2000. - P. 9.

- снижение издержек на содержание управленческого аппарата и повышение производительности труда,
- борьба с коррупцией и др.

По мнению В. Звасса, «электронная торговля – распределение деловой информации, отношений окружения бизнеса и проведения деловых сделок посредством телекоммуникационных сетей. В сегодняшнем бизнес-окружении оперативные границы между фирмами стали проницаемыми, поскольку они, эти границы, стали мешать предпринимательству и разделять межфирменные и внутрифирменные деловые процессы. Поэтому электронная коммерция здесь включает отношения покупки-продажи и сделки между компаниями, а также общие процессы, которые поддерживают торговлю в пределах отдельных фирм»²⁵. Однако, на наш взгляд, описываемые автором формы информационного взаимодействия нельзя рассматривать только как отношения купли-продажи. К тому же не все «телекоммуникационные сети» обеспечивают необходимые условия для ведения электронного бизнеса. Специалисты из различных областей знания, занимающиеся проблемами становления информационного общества, создания информационных технологий, формирования рынка информационных услуг и т.п., дают соответствующие этим сферам трактовки сущности данного явления.

Основываясь на классическом определении электронной коммерции В. Звасса, С. Пун сняла ряд неточностей, ограничившись только одним видом открытых телекоммуникационных сетей - «...распределение деловой информации, отношений окружения бизнеса и проведения сделок бизнеса посредством технологий, основанных на использовании Интернета»²⁶. Такое определение является более узким, поскольку в электронном предпринимательстве, особенно для внутрифирменных деловых процессов, используются внутренние телекоммуникационные сети и специально построенные внешние телекоммуника-

²⁵ Zwass V. Electronic Commerce: Structures and Issues // International Journal of Electronic Commerce. 1996. Vol. 1. №1. Fall. 1996. - P. 5.

²⁶ Poon S. Determinants of Small Business Internet Usage: A Multi-method Investigation of Perceived Benefits // 10-th International Electronic Commerce Conference. - Bled, Slovenia: Moderna Organizacija, 1999. - P. 466.

ционные сети, не являющиеся подмножеством глобальной сети Интернет. С этой точки зрения трактовка анализируемой категории специалистами консалтинговой компании «Ernst&Young» (1998 г.) лишена подобных ограничений, поскольку считается, что «электронная коммерция определяется как практика проведения маркетинга, закупок и продажи товаров и/или информации через электронные сети, включая Интернет и частные сети»²⁷. Следует согласиться с мнением Смирнова С. о том, что электронный бизнес, который изначально служил средством эффективной реализации транзакций, постепенно эволюционировал в новую культуру, новую систему принципов производства и распределения на базе электронных цепочек добавленной стоимости²⁸. Специалисты OECD (2004 г.) определяют электронную коммерцию как «...автоматизированные бизнес-процессы (внутри- и межфирменные) на базе подключенных к достижимым сетям компьютеров»²⁹. Это определение предполагает, что электронная коммерция – нечто большее, чем просто электронная коммерческая деятельность, которая концентрируется на коммерческих сделках между компаниями и их клиентами, так как включает бизнес-процессы за пределами компании. Определение OECD неявно указывает на то, что ключевой задачей электронной коммерции выступает автоматизация бизнес-процессов, предполагая расширение потенциальных возможностей для исследования феномена электронного бизнеса. Измерение сделок электронной коммерции (объем продаваемых в Сети товаров и услуг) проходит с некоторыми особенностями, но, в основном, аналогично традиционной торговле. Поэтому объектный анализ должен быть дополнен более детальными исследованиями бизнес-процессов. Однако в таком контексте не охватываются все области и аспекты электронного предпринимательства (приложение 1). По нашему мнению, наиболее полное определение электронной коммерции обосновано учеными Института развития информационного общества: «Технология, обеспечивающая

²⁷ Ernst & Young: E-Commerce & connecting to the customer, 1998 (added by H. Dieter Zimmermann). [www.ey.com/global/vault.nsf/US/J00200/\\$file/J00200.pdf](http://www.ey.com/global/vault.nsf/US/J00200/$file/J00200.pdf).

²⁸ Смирнов С.Н. Электронный бизнес. - М.: ДМК Пресс, 2003. – С.24.

²⁹ Information Technology Outlook. Paris: Organization for Economic Co-Operation and Development, cop. 2004. - P. 5-6.

полный замкнутый цикл коммерческих операций, включая заказ товара или услуги, проведение платежей, участие в контроле доставки товара (выполнения услуги), проводимых с помощью электронных средств обмена данными и с использованием электронного документооборота»³⁰.

Американские исследователи Р. Калакота и Э. Винстон, изучавшие технологии проведения электронных платежей, воспользовались выработанной парадигмой для интеграции широкого круга новых и старых форм информационного взаимодействия между субъектами экономической деятельности. Они предложили (1995 г.) расширенную трактовку электронной коммерции как «...покупки и продажи информации, продукции и услуг через компьютерные сети»³¹. Позднее они выделили три основные бизнес-модели электронной коммерции³²:

- межфирменную, т. е. «бизнес-бизнес» (B2B, Business-to-Business);
- внутрифирменную, (intranets);
- потребительскую, т. е. «бизнес-потребитель» (B2C, Business-to-Consumer).

С течением времени другие исследователи обозначили новые структурные составляющие. В настоящее время существуют различные подходы к классификации элементов структуры интернет-экономики. Таким образом, предметом электронной коммерции становятся все основные формы проведения коммерческих операций: торговля, лизинг, строительство объектов, консультационные услуги, инжиниринг, инвестирование, банковские услуги, страхование и т.д. Если в качестве основы классификации выступает критерий установления электронных функциональных взаимоотношений между основными экономическими агентами (государство – А, домохозяйства (население) – С, предприятия (организации) – В, правительство – G, сотрудники предприятий – Е, иностранный сектор (нерезиденты) – F, деловые партнеры – Р), то электронный

³⁰ Готовность России к информационному обществу. Оценка ключевых направлений и факторов электронного развития: Аналитический доклад / Под ред. С.Б. Шапошника. - М.: Институт развития информационного общества, 2004. – С. 166.

³¹ Kalakota R., Whinston A. Frontiers of electronic commerce. - Addison-Wesley, 1996. – P. 487.

³² Kalakota R., Whinston A. Electronic Commerce: A Manager's Guide. – Addison-Wesley, 1997. – P. 461.

бизнес структурируется на агрегированные и сегментированные составляющие. Так, наряду с традиционными видами «бизнес-бизнес» (B2B) и «бизнес-потребитель» (B2C), в последнее время развитие получили следующие виды электронной коммерции: «бизнес-правительство» (B2G), «правительство-потребитель» (G2C), «правительство-правительство» (G2G) и «потребитель-потребитель» (C2C). Таким образом, субъектами электронного бизнеса выступают те же экономические агенты, что и в традиционном бизнесе, но активно использующие в своих взаимоотношениях информационные технологии на основе сети Интернет. При этом речь идет о предоставлении правительством электронных услуг не только отдельным гражданам, а покупателям в широком смысле, включая частный бизнес, домашние хозяйства, общественные организации, правительственные учреждения и международные организации. За прошедшее десятилетие термин «электронный бизнес» претерпел значительные изменения, расширившись от узкого определения до очень широкой трактовки.

Постепенно с развитием информационных систем электронного ведения бизнеса определение стало включать в себя и другие виды предпринимательской деятельности, напрямую не связанной с отношениями купли-продажи, уделяя больше внимания характеру взаимодействий между субъектами экономической деятельности. Это прослеживается, например, в определении, сформулированном Н. Кармакармом («Global Forum 2005»): «Электронный бизнес – любой бизнес, проводимый по цифровым средствам массовой информации. Он включает в себя не только продажу товаров и услуг непосредственно по Интернету, но также обслуживание клиентов и сотрудничество с бизнес-партнерами»³³.

Таким образом, в начале XXI в. мировое научное сообщество выработало дефиницию электронной коммерции в собственном смысле как части электронного бизнеса. Это, например, подтверждается определением электронного бизнеса GartnerGroup: «Электронный бизнес – это непрерывная оптимизация

³³ Karmakar Nitya L. Agenda for Today Growth of E-Business: Global Forum / Shaping the Future. 2005. - P. 19.

продуктов и услуг организации, а также производственных связей через применение цифровых технологий и использование Интернет в качестве первичного средства коммуникаций»³⁴. Иногда электронную коммерцию считают синонимом электронного бизнеса. Однако историческая приверженность западных экономистов к изучению преимущественно фаз распределения и обмена при недостаточном их внимании к процессам производства и потребления обуславливает широкое распространение категории «электронная коммерция». Однако, на наш взгляд, электронный бизнес нельзя дефинировать через анализ его отдельной составляющей.

Тем не менее, характеризуя электронный бизнес как категорию из понятийного аппарата информационной экономики и применяя законы управления и самоорганизации экономических систем, следует в качестве наиболее адекватного оценить определение электронного бизнеса как «деловая активность, использующая возможности глобальных информационных сетей для преобразования внутренних и внешних связей с целью создания прибыли»³⁵.

В настоящее время расширение электронного бизнеса рассматривается как одна из ключевых тенденций³⁶ в развитии европейской экономики. Хотя достоверных макроэкономических показателей эффективности ИКТ и электронного бизнеса в Европе пока недостаточно, тем не менее, позитивные качественные изменения в сфере электронного бизнеса четко тестируются³⁷. С 2001 г. траектория распространения сети Интернет (количество пользователей) стала более однородной во всех странах, демонстрируя стабильную положительную перспективу³⁸:

– в западноевропейских странах процесс распространения Интернета почти завершен с количеством пользователей, приближающимся в большинстве из них к 50% жителей;

³⁴ GartnerGroup. E-Business Business Myths Can Destroy an Enterprise. 1999.

³⁵ Успенский И. Энциклопедия Интернет-бизнеса. – СПб, 2001. - С. 61.

³⁶ Серия отчетов Европейской Комиссии по электронному бизнесу // www.europa.eu.int/comm/dgs/enterprise/, 2005.

³⁷ См.: Там же.

³⁸ Сантарелли Э. Природа электронной коммерции: имеют ли значение транзакционные издержки? // Российский журнал менеджмента. 2004. №3. - С. 35.

– имеет место быстрый рост количества пользователей Интернета в странах Восточной Европы, это влечет за собой усиление сетевого эффекта, которое, вероятно, приведет также к более быстрому распространению электронной коммерции.

В 2007 г. объем рынка электронной торговли в России составил более 7,9 млрд. долл. (1% ВВП)³⁹, что на 30% больше, чем в 2006 г. Наиболее быстрый прирост объемов продаж наблюдался в сегменте B2B. Сектор B2B отождествляется с электронными торговыми площадками (ЭТП) или B2B-площадками (Business to business marketplace). Его объем в 2007 г. составил около 2,3 млрд. долл.⁴⁰, причем более половины всего объема рынка B2B (1,2 млрд. долл.) пришлось на компании топливно-энергетического комплекса. Объемы госзакупок в Интернете в 2007 г. (из них 890 млн. долл. - это электронные аукционы) почти не изменились по сравнению с 2006 г., так как их проводили практически те же ведомства, что и в 2004 г. При этом рост госзакупок-онлайн преимущественно произошел за счет крупных компаний, в т.ч. Росатома (рисунок 1). Следует отметить, что темпы роста розничных продаж составляют 40% в год, а общий их объем достиг в 2004 г. 1% от общего товарооборота. Бюджетная экономия от использования электронных аукционов и тендеров при государственных закупках достигает 20%. Следовательно, уже более 5% государственного заказа размещается на открытых конкурентных процедурах в сети Интернет. По этому показателю Россия в два раза обгоняет такие страны, как Норвегия, Швеция и Дания, традиционно считавшиеся лидерами в области внедрения перспективных практик госуправления⁴¹. Обороты электронных платежных систем демонстрируют существенный прирост, фактически являются сегментом B2C рынка, но не учитываются в его статистике. Рынок моментальных платежей через общественные точки доступа в 2007 г. составил более

³⁹ См.: Материалы пресс-конференции «Состояние и тенденции развития электронной торговли в России за 2005 год». - М., 2005. 30 март; www.nauet.ru; Базаров Р. Правильная коммерция // СЮ. 2008. №12. 17 февраля.

⁴⁰ www.nauet.ru, 2008.

⁴¹ Манкина О. Рынок вперед - это факт // Российская газета - Федеральный выпуск. 2007. №4421. 24 июля.

14,5 млрд. долл. (в 2006 г. – 11,3 млрд. долл.). При этом количество пунктов доступа к системе моментальных платежей в 2007 г. выросло до 300 тыс. (160 тыс. – 2006 г.). Реклама в сети Интернет по своим объемам и стоимости стала сопоставимой с рекламой в традиционных СМИ⁴².

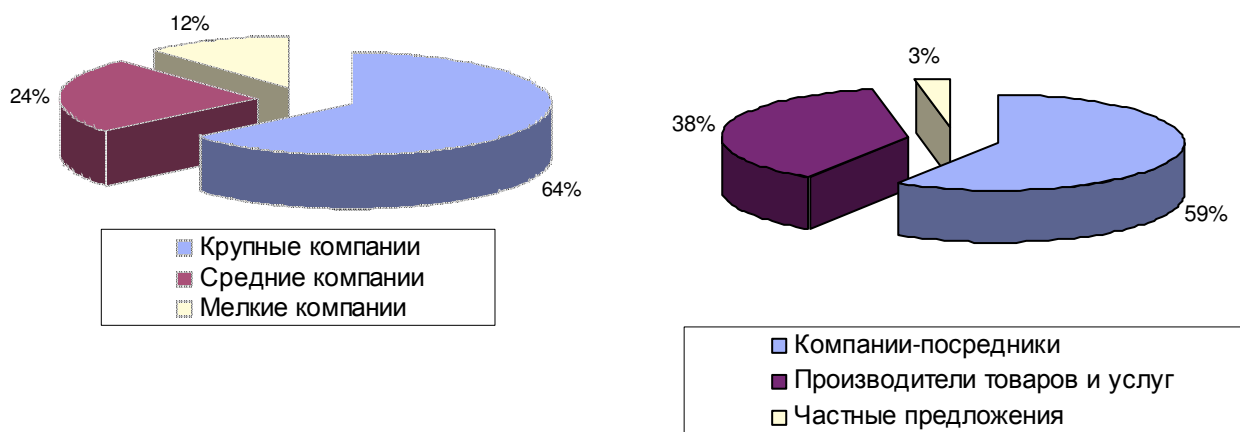


Рисунок 1. Структура участников B2B-площадок⁴³

Существует две основные оценки объема сегмента B2C. Согласно исследованию, проведенному НАУЭТ совместно с маркетинговым агентством RM Group, за 2007 г. в российском сегменте сети Интернет было продано товаров и услуг почти на 3,25 млрд. долл., что на 56% больше, чем в 2006 г. (без учета сделок по бронированию билетов). По результатам опроса 3850 посетителей интернет-кафе Safemах российские интернет-магазины в 2005 г. имели объем сделок на уровне 2,6 млрд. долл., что отличается от данных, полученных на основе агрегирования данных по интернет-магазинам (таблица 1, рисунок 2).

⁴² www.gks.ru/bgd/free/b04_00/IsWPrx.dll/Stg/d120/i120080r.htm.

⁴³ www.salespro.ru/market/330.

Таблица 1. Объем электронной торговли в России (млн. долл.)⁴⁴

Сегмент	2001 г.	2002 г.	2003 г.	2004 г.	2005 г.	2006 г.	2007 г.
B2C	218	318	480	662	1020	2085	3250
B2B	99	189	316	442	1 300	1556	2288
B2G	-	11	141	2 130	2 174	2273	2368
Итого:	317	517	937	3 233	4 494	5914	7906

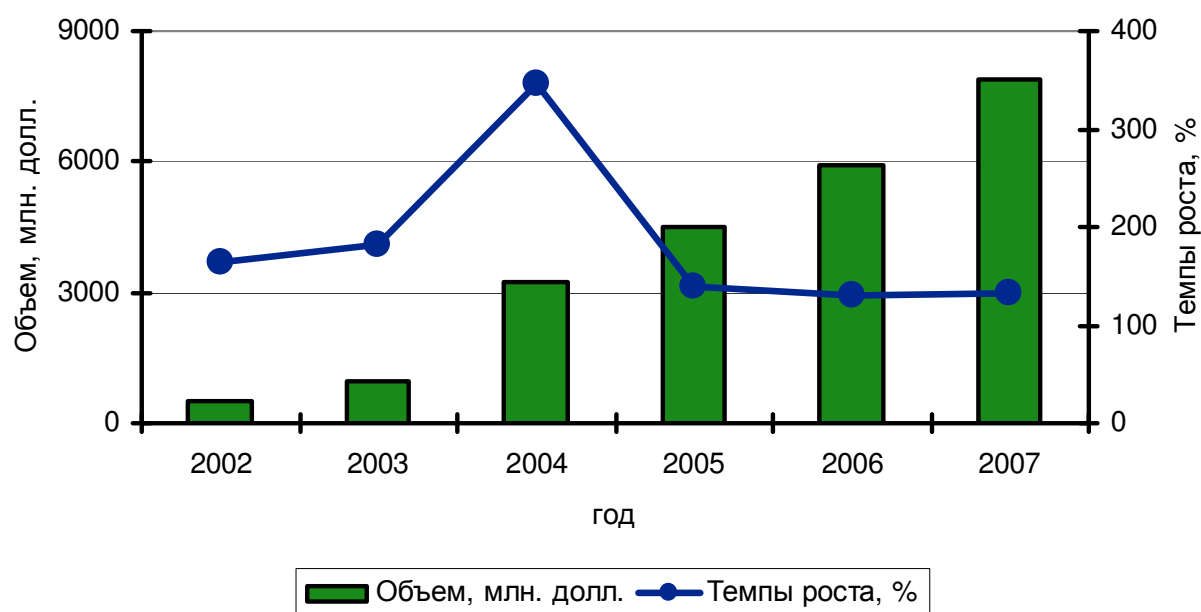


Рисунок 2. Динамика электронной торговли в России⁴⁵

Электронная торговля продолжает развиваться во всех секторах. Например, в Соединенных Штатах (крупнейший рынок электронной торговли) она получила наибольшее развитие в торговле продукцией обрабатывающей промышленности и в оптовой торговле, хотя быстрее всего она растет в сфере розничной торговли (B2C) и услуг⁴⁶. В Европейском Союзе, по данным компании eMarketer на 2006 г., оборот электронной торговли составляет 133 млрд. долл.

⁴⁴ Составлено автором по: www.nauet.ru, 2007; Базаров Р. Правильная коммерция // СЮ. 2008. №12. 17 февраля.

⁴⁵ См.: Там же.

⁴⁶ Экономические и социальные последствия ИКТ // www.itu.int/wsis/docs2/thematic/ilo/final-report.pdf. 2005.

Великобритания, Франция и Германия доминируют на европейском рынке электронной коммерции - на их долю приходится около 72% всех сделок.

Пропорции структуры российского рынка электронной торговли отличаются от мировых, где доля B2B-сегмента составляет около 90%. Действительно, некоторые эксперты считают объем электронных продаж B2G также продажами B2B. В этом случае доля сектора B2B составит 80%, что соответствует мировой практике. Следует отметить, что доля предприятий, продающих свою продукцию в Интернет, снижается с увеличением их размера, а покупки в Сети распространены больше, чем продажи⁴⁷. По оценкам Partners I.V.⁴⁸, объем торговли в секторе бизнес-бизнес на российском рынке будет ежегодно удваиваться, несмотря на то, что инвестиционный климат РФ оценивается как один из самых неблагоприятных среди постсоциалистических стран. При всей сложности оценок можно вывести некоторые средние показатели, которые являются наиболее адекватными реальности (это будет показано в следующих главах). Таким образом, использование систем электронной торговли позволит повысить эффективность функционирования как коммерческих компаний, так и государственных организаций.

Электронный бизнес становится распространенной и востребованной технологией взаимодействия экономических субъектов. Анализ вышеприведенных категорий выявляет их весьма противоречивый характер, но в то же время почти все они имеют некоторые общие свойства. Таким образом, к числу специфических отличий электронного бизнеса от традиционной предпринимательской деятельности относятся:

- благодаря свойствам интерактивности, информационной насыщенности (мультимедиа), эффекту присутствия и за счет использования сетевой навигации Интернет при ведении электронного бизнеса превосходит другие средства коммуникации, используемые в традиционной экономической деятельности;

⁴⁷ Электронная торговля и развитие // Доклад об информационной экономике. Обзор. - ООН. 2005. - С. 38.

⁴⁸ B2B Российский рынок: состояние и перспективы развития // Аналитический обзор Partners I.V. 2002.

– сочетание функций канала для взаимодействия между агентами на рынке наряду с функциями продукта, непосредственно создающего стоимость⁴⁹.

На наш взгляд, интернет-экономика – это важнейшая составляющая неэкономике как экономики, основанной на знаниях, поскольку «современные экономические системы характеризуются важнейшей долговременной тенденцией – прогрессом знаний и нарастанием сложности социально-экономической жизни»⁵⁰. Действительно, новое знание, «новаторство во многом зависит от неэкономических, а точнее, интеллектуальных и перцепционных факторов»⁵¹. Следует отметить, что региональный уровень электронного бизнеса, как и интернет-экономики можно выделить весьма условно, поскольку информационный контент, генерируемый субъектами экономических отношений, беспрепятственно распространяется по всему киберпространству, а региональное или национальное деление, разграничение на зоны или сегменты в сети Интернет осуществляется лишь формально.

Таким образом, наряду с неэкономикой информационное общество является новой, более совершенной формой экономической цивилизации, в которой доступ к информации, связанный с применением информационно-коммуникационной инфраструктуры, способствует стабильному социально-экономическому развитию, снижению уровня бедности, повышению качества жизни и интеграции в мировое информационное пространство. Постепенно, с распространением ИКТ, происходит переориентация экономики России на качественно новый уровень, что позволяет отечественным предпринимателям выходить на мировой рынок, стимулируя переход от восстановительного к инновационному типу экономического роста. Интернет-экономика только начинает формироваться в России, именно в ней заложен самый значимый потенци-

⁴⁹ Родионов А.Ю. Содержание и генезис электронного бизнеса в рамках понятий информационной экономики // Исследовано в России. zhurnal.ape.relam.ru/articles/2001/118.pdf. 2001.

⁵⁰ Ходжсон Дж. Социально-экономические последствия прогресса знаний и нарастание сложности // Вопросы экономики. 2001. №8. - С.32.

⁵¹ Друкер П.Ф. Эпоха разрыва: ориентиры для нашего меняющегося общества: Пер. с англ. – М.: И.Д. Вильямс, 2007. - С.132-133.

ал развития отечественной экономики в целом и, в частности, развития инвестиционного потенциала экономического роста в условиях глобализации⁵². Ведение торговли с помощью информационных технологий становится необходимым условием функционирования предпринимательства. Уточнение предметной области протекающих отношений в сфере регионального электронного бизнеса позволило доказать, что в целом электронная торговля - это процесс заключения сделок путем обмена электронными сообщениями (приказами, документами) с применением коммуникационных средств Интернет. Однако основные категории, формулировки терминологии все еще находятся в стадии осмысления. На наш взгляд, электронный бизнес является важнейшим инструментом, позволяющим эффективно осуществлять предпринимательскую деятельность посредством интерактивной коммуникации его субъектов.

1.2. Инфраструктурная среда электронного бизнеса информационной экономики

Значимость информационной прозрачности в обеспечении функционирования рынков и в целом стабильного социально-экономического развития существенно возрастает в настоящее время, когда экономика представляет собой своеобразную информационную сеть. Новая экономика, экономика информации, подобно сети, основывается на системе взаимосвязей между субъектами, производящими различные типы знаний и управляющими их потоками. Связующими структурными элементами в сетевой экономике выступают объекты информационной инфраструктуры, обеспечивающие общие условия функционирования информационного общества. В контексте общеэкономических тенденций развития общества основой деятельности любого предприятия является наличие определенной инфраструктуры. Электронный бизнес базируется на использовании специальных элементов комплекса коммуникационных про-

⁵² Ледяева Е.В. Новые возможности расширения инвестиционного потенциала экономики XXI в. // Международная конференция студентов, аспирантов и молодых ученых «Ломоносов-2005». – М.: МГУ. 2005. - С.90-91.

граммно-аппаратных устройств. Основной средой ведения бизнеса в XXI в. становится сеть Интернет. Электронный бизнес является важной структурной составляющей информационно-сетевой экономики.

Создание, распространение и использование информации, знаний в экономике представляет собой качественно новую стадию социально-экономического развития регионов мира. В результате этого все более важную роль приобретает инфраструктурная среда экономики, обеспечивающая выполнение операций по распространению информации. В широком смысле основополагающим элементом такой среды является информационная инфраструктура. К современной инфраструктуре, в частности, информационной предъявляется ряд жестких требований по надежности, скорости и безопасности. При отсутствии такой среды достоверное прогнозирование перспектив развития тех или иных направлений в информационной экономике представляется весьма сложной задачей.

Наблюдающийся в России на протяжении последних лет экономический рост, повышение экономической эффективности предприятий обеспечили поддержку новым видам инфраструктуры. В развитых странах в настоящее время затраты на инфраструктуру экономики сопоставимы с затратами, например, на такую ключевую отрасль индустриальной экономики, как промышленность. С распространением ИКТ становится все отчетливее трансформация границ традиционной экономики. Виртуализация экономики располагает набором инструментов для оптимизации инфраструктурной среды. В то же время возрастает значение интенсивного информационного обмена между экономическими субъектами. Некоторые эксперты⁵³ отмечают «виртуальность» информационной инфраструктуры, развертывание которой требует значительных инвестиций, прежде всего, за счет частных инвесторов. Однако государство должно сформировать многофункциональный регулирующий механизм на основе обеспечения соответствующей институционально-правовой базы.

⁵³ См.: Абельцев А. В. Понятие «виртуальной экономики» и ее характерные черты. Материалы заседания учебно-методического совета УМО по специальности «Мировая экономика». – Волгоград, 2002.

Паринов С.И.⁵⁴ выделяет социально-экономическую инфраструктуру в составе финансовой, транспортной, судебной и др., которые, в общем случае, обслуживают определенные виды взаимодействий между людьми и организациями в рамках всего общества в целом. Перевод функционирования таких инфраструктур в сеть Интернет не должен значительно изменять их функциональное содержание. Информационные взаимодействия в рамках этих инфраструктур осуществляются с меньшими затратами, большей интенсивностью и в более широких масштабах. В результате это ведет к общему повышению эффективности функционирования данных инфраструктур⁵⁵. К элементам инфраструктуры сети Интернет относятся система доменных имен, принципы распределения адресного пространства и номеров Интернета, а также поддержка стандартов и протоколов. В междисциплинарной области коллективной работы с использованием компьютеров производятся инновационные продукты и решения, изменяющие методы работы людей. Однако бизнес-среда основывается на поддержке финансовых интересов, графиков работ и достаточно высокой оплате обеспечивающих их выполнение коллективов специалистов. Организация такой среды часто формализуется и структурируется, стимулируя взаимодействия фирм на региональном, национальном и мировом уровне⁵⁶.

Наличием и масштабом использования информационно-коммуникационной инфраструктуры оценивается уровень социально-экономического развития региона. Другими важными элементами оценки выступают следующие критерии: электронная экономика, дистанционное образование, проникновение информационно-коммуникационных технологий (ИКТ). Количество элементов информационной инфраструктуры, их месторасположение, техническая оснащенность, масштаб и интенсивность функционирования определяются аналогичными параметрами информационных потоков. Наличие объективной потребности в информационном взаимодействии экономических

⁵⁴ См.: Паринов С.И. К теории сетевой экономики. – Новосибирск: ИЭОПП СО РАН, 2002. - С. 32.

⁵⁵ См.: Паринов С.И. К теории сетевой экономики. – Новосибирск: ИЭОПП СО РАН, 2002. - С. 32.

⁵⁶ См.: Foth M. Facilitating Social Networking in Inner-City Neighborhoods // IEEE Computer. №39 (9). eprints.qut.edu.au/archive/00004750/01/4750.pdf. 2006.

субъектов, отражаемой интенсивностью информационных потоков определенной направленности, является условием формирования системы информационной инфраструктуры⁵⁷. В качестве субъектов информационной инфраструктуры современной экономической системы выступают поставщики и потребители, фирмы электронной коммерции, например, интернет-магазины. Согласно Джеласси Т.⁵⁸, мобильная электронная коммерция является составной частью электронной коммерции, а она, в свою очередь, – составной частью электронного бизнеса. Мобильная электронная коммерция основывается на использовании беспроводных телекоммуникационных сетей и портативных беспроводных устройств. Особенностью информационной инфраструктуры является ее способность посредством предоставления выбора каналов коммуникации обеспечивать доступ населения к службам, контенту и приложениям независимо от их местоположения. Доступность служб не только с персональных компьютеров, но и с переносных мобильных устройств играет решающую роль в обеспечении охвата широких слоев общества и создании дополнительных экономических возможностей⁵⁹. В силу этого одной из причин, препятствующей массовому применению ИКТ, являются высокие тарифы на подключение к Интернету, что ограничивает доступ граждан (с невысокими доходами) ко многим информационным системам.

Таким образом, инфраструктура информационной экономики - это взаимосвязанная система ресурсов, которая обеспечивает обмен данными между электронными устройствами сетевого пространства, а также идентификацию сервисов и служб Интернета для всех субъектов.

Экономический анализ инфраструктурной среды информационной экономики предполагает оценку рынка ИКТ выявление основных факторов, влияющих на его развитие. Несомненно, расходы на техническое обеспечение –

⁵⁷ Лазарев В.Н., Ведерников А.Ю. Методологические проблемы управления информационным взаимодействием (на примере региональной системы малого предпринимательства). - Ульяновск: УлГТУ, 2000.

⁵⁸ Jelassi T. Strategies for e-business: creating value through electronic and mobile commerce: concepts and cases/Jelassi T., Enders A. – Harlow: Pearson Education: Financial Times/Prentice Hall, 2005.

⁵⁹ Стратегии экономического развития государства в информационную эпоху // Информационный документ подразделения Microsoft в странах Европы, Ближнего Востока и Африки (ЕМЕА), 2003.

важная часть затрат любого экономического субъекта, которая выступает составляющей инфраструктуры. Однако само по себе обеспечение техническими средствами, коммуникационными линиями перестает быть конкурентным преимуществом. По опыту стран Европы можно предположить, что более полная приватизация в отрасли и либерализация телекоммуникационного рынка способны повысить инвестиционную привлекательность отрасли и, следовательно, повлиять на темпы ее развития. С технологической точки зрения её уровень характеризуется, в первую очередь, долей современного оборудования у конечных пользователей. Начиная с 90-х гг. XX в., в структуре ВВП России произошли кардинальные изменения. С 1995 г. сфера услуг формирует более 50% российского ВВП. По этой позиции Россия приближается к развитым странам, в США доля услуг в ВВП составляет 75 %⁶⁰.

В развитых странах устойчиво увеличиваются расходы государства на информатизацию. Например, в странах Западной Европы они выросли с 42 млн. евро в 2003 г. до 52 млн. евро в 2008 г. В России затраты на информатизацию в настоящее время составляют около 1% госбюджета, тогда как у стран-лидеров в этой области – США и Германии – 3% и 4% соответственно (рисунок 3).



Рисунок 3. Государственные расходы на информатизацию, % от ВВП⁶¹

⁶⁰ Отраслевой обзор: телекоммуникации // www.avk.ru.

⁶¹ Батаршин Э. ИТ в органах государственной власти. Appetit пришел // С-news. 2005. №8.

Эти данные свидетельствуют о том, что государственные расходы на информатизацию в России в целом соответствуют уровню экономического развития страны, но далеки от показателей развитых стран, и их явно недостаточно для воплощения не только заявленных перспективных целей, но и решения поставленных задач. Доля затрат на информатизацию органов государственной власти в 2004 г. достигла 0,3% ВВП, причем структура расходов средств федеральных и региональных органов власти практически не отличается⁶². По этому показателю Россия находится на уровне Бразилии и отстает от западноевропейских государств, которые осуществляли сопоставимые расходы еще в 2002 г. Прослеживается и тенденция роста вклада ИКТ в развитие экономики.

В последнее время в общей цепочке ценообразования наблюдается смещение прибыльности от сектора предоставления коммуникационных услуг – канала передачи данных - в другие смежные сегменты. Доступность и качество инфраструктурных решений часто не отвечают потребностям пользователей. Таким образом, несмотря на ускоряющийся прогресс в сфере ИКТ, сложившаяся структура рынка далека от модели совершенной конкуренции. Однако, следует отметить, что в региональных центрах, городах областного масштаба ситуация значительно лучше, чем в целом по районам, поскольку в них сформирована разветвленная, с достаточным уровнем сервиса, инфраструктура на разной технологической основе. В этом смысле показателен пример Швеции, где власти реализуют программу развития широкополосного доступа в сельских районах. Финансирование осуществляется государством в виде грантов и налоговых льгот. Главной задачей программы является развитие общенациональной оптоволоконной сети и охват широкополосной связью «всех единиц собственности» в стране⁶³.

Социально-экономическая трансформация конца XX в. в России породила ряд серьезных проблем, решение которых практически невозможно без выведения производства на новую технологическую волну. Достижения в области

⁶² См.: Там же.

⁶³ Стратегии экономического развития государства в информационную эпоху // Информационный документ подразделения Microsoft в странах Европы, Ближнего Востока и Африки (ЕМЕА), 2003.

развития информационных и коммуникационных технологий привели к формированию своеобразной электронной среды экономической активности. Это требует соответствующих институциональных и организационно-экономических преобразований в сфере бизнеса. Основа функционирующей в настоящее время инфраструктуры создавалась еще в СССР. Стихийное ее развитие в посткризисный период, отсутствие единых стандартов привели к параллельному становлению виртуальных частных сетей, выделенных сетей и глобальной сети Интернет как различных технологических основ ведения бизнеса, что тормозит унификацию инфраструктурной среды электронного бизнеса. Например, около 90% пользователей Интернет в Ростовской области осуществляют доступ в нее через телефонную сеть общего пользования⁶⁴. Стандартные коммутируемые телефонные линии связи не отвечают требованиям (в основном, по пропускной способности трафика), предъявляемым современными информационными интернет-технологиями. Это является косвенным показателем невысокого уровня проникновения высокоскоростных каналов связи из-за их относительной дороговизны. Следует отметить, что подобный уровень развития инфраструктуры характерен для большинства развивающихся стран. Таким образом, по нашему мнению, на территории Ростовской области отсутствует равномерно распределенная инфраструктура, что характерно практически для всех регионов России и в целом для стран с трансформационной экономикой.

В отличие от экономически развитых стран в России новые технологии внедряются наряду с функционированием старых. Из-за дополнительных затрат на сопряжение происходит удорожание компонентов, входящих в состав неоднородных инфраструктур. Основными мировыми тенденциями в области распространения и использования инфокоммуникационных систем являются универсализация и удешевление технологий⁶⁵. Причем, каждые полтора года про-

⁶⁴ Ростовстат. www.rdstat.aaanet.ru, 2006.

⁶⁵ Jorgenson D.W. Information Technology and the World Growth Resurgence. – М.: К. Vu, SU-HSE, 2008.

изводительность компьютеров увеличивается в 2 раза⁶⁶. С точки зрения технических и финансовых возможностей, исходя из показателей роста качества жизни в регионах, можно предположить, что к 2010 г. доступ к современным технологиям будет обеспечен для широких слоев населения. В свою очередь, это позволит отдельным домохозяйствам, фирмам и государственным органам стать полноценными субъектами информационной экономики. Сложившуюся ситуацию можно обосновать тем, что мегаполис как экономический субъект является центром регионального и межрегионального притяжения наиболее передовых и эффективных производств, идей, капиталов и т.д.

В зависимости от масштабов региональной экономики и некоторых технических аспектов оптимальный уровень регулирования определяется наличием коммуникационных сервисов. Они делятся по территориальному признаку на три уровня, образующих единую структуру:

- местная связь (внутри городов, поселков),
- зональная связь (внутри регионов),
- междугородная связь (между регионами)⁶⁷.

Присутствие и роль государства во всех этих областях различна. Часто региональные органы власти полностью контролируют работу коммуникационных служб, являются их владельцами или находятся в долевых отношениях с бизнесом и т.п. Традиционная отраслевая статистика, предлагая систему, которая является неким обобщением классификаций, разделяет услуги связи на категории. В основе такой классификации лежит доход, присваиваемый операторами, а не услуги, получаемые пользователем. Сети классифицируются: по организации доступа к телекоммуникационным услугам – стационарная и мобильная связь, по используемым технологиям – коммутация каналов и коммутация пакетов с использованием различных протоколов. Однако представлен-

⁶⁶ Анненков И.С. Новейшие тенденции развития высоких технологий в мировой экономике. Информационная экономика и концепции современного менеджмента. Материалы Первых Друкеровских чтений. / Под ред. Р.М. Нижегородцева. - М., 2006. - С.17.

⁶⁷ Отраслевой обзор: телекоммуникации // www.avk.ru.

ная классификация не является исчерпывающей и будет все более терять смысл при дальнейшем взаимопроникновении компьютерных сетей и технологий⁶⁸.

Сеть Интернет, по нашему мнению, как основной элемент инфраструктуры информационного общества, из научно-исследовательского, лабораторного инструмента превратился в общедоступный источник создания, хранения и распространения информационного ресурса. По мере развития сети Интернет появились новые специфические термины: «интернет-бизнес», «интернет-коммерция», «интернет-рынок» и др. С популяризацией электронного бизнеса возникает и постепенно вводится в оборот новый категориальный аппарат, методология и инструментарий: сетевой портал, сетевой план, сетевой бюджет, сетевая производительность, сетевая интеграция, сетевое регулирование, сетевое управление, сетевой мониторинг и др. Эти категории отражают процессы, происходящие в экономике, с точки зрения развития и практического применения сети Интернет. Несомненно, объединение национальных, частных и корпоративных локальных компьютерных сетей в глобальную сеть Интернет оказало влияние на процессы становления и развития электронного бизнеса. Попытки рассмотрения электронного бизнеса как совокупности методов, предоставляемых сетью Интернет для решения определенного круга задач, нельзя считать перспективными, поскольку частные свойства технических систем не отражают объективную картину экономических процессов⁶⁹. Однако часть бизнес-процессов сегодня осуществляется без применения инновационных технологий, что позволяет дифференцировать «бизнес» и «электронный бизнес» как самостоятельные категории, грань между которыми с развитием ИКТ постепенно стирается.

На основе технологий Интернет строится интернет-экономика (в широком смысле – информационно-сетевая экономика⁷⁰). Эта категория является наиболее распространенной в научной литературе и более адекватно характеризу-

⁶⁸ См.: Отраслевой обзор: телекоммуникации // www.avk.ru.

⁶⁹ Данько Т.П., Завьялова Н.Б. Электронный маркетинг. - М. 2003.

⁷⁰ Необходимо отметить, что данный термин не совсем корректен, т.е. теоретически любая экономика является сетевой, т.к. основывается на сетях связей между ее участниками.

ет социально-экономическую составляющую явления⁷¹. Интернет-экономика представляет собой глобальную сетевую, сложно организованную многоуровневую структуру взаимоотношений между экономическими агентами, осуществляемых через сеть Интернет и другие телекоммуникационные сети. Интернет-экономика – сложно структурированное единство нескольких составляющих, как по горизонтали, так и по вертикали, по глубине (по уровням)⁷².

Правительства многих государств совместно с частным сектором осуществляют разработку и формирование национальных информационных инфраструктур. В Концепции использования информационных технологий в деятельности федеральных органов государственной власти до 2010 г.⁷³ её основная цель состоит в повышении эффективности механизмов государственного управления на основе создания общей информационно-технологической инфраструктуры. Она включает государственные информационные системы (ГИС) и ресурсы, средства, обеспечивающие их функционирование, взаимодействие между собой, с населением и организациями в рамках предоставления услуги «электронное правительство».

Приватизация в Европе компаний телекоммуникационного сектора оказала положительный эффект на качество предоставляемых услуг. Намерение властей России, неоднократно декларирующих желание продать единым лотом на аукционе госпакет акций ОАО «Связьинвест», на настоящий момент так и не реализовано. Следует отметить, что более 80% всей инфраструктуры отрасли связи в стране принадлежит предприятиям, входящим в холдинг «Связьинвест». Следовательно, настоящее и будущее российского телекоммуникационного сектора в значительной степени определяется экономической устойчивостью традиционных операторов электросвязи. Таким образом, одной из особенностей данной отрасли в России является то, что государство до сих пор сохра-

⁷¹ Паринов С.И. К теории сетевой экономики. – Новосибирск: ИЭОПП СО РАН, 2002. - С. 26.

⁷² Дятлов С. А. Функции электронного правительства по регулированию Интернет-экономики // Международная конференция «Электронное правительство на Северо-Западе: зарубежный опыт и российские тенденции». - СПб. 2002.

⁷³ Распоряжение Правительства Российской Федерации от 27 сентября 2004 г. №1244-р. // ИС «Консультант Плюс».

няет контроль над региональными операторами связи. Однако такое жесткое регулирование не уникально для России. Оно обусловлено, прежде всего, тем, что телекоммуникации обеспечивают информационную безопасность страны. Конечно, без регулирования обойтись нельзя, но его механизм должен соответствовать динамике бизнеса и рынка. Он требует не менее значимого внимания со стороны государства, чем реформирование других естественных монополий.

«Концепцией развития рынка телекоммуникационных услуг Российской Федерации до 2010 года» предусмотрены высокие плановые показатели развития телекоммуникационной отрасли (таблица 2), для достижения которых требуется значительный объем инвестиций (до 33 млрд. долл.)⁷⁴. Однако уже сейчас большинство из этих показателей превысили прогнозные значения и продолжают устойчиво расти. Следует отметить, что в настоящее время универсальной количественной характеристики телекоммуникационной услуги не существует. Так, выделяют два показателя⁷⁵: время разговора – для голосовой связи, объем информации - для передачи данных. Введение универсального показателя возможно при условии полной конвергенции сетей.

Таблица 2. Развитие рынка телекоммуникационных услуг в РФ⁷⁶

Показатель	2000 г.	2005 г.	2010 г.
Количество телефонов, млн.	31.2	36.9	47.7
Телефонная плотность на 100 жителей, %	21.3	25.3	32.7
Количество мобильных телефонов, млн.	2.9	9.24	22.2
Плотность сотовых телефонов на 100 жителей, %	2.0	6.3	15.2
Количество пользователей сети Интернет, млн.	2.5	6.0	26.1
Плотность пользователей сети Интернет на 100 жителей, %	1.7	4.1	17.9

⁷⁴ Концепция развития рынка телекоммуникационных услуг РФ // www.rosnet.ru/docs/doc05.html, 2005.

⁷⁵ Отраслевой обзор: телекоммуникации // www.avk.ru.

⁷⁶ Концепция развития рынка телекоммуникационных услуг РФ // www.rosnet.ru/docs/doc05.html, 2005.

В России четко тестируется тенденция роста вклада инфокоммуникационных технологий в развитие экономики. По «Прогнозу развития информационных технологий и связи Российской Федерации до 2007 г.» доля инфокоммуникационных технологий в структуре ВВП должна была вырасти до 4% в 2007 г.⁷⁷ В действительности их доля в структуре ВВП уже в 2005 г. достигла 5%, а к 2010 г. объем отрасли увеличится до 10%⁷⁸. Но даже при таких высоких темпах роста отрасли уровень ее развития отстает от показателей стран Европы и США как по количественным показателям, так и по используемым технологиям.

Развитая информационная инфраструктура с высокой пропускной способностью позволяет оказывать передовые виды электронных услуг, значительно упрощающих осуществление электронных операций. Примерами этих услуг выступают: видеоконференции, дистанционное образование, интернет-трейдинг и др. Наличие широкополосного подключения определяет степень доступности населению современных телекоммуникационных услуг. Показатели развития российского рынка ADSL-услуг свидетельствуют о том, что на конец 2005 г. в России эксплуатировалось около 425 тыс. ADSL-линий⁷⁹. Это на 280 тыс. (или на 193,1%) больше, чем в 2004 г. Таким образом, за 2005 г. количество подписчиков на ADSL-сервис в нашей стране выросло почти в три раза. Развитие беспроводных коммуникаций на основе технологий Wi-Fi, Wi-Max, EDGE и GPRS играет важную роль в формировании мобильного Интернета. Для организации высокоскоростной связи применяются также возможности цифрового телевидения, которое, помимо большого выбора телеканалов, способно предоставлять интерактивные услуги. Участие широких слоев населения в этом процессе играет важную роль в развитии сетевой экономики.

Большим потенциалом в условиях трансформации индустриальной экономики в информационную обладает сфера не классических услуг связи, а рынок сервисов. Здесь решающую роль играет то, насколько оператору услуг связи (оператор сервисов) удастся развить у себя сервисное направление. При этом необходим компромисс между широтой охвата сети и конкуренцией на рынке. Если ведущую роль

⁷⁷ www.cnews.ru/newsline/index.shtml?2004/09/16/163556. 2004. 16 сент.

⁷⁸ Портал Министерства информационных технологий и связи РФ // www.minsvyaz.ru/news.shtml?n_id=3623, 2006.

⁷⁹ www.ITResearch.ru.

в развертывании информационной инфраструктуры играет рынок, то коммерческий стимул устанавливать скоростные каналы в сельских районах невелик. С другой стороны, если позволить некоторому уполномоченному оператору доминировать на рынке, стремясь обеспечить широкую зону покрытия, существует риск потерять на ценовой конкуренции⁸⁰.

Электронизация изменяет способ установления контактов между экономическими агентами. Появление беспроводных сетей позволяет реализовать уникальные сервисы, ориентированные на целенаправленную передачу мобильного контента. Такая надстройка над уже существующими решениями выступает источником формирования новых моделей межпользовательского взаимодействия. Кастельс М. отмечает: «Индустриальная революция заставила людей распрощаться с возможностью работать дома - стандартной практикой для аграрного общества. Постиндустриальный информационный мир, свидетелями рождения которого мы являемся сегодня, вернет большинству из нас такую привилегию»⁸¹.

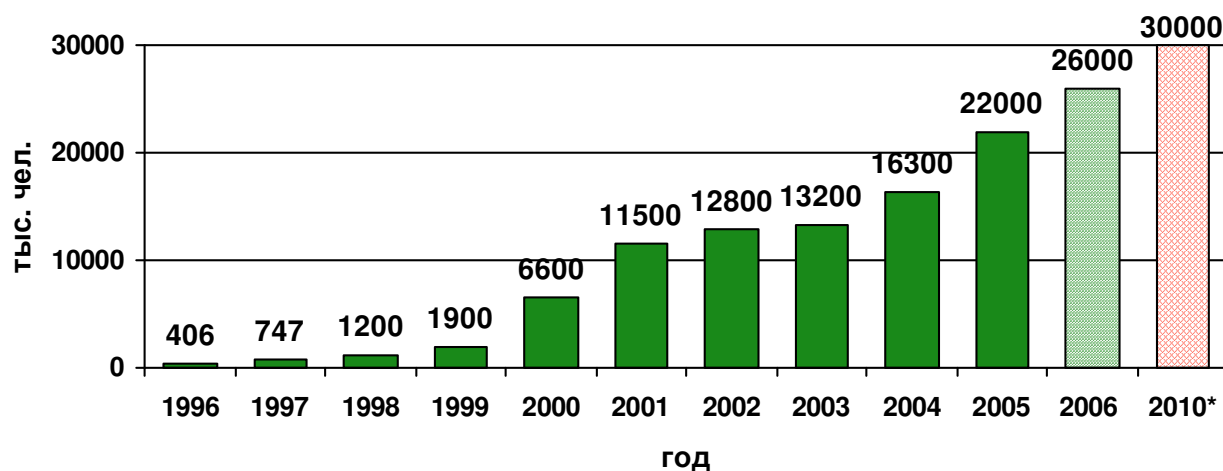
Во всем мире наблюдается тенденция увеличения числа людей, работающих на дому. В Европе их число превысило 60 млн. чел., что составляет более 8% от всех работников в этом регионе. По прогнозам, к 2010 г. в Европе около 100 млн. чел. будут работать удаленно⁸². Во многом благодаря развитию современных информационных технологий категория людей, способных работать дистанционно, значительно расширяется. Для работодателей это немаловажный фактор в условиях ограниченности трудовых ресурсов, поскольку увеличиваются возможности для поиска сотрудников за счет отсутствия привязки к конкретной территории. Этому во многом способствует рост количества мобильных устройств связи. Количество абонентов операторов сотовой связи уже превысило число владельцев стационарных телефонных аппаратов. Число пользователей мобильной связи в России с 2000 г. увеличилось в 14 раз.

⁸⁰ Стратегии экономического развития государства в информационную эпоху // Информационный документ подразделения Microsoft в странах Европы, Ближнего Востока и Африки (ЕМЕА), 2003. - С. 21.

⁸¹ Кастельс М. Глобальный капитализм: уроки для России // Экономические стратегии. - М. 2000, сент.- окт. - С.54.

⁸² Удаленная мечта // Бизнес. www.b-online.ru/, 2006. 21 сент.

В качестве пользователей Интернета в России в 2005 г. было зарегистрировано около 22 млн. чел., на апрель 2008 г. их количество составляет около 40 млн. чел.⁸³. При этом значительно растет объем услуг, оказываемых в сетях передачи данных: объем информации, переданной по сети Интернет, вырос в 1,2 раза, а трафик службы голосовой информации увеличился в 1,7 раза по сравнению с 2004 г.⁸⁴ (рисунок 4).



Данные за 2010 г. являются прогнозными.

Рисунок 4. Динамика численности пользователей Рунета⁸⁵

Весь период существования российского сегмента сети Интернет разделяется на четыре этапа:

- 1994-1999 гг. – становление;
- 2000-2003 гг. – поступательный рост;

⁸³ Медведев Д. 12-й Российский Интернет форум. 2008.

⁸⁴ Портал Министерства информационных технологий и связи РФ // www.minsvyaz.ru/news.shtml?n_id=3611, 2006.

⁸⁵ Составлено автором в процессе исследования по данным: Портал министерства информационных технологий и связи РФ // www.minsvyaz.ru/news.shtml?n_id=3611, 2006; Опросы «Интернет в России / Россия в Интернете». Выпуск 21. Осень 2007 / Фонд «Общественное мнение». - М., 2007.; Опросы «Интернет в России»: Выпуск 12. Лето 2005 / Фонд «Общественное мнение». - М., 2005.; Прогноз развития российского сегмента сети Интернет до 2010 года. // Фонд поддержки стратегических исследований и инвестиций. <http://stra.teg.ru/lenta/innovation/1273>, 2003.; Статистические и информационно-аналитические исследования состояния и основных тенденций развития инфраструктуры российского сегмента Интернета по итогам 2005 года. // Региональный Сетевой Информационный Центр (RU-CENTER). №4. http://nic.ru/news/2006/bull_N4.pdf; Основные результаты Установочного Исследования // TNS Web Index, 2006; Информационные и коммуникационные технологии в российской экономике: 2007. Стат. Сб. – М.: ГУ-ВШЭ, 2007.

- 2004-2006 гг. – ускоренное развитие;
- 2007-2008 гг. – стабилизация.

Самым сложным и во многом определяющим будущее Рунета стал период с 1994 г. по 2002 г. Превысив в 2006 г. 20% рубеж пользователей Сети в общей численности населения страны, российский Интернет достиг того уровня, когда инвестиции в интернет-индустрию становятся экономически оправданными. Лидером по количеству пользователей остается г. Москва. Как показывают исследования Фонда «Общественное мнение» (ФОМ), половина москвичей пользуется Интернетом, тогда как по России в целом - лишь пятая часть населения. Однако темпы роста интернет-аудитории в г. Москва значительно снизились. Несмотря на постоянное увеличение числа пользователей Интернетом, Россия по этому показателю значительно уступает развитым странам - российский показатель в 23% сравним с проникновением Интернета в Бразилии (приложение 2)⁸⁶.

В 2005 г. правительство США инициировало закрытие дискуссии по проблеме трансформации механизмов управления над существующей инфраструктурой сети Интернет, декларировав следующие принципы ее управления:

- США сохраняют за собой право администрирования корневой зоны системы доменных имен;
- признают права правительств других стран на администрирование национальных доменов;
- признают ICANN в качестве наиболее подходящего исполнителя функций управления системой DNS;
- отдают предпочтение в развитии системы DNS рыночным механизмам и частному сектору⁸⁷.

Большинство индикаторов интернет-активности пользователей в ЮФО соответствует средним показателям по округам России (проникновение Интернета в

⁸⁶ Фонд «Общественное мнение». <http://bd.fom.ru/report/map/projects/internet/internet16/int0603#Abs8>.

⁸⁷ Статистические и информационно-аналитические исследования состояния и основных тенденций развития инфраструктуры российского сегмента Интернета по итогам 2005 года // Региональный Сетевой Информационный Центр (RU-CENTER). №4. http://nic.ru/news/2006/bull_N4.pdf. 2006.

регионе составляет 21%)⁸⁸. Исключением является покупательская онлайн-активность пользователей. При этом, по данным Яндекс, число переходов пользователей ЮФО на сайты интернет-магазинов на 40% меньше, чем в среднем по стране (рисунок 5).

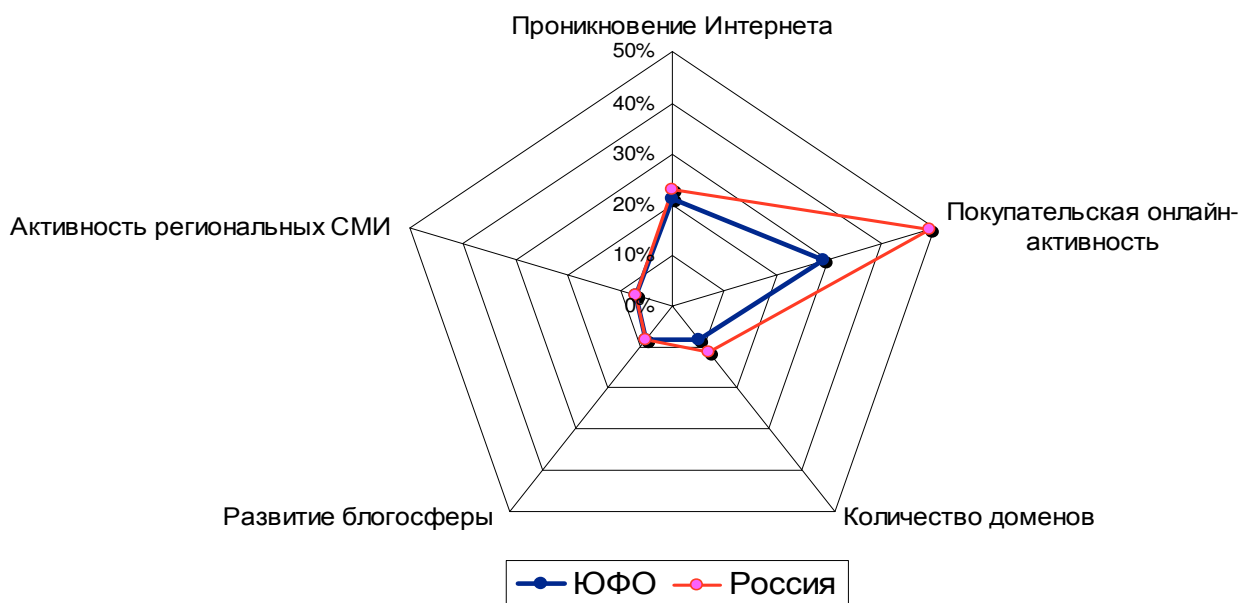


Рисунок 5. Соотношение показателей интернет-сетизации ЮФО со средними по федеральным округам России⁸⁹

Рост количества коммерческих информационных ресурсов позволил перевести поддержку инфраструктуры Интернета на самокупаемость. Управление серверами, реестрами и регистрация доменных имен стали самостоятельными видами бизнеса⁹⁰. Следует отметить, что во многих регионах широкополосная инфраструктура так и не получила повсеместного распространения. Относительная территориальная удаленность крупных населенных пунктов от сельских районов негативно отражается на стоимости организации коммуника-

⁸⁸ Развитие Интернет в регионах России // Информационный бюллетень Яндекс. Осень-зима. 2007. - С. 19.

⁸⁹ См.: Развитие Интернет в регионах России // Информационный бюллетень Яндекс. Осень-зима. 2007. - С. 20.

⁹⁰ См.: Там же. - С. 2.

ции. Имеются еще районы, где отсутствуют даже телефонные линии связи, что обусловлено следующими причинами:

- относительно низким уровнем жизни в сельской местности;
- как правило, более ограниченным кругом деловых и личных контактов сельских жителей;
- сосредоточенностью крупных предприятий и организаций преимущественно в городах;
- высокими затратами строительства и поддержания телекоммуникационных сетей в сельской местности, что невыгодно операторам и снижает предложение услуг альтернативных операторов связи⁹¹.

Система электронного бизнеса требует постоянного совершенствования взаимодействия экономических субъектов, создания инфраструктурной среды, устойчивой к непрерывно растущим потребностям пользователей и готовой к тому, что в будущем эти потребности еще более возрастут. Дело в том, что ожидания и запросы потребителей увеличиваются практически со скоростью развития сети Интернет. Проблемы, с которыми столкнулись многие фирмы, занимающиеся электронной коммерцией, являются естественным следствием её природы, поскольку среда электронной коммерции принципиально отличается от традиционной модели ведения бизнеса. Во многом благодаря сети Интернет стали возможными (на новом уровне) сокращение затрат в цепочках поставок, беспрецедентно быстрый поиск, освоение и формирование новых рынков. Это в значительной степени способствует повышению производительности труда и снижению безработицы. На наш взгляд, выделяются два наиболее значимых фактора, определяющих дальнейшие темпы развития электронного бизнеса. Во-первых, это потребность людей в коммуникации, которая будет расти при прогнозируемых экономических показателях; во-вторых, относительно низкая инвестиционная привлекательность традиционных операторов из-за неэффективного регулирования тарифной политики государством.

⁹¹ Отраслевой обзор: телекоммуникации // www.avk.ru.

Большое количество нештатных ситуаций и сбоев в работе программно-аппаратных систем демонстрирует, что сама по себе бизнес-модель на основе интернет-технологий не гарантирует успеха. Поскольку отдельные пользователи в режиме реального времени не могут иметь всей полноты информации о действиях других участников коммуникации, они руководствуются преимущественно своими ожиданиями. Широкие возможности услуг и сервисов Интернета, наряду с наличием преимуществ их использования, формируют новые риски. Прежде всего, это риски, связанные с потерей данных. Нарушения в работе электронных служб могут серьезно подорвать доверие граждан и оказать тем самым серьезное негативное воздействие на дальнейшее становление информационной экономики. Например, открытие нового терминала лондонского аэропорта Хитроу из-за сбоя в электронной системе регистрации багажа обернулось отменой части рейсов, а вещи около 14 тыс. пассажиров были отправлены с опозданием, отдельно от владельцев. Также важны вопросы сохранности анонимности или, наоборот, удостоверения личности пользователя. Так, например, военнослужащий израильской армии был отправлен за решетку за размещение в Интернете фотографий военной базы, где он служит. Фотографии были опубликованы на личной странице солдата на сайте социальной сети Facebook. Интернет привлек внимание израильского военного командования после того, как изучение личных дневников, блогов, страниц военнослужащих выявило, что на некоторых снимках изображены секретные объекты.

Конечно, уже существует множество способов защиты данных, но отсутствие универсального регулирующего механизма затрудняет реализацию подобных требований безопасности. Попытку решить большинство из этих проблем предприняла корпорация «Microsoft», разработав проект «Jupiter»⁹², суть которого состоит в объединении существующих серверных решений для сведения электронного бизнеса в унифицированную среду. Центральное место в этой концепции отводится категории «бизнес-процесс». Основные особенности решения заключаются в возможности эффективного

⁹² Портал «Microsoft Россия». www.microsoft.com/rus/.

управления бизнес-процессами, интеграции, способности к взаимодействию с другими системами и технологиями.

Проблема существующего программно-аппаратного обеспечения заключается в том, что оно, в основном, является закрытым и сложным технически. Одновременно с ростом производительности обеспечения происходит его усложнение. Существует риск того, что разработчики пользуются сложностью системы, преследуя определенные цели. Например, к процессорам корпорации Intel специалистами по информационным технологиям сформулированы три претензии:

1. Существование «черного ящика» (управление цифровыми правами).
2. Отсутствие аппаратной защиты, о которой ничего не известно и которой нельзя управлять.
3. Отсутствие гарантий от компьютерных атак со стороны хакеров⁹³.

Динамика изменения сложности микропроцессоров корпорации Intel представлена на рисунке 6.

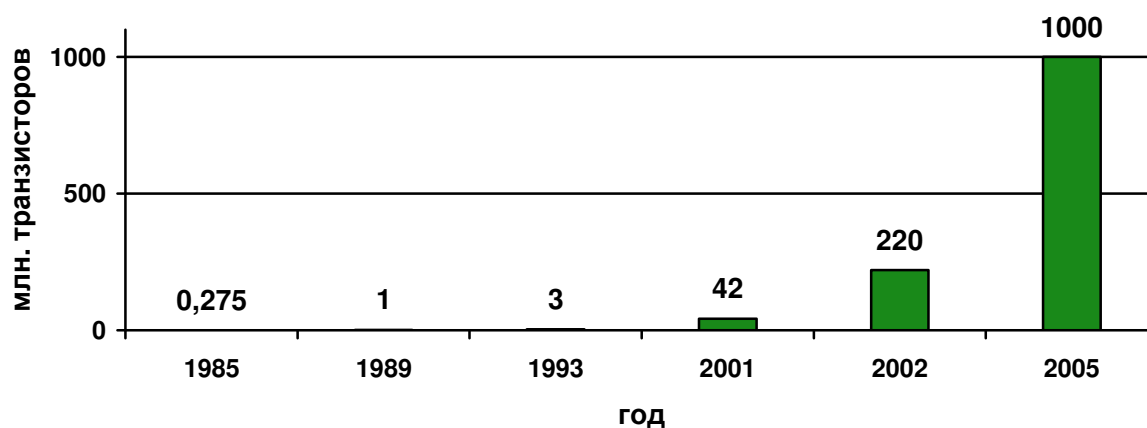


Рисунок 6. Рост сложности микропроцессоров корпорации Intel⁹⁴

Поскольку в постиндустриальном производстве доминантным фактором становятся нематериальные активы, информация и знания, то при прочих равных условиях именно информационная инфраструктура является приоритетом развития в общей структуре социально-экономической системы. Однако дан-

⁹³ Сабов А. У чужого компьютера // Российская газета. 2006. №164(4130). 28 июля.

⁹⁴ Портал корпорации Intel. www.intel.com, 2006.

ные по формированию информационной экономики носят общий характер, не всегда сопоставимы (нет количественной оценки влияния ИКТ на экономическое развитие и рост) и недостаточно детализированы.

На наш взгляд, информационная инфраструктура представляет собой набор ресурсов общества, являясь одновременно определяющим фактором постиндустриального развития экономики. Движение в этом направлении призвано повысить эффективность информационного обеспечения научно-технической и инновационной деятельности, обеспечить конкурентоспособность экономических агентов. Сохраняется доминирующая роль государства в деятельности российских предприятий информационной инфраструктуры. Принимая во внимание то, что образ социально-экономического порядка, как правило, отождествляется с доминирующей формой механизма координации⁹⁵, формирование сетевой экономики в России возможно при создании инфраструктуры и запуске сетевого механизма ее координации. Таким образом, современное состояние информационной инфраструктуры характеризуется наличием как положительных, так и отрицательных тенденций и эффектов. В перспективе формирование в России информационного общества предполагает создание опорной информационной инфраструктуры, развитие которой должно быть опережающим по отношению к темпам роста экономики в целом.

1.3. Механизмы защиты прав собственности в условиях электронизации общества

Протекающие в обществе постиндустриальные преобразования, в частности, его электронизация оказывают существенное воздействие на все структурные составляющие экономической системы, но, прежде всего, детерминируют трансформацию ее основного производственного отношения, изменяя саму сущность собственности, а также роль и статус владельцев средств производства. В институциональной экономической теории права собственности характе-

⁹⁵ Паринов С.И. К теории сетевой экономики. – Новосибирск: ИЭОПП СО РАН, 2002. - С. 33.

ризуются как своеобразные поведенческие отношения, возникающие в процессе коммуникации между людьми. Развитие коммуникационных технологий оказало существенное влияние на международные отношения, став одной из предпосылок и инструментов интеграции мирового сообщества и создания глобальной информационной экономики⁹⁶. Результаты творческой деятельности являются объектом имущественных прав, т.е. интеллектуальной или, в частном случае, промышленной собственности. В постиндустриальную эпоху, когда доминантным фактором производства становятся знания, информация, права и другие нематериальные активы, приоритет имеет владелец прав на объекты интеллектуальной собственности. Теперь материальная инфраструктура (в традиционной марксистской трактовке средства производства) вносит все меньший и меньший вклад в структуру затрат по сравнению со стоимостью информационного продукта, т.е. она перестает создавать экономические преимущества, что повышает риски предпринимательской деятельности в новой экономике. В результате этого правообладателю собственности становится более выгодно не владеть, а арендовать эти средства. В этих условиях актуальны лишь конечные блага (например, частная собственность на недвижимость).

В последнее время все большую актуальность приобретают сложность и широта проблем, связанных с защитой прав интеллектуальной собственности, в том числе, в сфере применения институционально-правовых норм. В силу этого право собственности на информацию является предметом широких дискуссий.

Сеть Интернет как глобальный источник открытой информации создает определенные проблемы для владельцев интеллектуальной собственности. Анализ механизмов защиты прав собственности в среде Интернет позволяет тестировать ряд значимых тенденций. Регулирование отношений в сфере интеллектуальной собственности в международном праве имеет достаточно длительную историю, но в современной России данный вид отношений только начинает формироваться. Стремясь сократить технологическое отставание, правительство России ориентируется на опыт развитых стран, проводя закономерные, логически

⁹⁶ Лукашук И.И. Глобализация, государство, право, XXI век. - М., 2000. - С. 19.

обоснованные мероприятия в направлении урегулирования электронных правоотношений. Однако большинство решений принимается лишь тогда, когда электронная среда прошла ряд иерархических этапов своего развития. Можно констатировать, что за быстротой нововведений в киберпространстве правовое регулирование электронных отношений зачастую не поспевает, а правовые нормы не полностью специализированы и размыто отражают действительное правовое положение дел. Роль Интернета как канала распространения и доступа к информации со временем будет только расти. При этом российский рынок цифрового контента составляет менее 1% мирового (рисунок 7). Таким образом, необходимо уже сейчас иметь программу и разработанные соответствующие механизмы (работая на опережение роста электронного рынка), которые были бы актуальны в быстроизменяющемся настоящем и в обозримом прогнозами аналитиков будущем.

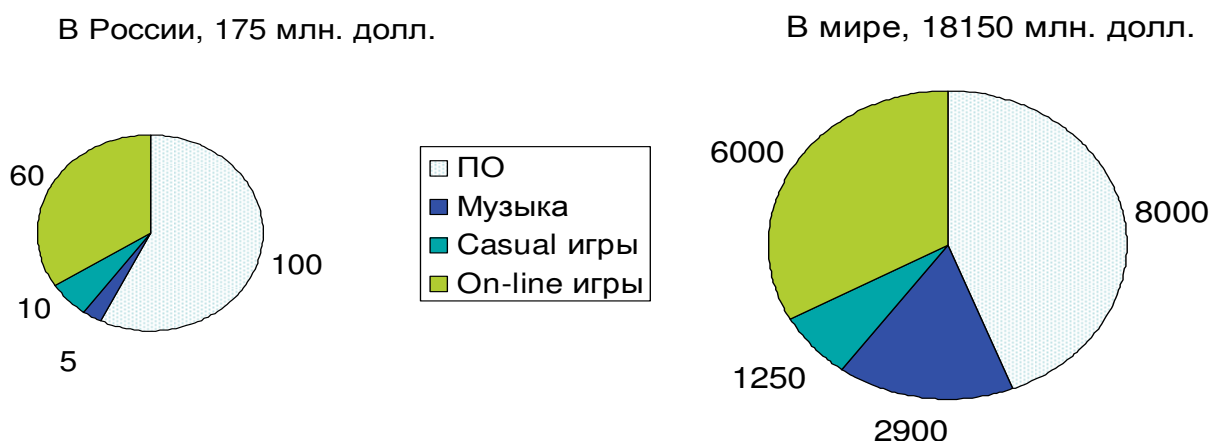


Рисунок 7. Объем рынка цифрового контента в России и в мире⁹⁷

Процесс глобализации и параллельное развитие информационных и коммуникационных технологий послужили катализатором к созданию условий, при которых стало возможным формирование эффективного международного правового механизма противодействия нарушениям прав интеллектуальной собственности. К числу важнейших направлений государственного воздействия

⁹⁷ Составлено автором по: www.nauet.ru, 2008.

на информационную экономику⁹⁸ относится правовое обеспечение функционирования «новой экономики», выполняющее организующую роль, поскольку «именно государственные институты создают и поддерживают общие условия для свободы проявления предпринимательских инициатив, развитию которых способствует рост знаний»⁹⁹.

На протяжении последних нескольких десятилетий развитые государства предпринимают шаги по защите интеллектуальной собственности граждан и фирм на территории других стран. В рамках международного сотрудничества в ООН, ВОИС (Всемирной организации интеллектуальной собственности), ВТО разрабатываются институционально-правовые механизмы универсальной защиты правообладателей от несанкционированного и недобросовестного использования интеллектуальной собственности. В рамках Всемирной торговой организации принято соглашение по TRIPS (Trade Related Intellectual Property Rights – торговые аспекты прав интеллектуальной собственности), выработан механизм по противодействию нарушениям в сфере прав интеллектуальной собственности, основанный на систематизации и совершенствовании имеющихся достижений, заключенных ранее международных соглашений. Характерной чертой международных соглашений в сфере защиты интеллектуальной собственности является предоставление так называемого национального режима, целью которого является защита всех форм объектов интеллектуальной собственности на территории других государств.

Однако анализ деятельности этих международных организаций показывает, что регулированию частноправовых отношений при трансграничных коммуникациях уделяется недостаточно внимания. Следствием этого является активная деятельность неправительственных организаций, например, коллективных обществ по управлению правами, которые свободно могут выдавать лицензии, не имея никаких договорных отношений с правообладателем. В результате этого Web-сайты с откровенно пиратской информацией, благодаря подоб-

⁹⁸ Базылев Н.И., Соболева Н.В., Глобализация и «новая экономика» (соотношение понятий) // Проблемы современной экономики. 2005. №1(13). www.m-economy.ru/art.php3?artid=20654.

⁹⁹ См.: Там же.

ным лицензиям, считаются легитимными. Отрицательное влияние оказывает также большое количество институциональных центров, претендующих на активное участие в формировании нормоустановлений в сфере электронных отношений.

Практической реализацией механизма депонирования авторских произведений занимается Российское Авторское Общество (РОА). В сфере защиты авторских прав одним из эффективных механизмов считается своеобразный банк данных для использования уникальных возможностей среды Интернет в пользу правообладателя и правопользователя. Однако в данном направлении предпринимаются недостаточные усилия без сколько-нибудь значимых успехов. Существующий проект механизма интерактивного депонирования в силу различных обстоятельств так до конца и не внедрен. В результате нивелируются такие преимущества этого проекта, как мгновенная публикация авторских материалов и их доступность.

Благодаря Российскому обществу мультимедиа и цифровых сетей (РОМС) большинство электронных ресурсов Рунета, предоставляющих пользователю возможность загрузки музыки широко распространенного формата mp3, имеют достаточную институционально-правовую основу. Для разграничения прав собственности на подобный продукт владельцу сетевого ресурса необходимо только заключить «Лицензионное соглашение об использовании произведений и объектов смежных прав в цифровой сети Интернет». Хотя РОМС и действует в строгом соответствии с российским законодательством, а также международными соглашениями, (к которым Россия присоединилась), – существуют противники этой организации.

Одним из условий присоединения России к Всемирной торговой организации является приведение законодательства о защите интеллектуальной собственности в соответствие с мировыми стандартами в этой области. Под влиянием переговоров о вступлении России в ВТО принятые еще в июле 2004 г. по-

правки к закону «Об авторском праве и смежных правах»¹⁰⁰ вступили в силу с 1 сентября 2006 г. Сущность этих поправок состоит в институционализации статуса сети Интернет как способа «сообщать произведение таким образом, при котором любое лицо может иметь доступ к нему в интерактивном режиме из любого места и в любое время по своему выбору (право на доведение до всеобщего сведения)»¹⁰¹. Теперь размещенные на Web-сайте в сети Интернет тексты электронных книг или музыкальные произведения охраняются авторским правом так же, как и тексты книг в традиционном формате.

Однако пока отсутствует надежный с экономической и технической точки зрения способ определения источника происхождения информационного продукта, без разрешения вопроса о форме электронных сделок трудно решить задачу упорядочивания электронных контрактов в целом. С позиций институциональной теории сущность электронной коммерции состоит в заключении различных договоров в электронной форме. Электронные сообщения представляют собой особую форму представления информации, которую целесообразно рассматривать как письменные документы, а электронные контракты приравнивать по правовым последствиям к сделкам в традиционной письменной форме. В качестве письменных документов они могут рассматриваться при условии аутентификации, т.е. подтверждения, что сообщение действительно отправлено определенным лицом, и что текст электронного сообщения не подвергался искажениям при передаче информации. Средством аутентификации выступает электронно-цифровая подпись или иные механизмы, способные обеспечить достижение указанных условий¹⁰², однако здесь также не все однозначно. Такой нематериальный актив, как доменное имя, стал предметом спекуляции. Захват доменных имен с целью последующей их перепродажи (киберсвоттинг) регулируется мировым сообществом с помощью международной некоммерческой организации ICANN (International Corporation of Assigned Names and Num-

¹⁰⁰ Федеральный закон РФ от 20 июля 2004 г. №72-ФЗ «О внесении изменений в Закон Российской Федерации «Об авторском праве и смежных правах» // ИС «Консультант-плюс».

¹⁰¹ См.: Там же.

¹⁰² Зажигалкин. А.В. Международно-правовое регулирование электронной коммерции: Автореф. дис. ... канд. юрид. наук. - СПб., 2005. - С. 10-11.

bers). В России регистрация доменов производится специальной организацией - РосНИИРОС (Российский научно-исследовательский институт развития общественных сетей).

Несмотря на общие усилия, в нормативно-правовых документах остается слишком много пробелов, касающихся электронных отношений, отсутствуют четкие, однозначные трактовки сетевых понятий, не решен вопрос с удостоверяющими центрами электронно-цифровых подписей, в результате чего сложилась достаточно сложная ситуация. По разным оценкам, в настоящее время более 90% распространяемой в российском сегменте сети Интернет музыки реализуется с нарушением авторских прав. В то же время, согласно исследованиям, в частности, компании IDC Россия входит в группу стран, где уровень пиратства снижается самым значительным образом и в целом для России теперь оценивается в 83%.

От инициативной составляющей, определяющей цели и задачи электронного бизнеса, механизмов их исполнения, правового и нормативного обеспечения зависит успешность предприятия. Нерешенные или допущенные ошибки в этой структурной составляющей модели электронного бизнеса могут служить источником возникновения узких проблем в будущем. Тем не менее, несмотря на все проблемы собственности в сети, отмечаются существенные перемены в Рунете. Остается много свободных ниш для ведения бизнеса. Можно выбрать «свой путь», все делать самостоятельно и вести бизнес автономно. Другой вариант – принять торговую марку какой-либо компании (вступив в отношения франчайзинга) или оформить разрешение на использование результатов интеллектуальной собственности. В будущем дальнейшее расширение и уплотнение киберпространства за счет роста информационного наполнения в результате электронизации общества ставит вопрос о безотлагательном приведении в соответствие с современными требованиями систем и механизмов правового регулирования. Следствием этого выступает закономерный переход общества к новой форме экономической системы – информационной экономике.

2. МЕСТО И РОЛЬ ЭЛЕКТРОННОГО БИЗНЕСА В РАЗВИТИИ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

2.1 Методика оценки потенциала развития электронного бизнеса в регионе

Современное государство должно иметь социально-экономическую стратегию развития, ориентированную на преимущества использования ИКТ. Для реализации задач такой стратегии необходимо располагать сведениями о предпосылках перехода к информационному обществу. Отлаженная система мониторинга выполняет функцию обратной связи и позволяет не только контролировать, следить за продвижением к целевым показателям, но и получать необходимые данные о диспропорциях и препятствиях развития для своевременной корректировки стратегии формирования информационного общества.

В последнее время разработан ряд подходов к проведению анализа электронной готовности экономических систем разного уровня к информационному обществу. Однако в отечественной науке относительно слабо исследованы не только экономические, но и социокультурные последствия применения ИКТ. В силу этого поиск оптимальных форм развития и применения ИКТ для каждого из участников экономических отношений, учитывая специфику России, является актуальной задачей. Ее решение требует выбора методологии такого анализа с учетом мирового опыта международных статистических агентств, фиксирующих процессы информатизации сфер хозяйственной деятельности. Поэтому важной этапной задачей является идентификация и адаптация лучшей практики и методов, которые могут быть применимы в пределах всех регионов (приложение 3). При этом зарубежные источники информации привлекаются только в том случае, когда в них отражены данные по России, и они выходят с определенной регулярностью (в большинстве случаев ежегодно). Отчеты международных статистических организаций охватывают большинство стран мира, что делает этот источник информации весьма достоверным. В то же время приво-

димые в них данные либо не содержат полного набора характеристик ИКТ и связанных с ними явлений, либо имеют существенный объем. Это затрудняет выявление процессов, объективно отражающих состояние развития информационного общества. Следовательно, чем шире совокупность индикаторов, тем сложнее с высокой точностью достоверности ее отслеживать и, тем более, производить регулярный анализ результатов измерений.

Исследования в области мониторинга систем индикаторов¹⁰³ показывают, что существует несколько следующих общих ключевых параметров мониторинга электронных услуг, состоящих из определенного набора характеристик¹⁰⁴:

1. *Структура*: большинство систем имеют определенные рамки или регламент проведения измерений, который обычно предполагает наличие иерархии показателей, группируемых на дополнительные подиндексы. Обычно применяется 2-3 уровня иерархии (например, индекс, подиндекс и микроиндекс).

2. *Подиндексы* – обычно 4-5.

3. *Индикаторы* – существует большой разброс по количеству индикаторов.

В странах ЕС в рамках проекта электронного правительства проводится регулярный мониторинг показателя «собственно набор электронных услуг», структура которого включает:

– *для граждан*: поиски работы; налоги на прибыль; социальная безопасность; извещение о перемене адреса; персональные документы; общественные библиотеки; регистрация в высших учебных заведениях; регистрация автомобилей; регистрация рождения и вступления в брак; декларации для полиции; получение разрешения на строительство; медицинские услуги.

¹⁰³ См.: Чугунов А.В. Системы индикаторов и мониторинг развития информационного общества и экономики знаний // Вестник международных организаций: образование, наука, новая экономика. 2006. №7.

¹⁰⁴ Дрожжинов В.И. Мониторинг услуг электронного правительства // www.processconsulting.ru/doc/zak_droj.pdf, 2004. - С. 2.

– для бизнеса: налог на добавленную стоимость; корпоративные налоги; регистрация новых компаний; таможенные декларации; передача информации для статистических организаций; социальные отчисления работодателей; общественное и административное снабжение; сфера окружающей среды.

– для правительственных служащих: устройство на работу; отчеты по командировкам; пенсии, субсидии и дотации; контроль за графиком работы; обучение служащих; перечень должностных лиц и служащих.

– для других органов правительств: управление государственными закупками; управление кадрами; управление финансами; управление цепочками поставщиков; администрирование; управление деловыми поездками служащих.

Данные, наиболее адекватно отражающие действительное состояние дел, в частности, в формирующемся неэкономическом пространстве, позволяет получить опрос респондентов. Однако здесь требуется предварительная разработка методологии проведения такого исследования. Примером такого подхода выступает индекс сетевой готовности, используемый Гарвардским Центром Международного развития¹⁰⁵.

Часто на выбор системы сравнения оказывает влияние субъективная оценка лица, принимающего решения, исходя из известности или по принципу субъективных предпочтений. Но такой подход не обеспечивает оптимального выбора. Более целесообразно основываться на оценке каждой методики. Сущность данного подхода состоит в выполнении аддитивного аудита методик по заранее определенным критериям оценки с весовыми коэффициентами каждого критерия. Для этого задается таблица критериев оценки, отражающая наиболее существенные характеристики. Следует учитывать, что оптимальным является количество критериев не более 20¹⁰⁶. Необходимость нормализации таких критериев должна учитываться при выборе источников информации, методов ее сбора и решения вопросов, связанных с организацией исследования. Вариантов выбора исходной методологии не так много, поскольку методик, направленных

¹⁰⁵ Официальный сайт Гарвардского Центра Международного развития // <http://cyber.law.harvard.edu/readinessguide/>.

¹⁰⁶ Маслов Ю.Г. О методике сравнения программных продуктов // Информационная безопасность. 2007. №2 - С. 56.

на всестороннюю оценку готовности общества в целом к развитию на основе ИКТ, при этом открытых и подготовленных к использованию, всего несколько. Считается, что система индикаторов должна быть инвариантна по отношению к оцениваемым объектам и условиям проведения этих оценок¹⁰⁷.

Таким образом, при выборе методологии оценки электронной готовности будем исходить из следующих предположений:

- наличие признания в научной среде, известность;
- регулярная публикация отчетов;
- информационная открытость.

Следует отметить, что теоретической основой методологии построения рейтингов выступает теория голосования французских ученых времен революции Кондорсе и Борда, ставшая основой современной теории общественного (коллективного) выбора¹⁰⁸.

В процессе исследования были изучены экспертные суждения представителей из Южного федерального университета, Южно-Российского государственного технического университета (НПИ), корпорации «Уралсиб», участников круглых столов по вопросам развития информационного общества в России (Москва, апрель 2007 г.). В анкете, которую заполняли эксперты, были обозначены исследуемые показатели и регионы, по которым необходимо было поставить оценку. Выявление степени электронной готовности для регионов ЮФО проводилось по 4-балльной шкале. Все параметры располагались в порядке значимости, и каждый показатель, в соответствии с данной шкалой, определялся величиной показателя. К анкете прилагались формулировки, соответствующие степени «электронной готовности», выраженные в количественной форме и по характеру интерпретируемые как оценочные. Экспертами заполнялся опросный лист (Приложение 4). Расшифровка баллов приведена в Приложении 5.

¹⁰⁷ Штрик А.А. Информационное общество и новая экономика // Совершенствование государственного управления на основе его реорганизации и информатизации. Мировой опыт. - М., 2002. - С. 122.

¹⁰⁸ См.: Нуреев Р. М. Теория общественного выбора. – М.: ГУ ВШЭ, 2005.

Следует отметить, что процедура применения метода экспертных оценок должна обеспечивать анонимность выставляемых экспертами оценок и обоснованность подбора состава экспертных комиссий. Анонимность достигается через специальное анкетирование, а обоснованность подбора состава экспертов состоит в их предварительной выборке, целенаправленном формировании количественного и качественного состава. Одно из требований, предъявляемых к составу экспертов, – наличие знаний в одной из смежных специальных областях деятельности, например, для технолога – в экономике, для экономиста – в технологии и т.д. Группы экспертов могут использоваться для индивидуальной или групповой оценки. Нами был избран индивидуальный способ (наиболее распространенный и считающийся эффективным), поскольку он отражает анонимную оценку каждого эксперта независимо от других участников процедуры. Кроме того, здесь отсутствуют ограничения по количественному составу. Далее эти оценки обобщаются.

В качестве сравниваемых методик (систем) оценки электронной готовности, удовлетворяющих нашим условиям, было отобрано восемь (таблица 3), включающих:

1. Readiness for the Networked World – RNW.
2. Computer Systems Policy Project – CSPP.
3. The Center for International Development at Harvard and IBM – CID.
4. Asian Pacific Economic Cooperation Electronic Commerce Steering Group – APEC.
5. The World Information Technology and Services Alliance – WITSA.
6. McConnell International – McConnell.
7. Center for International Development and Conflict Management, University of Maryland – CIDCM.
8. The Mosaic Group – Mosaic.

На этапе сбора данных и начисления баллов по каждому из показателей производится шкалирование (нормирование) показателей. Приведем их к безразмерным величинам с помощью следующего преобразования:

$$\frac{a_{ij} - a_{\min j}}{a_{\max j} - a_{\min j}},$$

где a_{ij} - значение j -го показателя для i -й страны,

$a_{\max j}, a_{\min j}$ - соответственно максимальное и минимальное значение показателя j для рассматриваемых стран. Часто баллы присваивают пропорцио-

нально частному $\frac{a_{ij}}{a_{\max j}}$.

Для оценки нами принята трехбалльная шкала, где «0» означает, что показатель не оценивается, а значение «3» - оценка проводится с максимальной степенью детализации. Коэффициент значимости распределяется от 0 до 1. Следует отметить, что эффективным методом формирования весовых коэффициентов является определение весовых коэффициентов с помощью средних значений экспертной оценки каждого. Итоговый коэффициент для каждого из критериев рассчитывается на основе среднеарифметической величины от значений, определенных для этого критерия. Сравнительные характеристики систем классифицируются по степени детализации показателей (таблица 3).

Таблица 3. Сравнение систем оценки электронной готовности¹⁰⁹

№ п/п	Классификация уровней детализации оцениваемых критериев		Коэффициент значимости	RNW	CSPP	CID	APEC	WITSA	McConnell	CIDCM	Mosaic
1	Технологии	Инфраструктура, коммуникации	1	3	2	3	3	1	2	2	3
		Стоимость	1	2	0	2	3	1	2	1	1
		Скорость и качество	0,8	3	2	2	3	0	2	1	2
		Проблемы	0,8	2	0	3	3	0	1	2	2
2	Экономика	Использование бизнес-средой	0,5	2	1	2	2	2	0	1	1
		Электронная коммерция	1	3	1	2	3	3	1	0	1
		Конкуренция	1	2	2	0	3	1	2	2	3
		Инвестиции	1	2	0	0	3	0	2	2	2
		Прочие факторы	0,8	2	0	0	3	3	1	2	2
3	Правительство	Политика, регулирование	1	2	1	2	3	2	3	3	2
		Электронное правительство	1	2	1	2	1	0	2	1	1
		Открытость	1	1	0	0	0	0	2	2	0
4	Образование	Доступ учебных заведений к ИКТ	1	2	1	2	2	1	1	2	1
		Использование и обучение в школах	1	2	1	2	2	0	2	1	1
		Наличие квалифицированных работников	0,5	2	1	0	2	3	2	1	1
5	Социальная сфера	Использование ИКТ в повседневной жизни	1	2	1	2	2	0	2	1	2
		Применение технологий в обществе (уровень неравенства)	1	2	1	2	1	0	2	1	2
		Общая грамотность и другие социальные факторы	0,5	1	0	0	0	0	1	2	1
		Наличие местного контента	0,8	2	1	1	0	3	0	1	1
		Доверие	1	1	0	2	1	0	1	0	1

Матрица результирующих показателей сравниваемых систем оценки представлена в таблице 4.

¹⁰⁹ Таблица составлена автором с использованием: Маслов Ю.Г. О методике сравнения программных продуктов // Информационная безопасность. 2007. №2. - С. 56-57; www.bridges.org/ereadiness/.

Таблица 4. Матрица результирующих показателей¹¹⁰

№ п/п	RNW	CSPP	CID	APEC	WITSA	McConnell	CIDCM	Mosaic
1	2,25	0,90	2,25	2,70	0,50	1,60	1,35	1,80
2	1,88	0,70	0,60	2,48	1,48	1,16	1,22	1,62
3	2,00	0,67	1,33	1,33	0,67	2,33	2,00	1,00
4	1,67	0,83	1,33	1,67	0,83	1,33	1,17	0,83
5	1,42	0,56	1,36	0,80	0,48	1,10	0,76	1,26
Итого	9,06	3,66	6,88	8,98	3,96	7,53	6,50	6,51

Таким образом, анализ данных таблицы 4 показывает, что максимальную оценку имеет система «RNW». Отметим, что критерии оценки готовности, основанные на показателях, разработанных в методике «Готовность к сетевому миру. Путеводитель для развивающихся стран» («Readiness for the Networked World»), не в полной мере отвечают сегодняшнему состоянию развития российской экономики и общества. С точки зрения Всемирного Банка Россия входит в число трансформирующихся стран, но имеет определенные предпосылки для развития процессов информатизации, заложенные в дореформенный период, которые отсутствуют в других развивающихся странах. При мониторинге электронных услуг следует учитывать, что ИКТ не только расширяют возможности координирования бизнес-процессов, способствуя интеграции, унификации и стандартизации, но и являются важным показателем в структуре индекса электронной готовности. Факторы, определяющие степень применимости тех или иных критериев, сформулированных в указанной методике оценки российской реальности, нуждаются в нормализации и имеют дискуссионный характер. Вместе с тем в России как стране с трансформационной экономикой, в которой преимущественно государство берет на себя функции формирования рыночных институтов, только начинает формироваться конкурентная среда, что является существенным препятствием на пути становления информационного общества. Тем не менее, следует отметить значимость оценки «электронной готовности»,

¹¹⁰ Составлено автором в процессе исследования.

которая позволяет сопоставлять ситуацию в России с положением дел в других странах.

Выбор исходной методологии определяется как задачами, которые ставятся перед оценкой, так и особенностями объекта анализа, в качестве которого выступает сложившаяся информационно-коммуникационная инфраструктура и возможность ее использования в регионе, для которого проводится исследование. Этим обусловлена высокая значимость общетеоретического анализа роли ИКТ в социально-экономическом развитии территории. Поскольку ИКТ являются одной из глобальных технологических инноваций, то при разработке и выборе методологии необходимо основываться на модели диффузии и воздействия новой технологии на различные аспекты общественного развития ¹¹¹.

До последнего времени крупномасштабных исследований состояния всего сектора ИКТ практически не проводилось, поэтому имеющиеся данные касаются отдельных сегментов производства и использования ИКТ. Отсутствовала единая целостная картина, которая стала бы ориентиром для всех участников рынка, практически не было даже самых общих данных (объем рынка, его структура и т. д.), принимаемых большинством компаний ¹¹². Поэтому оценка факторов готовности к информационному обществу является нетривиальной задачей. Проблема корректного сопоставления разнородных показателей не имеет однозначного ответа. В данном исследовании не было возможности охватить все подходы к такой оценке и оценить все аспекты влияния ИКТ на экономику и общество. Сущность состоит в составлении объективного рейтинга международных систем оценки «электронной готовности», на основе обобщения мирового и отечественного опыта.

Таким образом, в результате проведенного анализа исходя из обоснованной значимости оценки «электронной готовности», которая позволяет сопоставлять ситуацию в России с другими странами, в процессе сравнительного анализа различных подходов оценки готовности экономической системы того

¹¹¹ Готовность России к информационному обществу. Оценка ключевых направлений и факторов электронного развития. Аналитический доклад. / Под ред. С.Б. Шапошника. - М.: ИРИО, 2004. - С.7.

¹¹² См.: Там же. - С. 7-10.

или иного уровня к информационно-сетевому взаимодействию выявлено, что максимальную оценку имеет методология разработанная Центром международного развития Гарвардского университета, зафиксированная в руководстве «Готовность к сетевому миру. Путеводитель для развивающихся стран» («Readiness for the Networked World»). Следует отметить, что данную методику использовал в своих исследованиях Институт развития информационного общества, предварительно адаптировав ее к российским условиям. Однако и она не в полной мере отвечает императивам современного состояния российской экономики и общества и нуждается в модификации (при сохранении возможности провести оценку по исходной методике).

По нашему мнению, для обеспечения объективности исследования при последующей доработке следует учитывать и другие методологии, в частности, методологию построения Индекса готовности стран к сетевому миру (Network Readiness Index), разработанную для Мирового экономического форума. Уточнение и адаптация данной методологии, показателей и критериев оценки электронной готовности для региона происходит в ситуации, когда единая по своей природе виртуальная среда деятельности экономических агентов разделена сегментированным набором институциональных структур.

Таким образом, на региональном уровне функционирование модели организационно-экономической системы электронного бизнеса в целом, а также на уровне функционирования отдельных звеньев субъектов хозяйственной активности определяется в целях построения более эффективной системы развития региона, использующих информационные и коммуникационные и технологии взаимодействия.

2.2 Адаптация Гарвардского подхода оценки электронной готовности к особенностям южных регионов России

Как показано выше, новые экономические реалии и процессы глобализации превратили электронный бизнес в фактор развития, без которого невозможна полноценная интеграция ни фирмы, ни региона, ни страны в целом в единое информационное пространство. При этом освоение ИКТ выступает в качестве минимально необходимого условия поддержки информационной инфраструктуры.

Новой глобальной проблемой человечества становится так называемый «цифровой разрыв» или «информационное неравенство», поскольку не все члены общества имеют равный доступ к возможностям, предоставляемым современными информационно-коммуникационными технологиями для достижения социальных, экономических и др. целей, а также дифференцируются по уровню владения навыками использования цифровой техники. Проблема «цифрового разрыва» тестируется не только на уровне отдельных индивидов, она характерна для различных регионов и стран. Следствием ее обострения является углубление дифференциации стран развитого и развивающегося мира, усиление экономического и социального неравенства.

Сравнительный анализ современных подходов к исследованию роли ИКТ в социально-экономическом развитии показывает, что в российских условиях доработке должны подвергнуться следующие основные компоненты Гарвардской методологии:

- 1) концепция готовности к информационному обществу;
- 2) область, параметры и индикаторы оценки электронной готовности;
- 3) методологический инструментарий для получения исходных данных и значений показателей (этот инструментарий в исходную методику был введен Институтом развития информационного общества).

В 2007 г. исходная Гарвардская методика претерпела некоторые изменения: добавлены новые области и параметры оценки, изменены весовые приори-

теты. Набор показателей, характеризующих одну из самых весомых (20% итоговой оценки) областей – «коннективность» и технологическая инфраструктура (Connectivity and technology infrastructure), сместился в сторону оценки проникновения и доступности широкополосного доступа, в том числе широкополосного доступа к Интернету домохозяйств. Введена новая область оценки: государственная политика и видение (Government policy and vision). Эта категория оценивает правительственные расходы на ИКТ (в долях от ВВП), стратегии электронного развития, стратегии развития электронного правительства и онлайн-госзакупки. Следует отметить, что последние в нашей стране отсутствуют.

Предлагаемый нами подход к оценке электронной готовности России является, как уже отмечалось, развитием методологии, предложенной Центром международного развития Гарвардского университета и Института развития информационного общества. Модифицированная версия методологии имеет следующие основные характеристики:

1. В современном мире новые ИКТ существенно трансформировали взаимоотношения экономических субъектов, источники преимуществ конкуренции в бизнесе, стали движущей силой общего прогресса общества. Такие достижения научно-технической революции, как Интернет, персональные компьютеры и беспроводная телефония стали катализатором появления социальных сетей, фирм, школ и правительств, связывающихся и взаимодействующих друг с другом через разнообразные каналы. Оформился целый ряд электронных услуг, отражающих специфику новой экономической среды. Все эти изменения привели к обществу, в котором фактически каждый субъект имеет потенциал достижения конкурентных преимуществ. Причем сетевая организация не снижает устойчивость отдельно взятых систем к внешним воздействиям, а, наоборот, повышает ее. В складывающихся условиях возрастающей конкуренции Россия должна иметь достойные ответы на требования, предъявляемые к государствам XXI века. Оценка электронной готовности в данном случае рассматривается в нескольких основных аспектах:

- доступ к ИКТ;
- готовность человеческого капитала;
- регулирование государством.

Использование ИКТ, в свою очередь, рассматривается с точки зрения предоставления электронных услуг на основе ИКТ населению, бизнесу.

Решение поставленной задачи требует соответствующего аналитического инструментария. Проблема оценок эффективности использования ИКТ и готовности к электронному развитию не сводится к показателям развития ИКТ-инфраструктуры и интеграции ИКТ в различные сферы деятельности.

Следует отметить, что уровень эффективности использования ИКТ в государственном управлении, бизнесе и образовании отстает от уровня развития ИКТ-инфраструктуры в этих областях и, следовательно, ограничивается другими факторами. Развитие страны в большей мере определяется политикой правительства, нежели уровнем внедрения ИКТ. Необходимыми условиями для реализации социально-экономического потенциала использования ИКТ государством выступают: стабильная политическая ситуация, благоприятный деловой климат, адекватные регулирование и социальная политика.

2. Оценка готовности России к информационному обществу основывается как на анализе предпосылок и факторов информатизации страны, так и на оценке уровня использования ИКТ в ключевых сферах деятельности. Традиционно для России относительно низкие оценки имеют следующие области¹¹³:

- деловой климат;
- некоторые параметры государственного регулирования (эффективность правовой системы, свобода прессы, легкость регистрации нового бизнеса и др.);
- использование ИКТ для развития ключевых областей деятельности (образование с использованием ИКТ, электронное правительство и др.), что

¹¹³ Готовность России к информационному обществу. Оценка ключевых направлений и факторов электронного развития. Аналитический доклад / Под ред. С.Б. Шапошника. - М.: ИРИО, 2004. - С.8.

связано с неразвитостью в целом сферы государственных услуг, предоставляемых населению и бизнесу в электронной форме.

С точки зрения Института развития информационного общества (ИРИО) новыми областями оценки, не получившими достаточного отражения в исходной методологии, являются такие факторы электронного развития, как человеческий капитал и деловой климат, а также использование ИКТ в культуре. При этом сохранился общий подход исходной Гарвардской методике, основанный на:

- выделении областей оценки (для оценки готовности России выделено восемь областей оценки: доступ к ИКТ, человеческий капитал, бизнес-климат, государственное регулирование, ИКТ в образовании, электронный бизнес, электронное правительство, ИКТ в культуре);

- определении в каждой области нескольких оцениваемых параметров;

- подборе для каждого параметра количественных и качественных индикаторов (от одного до семи), в соответствии со значениями которых оценивается готовность по данному параметру;

- получении для каждого параметра соответствующей оценки, которая позволяет по значениям показателей определить уровень готовности по данному параметру.

Относительно малый срок существования и высокие темпы развития сферы информационных и коммуникационных технологий обусловили опережение практикой теории появления и совершенствования электронных услуг. Поэтому их место в современной системе экономических отношений исследовано недостаточно. По нашему мнению, целесообразно ввести в методику, вне общей классификации оцениваемых критериев, показатель степени интерактивности услуги для субъекта экономической деятельности в виртуальном пространстве. Развитие интерактивных услуг в Интернете тормозится уровнем компетенции государственных и муниципальных служащих, недостаточным числом пользователей сети и невысоким уровнем компьютерной грамотности населения. Так как в работах отечественных и зарубежных ученых сущность электронных ус-

луг, степень их интерактивности часто являются весьма схематичными, без фундаментального научного анализа, эта гипотеза требует дальнейшей проработки.

Электронная экономическая деятельность в сфере интерактивных услуг, по нашему мнению, представляет собой экономическую деятельность по поводу производства материальных и нематериальных благ и услуг в электронной форме и распространяемых через современные каналы передачи данных в режиме реального времени.

3. Для оценки электронной готовности подбирались показатели, используемые в международной практике, что позволяет проводить сопоставления и оценки на уровне отдельных показателей и является инструментом для выработки политики в области электронизации государства.

В исходном описании методики готовности к «информационно связанному миру» (www.readinessguide.org) присутствуют такие категории электронного бизнеса, как B2B, B2C, возможность работы в области ИКТ и электронное правительство. Однако отсутствует получившая в последнее время динамичное развитие категория «бизнес-правительство» (B2G). Действительно, в некоторых источниках «электронное правительство» отождествляется с сегментом электронной коммерции по осуществлению государственных закупок. Подобная замена, по нашему мнению, представляется не совсем корректной, поскольку категория «электронное правительство» является более широкой по своему содержанию. Таким образом, использование в базовой методике более общего показателя - «электронное правительство» - снижает объективность осуществляемой оценки.

Более детальный анализ «электронного правительства» и сегмента «бизнес-правительство» исходит из определения Всемирного банка, согласно которому «электронное правительство» (E-government) - это применение информационно-коммуникационных технологий (электронных сетей, Интернет и мобильной компьютерной среды) правительственными агентствами. Эти технологии предоставляют возможность преобразовать отношения с гражданами, ком-

мерческими организациями, а также с другими ветвями власти. Положительными эффектами от применения «электронного правительства» являются: повышение доступности, удобства и качества услуг, повышение прозрачности в государственных решениях, снижение злоупотреблений, сокращение затрат¹¹⁴.

Аналогично электронной коммерции электронное правительство стремится достичь взаимодействия между правительством и предпринимательскими компаниями (сегмент G2B электронной коммерции) с тем, чтобы сделать отношения более удобными, прозрачными и менее дорогостоящими. Концепция электронного правительства предполагает модернизацию процессов предоставления услуг с учетом потребностей клиента в государственных услугах.

Электронный бизнес в форме системы электронных государственных закупок представляет собой структуру управления закупками или поставками с использованием интернет-технологий, где сторонами процесса являются заказчик, поставщик (производитель или посредник) и непосредственно организатор торгов. В этих условиях происходит пересмотр традиционных механизмов предоставления услуг с учетом потребностей клиента-потребителя.

Трудность оценки как сферы электронного правительства, так и сектора электронных госзакупок связана с самой природой современных электронных отношений. В действительности эти сферы одновременно меняют взгляд гражданина, бизнеса на органы государственного управления, их способы работы, время обработки процедур, а также меняют круг должностных обязанностей госслужащих (меньше повторяющихся рутинных действий, больше компьютерной грамотности). Для оценки всех этих элементов необходим качественный показатель, позволяющий в перспективе выявить «узкие места».

Нами предлагается дополнить Гарвардскую методологию оценки электронной готовности показателем «Электронная коммерция. Бизнес-Правительство» с соответствующими четырем уровням его оценки:

1. Государство в недостаточной мере использует электронные формы закупок продукции для государственных и муниципальных нужд, а если осу-

¹¹⁴ www1.worldbank.org/publicsector/egov/.

ществляются электронные аукционы или котировки, то все сделки сопровождаются бумажными носителями. Отсутствуют электронные торговые площадки. Информацию о проводимых государственных закупках найти сложно или она устаревшая. Не используется электронная цифровая подпись. Законодательно электронная торговля не регулируется.

2. Появляются отдельные электронные площадки для осуществления госзакупок. Информация о закупках доступна только зарегистрированным в системе электронной торговой площадки пользователям. Отсутствует единый сайт с информацией о проводимых конкурсах государственных закупок. Определен правовой статус электронной цифровой подписи. Разрабатывается реестр недобросовестных поставщиков.

3. Создан централизованный сайт для размещения информации о бюджетных заказах. Активно развиваются электронные торговые площадки. Распространена электронная цифровая подпись. Создан и постоянно поддерживается в актуальном состоянии реестр недобросовестных поставщиков. Электронные транзакции B2G составляют существенную часть всей электронной коммерции.

4. Практически все государственные закупки осуществляются в электронном режиме. Процедуры торгов понятны и прозрачны. Поставщики и заказчики доверяют друг другу.

Развитие систем электронной коммерции, предназначенных для автоматизации государственных закупок, в последние годы преимущественно определяется тем, что задача по их созданию включена в Федеральную целевую программу «Электронная Россия». В настоящее время внедрение механизмов электронной торговли в российских органах государственной власти переживает период роста. Предложенные нами дополнения в методологии позволяют зафиксировать точку отсчета в рассматриваемых сферах при планировании развития информационных и коммуникационных технологий, что должно стать новым шагом на пути преодоления «информационного неравенства».

Развитие электронного бизнеса осуществляется через включение в этот процесс всех пользователей персональными компьютерами и сети Интернет, а также организация мер по их обучению. Наибольший охват указанной категории пользователей обеспечивается системой образования. В этих условиях встает задача организации пространственного единства позиционирования образования в сети Интернет. Это требует разработки образовательной системы организации массовой коммуникации обучаемых и педагогов с учетом средств и способов воздействия сети Интернет на все сферы жизнедеятельности общества.

Реализация задач приоритетного национального проекта «Образование» позволила к началу 2008 г. подключить к сети Интернет более 50 тыс. учреждений общего образования, в которых обучается около 14 млн. учащихся. Из них более 1300 школ с 400 тыс. обучающихся приходится на Ростовскую область. Непосредственно в образовательных учреждениях г. Ростова-на-Дону обучается около 95 тыс. человек, а количество преподавателей превышает 38 тыс. Применение Интернет-технологий в образовательных учреждениях и обеспечение доступа педагогов и учащихся к ресурсам глобальной Сети стало значимым элементом модернизации государственной политики в области образования. Однако стихийное присутствие информации различного содержания в Интернете затрудняет его освоение. Особо остро стоит проблема формирования информационного содержания для субъектов образовательной среды, конечных ее пользователей (педагогов и учащихся), которая бы не только позволяла реализовать коммуникативную функцию, но в равной степени способствовала их кооптированию в информационно связанный мир.

Каждый индивид является потребителем многообразных благ и услуг: образовательных, финансовых, медицинских и др. Но не все услуги являются качественными, отвечающими принятым нормам. Образовательное учреждение выступает источником множества услуг, от качества которых зависит будущая конкурентоспособность как выпускника, так и самого учреждения. Возникает объективная необходимость включения образовательного учреждения в конст-

руктивный диалог с участниками внешнего пространства. Одним из способов такого диалога служат Web-сайты образовательного учреждения, класса, ученика, объединенные в единой системе.

В настоящее время в России существуют различного рода образовательные порталы, социальные сети, объединяющие бывших одноклассников, индивидуальные Web-страницы преподавателей, выкладывающих тематические материалы. Тем не менее, все они являются обособленными образованиями, относящимися к различным, исторически сложившимся формам сетевого взаимодействия. Единственное, что формально объединяет такие ресурсы, - это отсутствие единой стандартизированной площадки их функционирования, механизма доведения целевой информации до конечного пользователя. Для преодоления информационного неравенства эффективной представляется, на наш взгляд, технология создания и персонализированного отображения индивидуальных Web-страниц на основе конструктора сайтов, реализующая эффект социальной сети. Повышение уровня информированности пользователей, доведения до каждого актуальной информации обеспечивается применением интерактивных возможностей технологии и таргетинга, проецируя связь: внешняя среда - педагог - ученик - семья.

Использование Интернета в образовательных учреждениях привнесло новое содержание в учебный процесс. Степень повышения качества образования и уровня обученности от применения новых технологий преподавания зависит от наличия в сети образовательного контента – специальных интернет-ресурсов, одинаково полезных для педагогов, учащихся, методистов, руководителей образовательных учреждений и прочих лиц, участвующих в образовательном процессе. Поэтому, наряду с развитием телекоммуникационной инфраструктуры большое внимание уделяется анализу и систематизации образовательных интернет-ресурсов, созданию эффективных средств навигации и поиска информации, разработке новых электронных учебных пособий. Предлагаемая нами технология на основе конструктора сайтов, за счет проецирования каркаса существующей структуры социальных отношений органично вписывается в формат образовательного процесса. Таким образом, учащиеся не только с

интересом изучат дисциплину (например, на основе курса информатики рассматривается раздел «Интернет-технологии: создание сайта в Интернет»), но и получают мощное средство коммуникации, эффективнее интегрируясь в рыночные социально-экономические отношения.

Технология конструктора сайтов представляет собой базовый набор элементов, позволяющий создавать сайты пользователям, не имеющим специальных знаний и навыков в области программирования и Web-дизайна. В то же время предусматривается возможность индивидуализации (персонализированный подход) каждого сайта, как в рамках конструктора, так и с использованием традиционных средств Web-разработки. Следует отметить, что наиболее распространенным инструментом создания личных интернет-страниц для образовательных учреждений является программа «Конструктор школьных сайтов». Как правило, подобные системы имеют шаблоны дизайна, которые можно настроить «под себя», и шаблоны страниц, специально предназначенные для той или иной цели – сообщество, фотоальбом, новости, тесты и т.д. «Конструктор школьных сайтов» выступает основой технологии для ведения сайтов образовательных учреждений в рамках федерального проекта «Информатизация системы образования» (ИСО) и имеет четкую социальную направленность.

Исходя из разнообразия способов взаимодействия субъектов образовательной среды, конструктор индивидуальных сайтов позволяет провести их классификацию (рисунок 8):

1.1. Сайты учебных заведений. Сайты образовательных учреждений, в том числе с организацией дистанционных родительских собраний, проведением конкурсов, с информационной поддержкой, коммуникациями с внешним миром.

1.2. Сайты классов. Сайты отдельных учебных классов или групп по интересам, лабораторий в образовательных учреждениях.

1.3 Сайты учеников. Сайты отдельных учащихся.

1.4 Сайты конечных пользователей. Сайты отдельных пользователей.

Эта классификация ориентирована на анализ показателей, характеризующих решение образовательных задач.

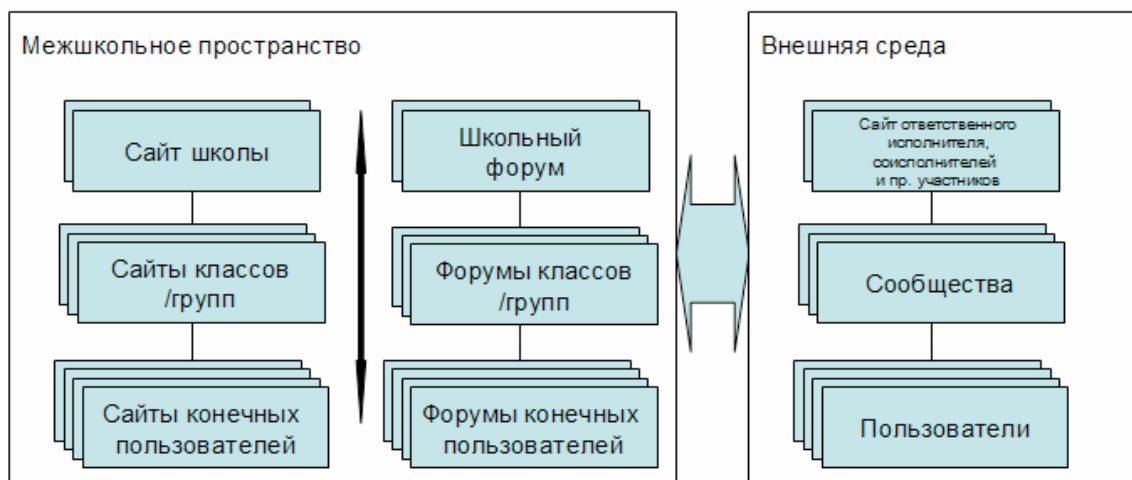


Рисунок 8. Архитектура сети сайтов (на примере школы)¹¹⁵

Главным в такой архитектуре является использование связи учебной и внешней среды так, чтобы все участники процесса могли ознакомиться не только с разнообразием конструкций индивидуальных сайтов, но и с возможностью донесения информации до конкретного субъекта.

Сайты образовательных учреждений относятся к группе образовательных сайтов. Сайт, представляющий некоторую организацию, называется корпоративным или официальным web-сайтом организации. Предлагаемое решение (на основе проекта «Квант-ОРР») позволяет не только решить проблему наличия официального представительства в сети Интернет, но и предоставит участникам этого процесса единую площадку (рисунок 9) с широкими возможностями самовыражения, межличностной и коллективной коммуникации (путем включения в форумы, группы по интересам, блог-сообщества).

¹¹⁵ Составлено автором.

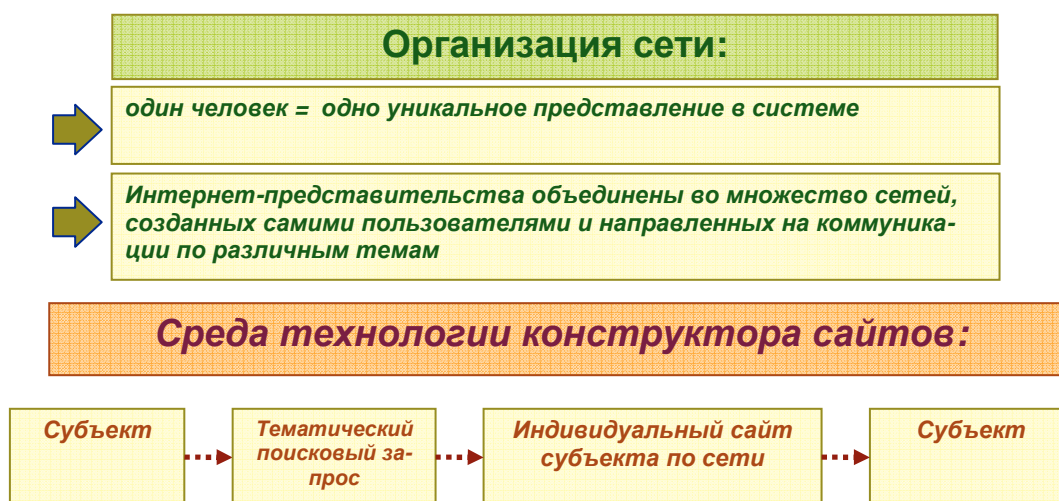


Рисунок 9. Модель самоорганизующейся социальной образовательной сети¹¹⁶

Для педагогов сайт - это площадка для обмена опытом, завязывания контактов со своими коллегами из других городов и даже стран, участие в партнерских программах в рамках российских и зарубежных образовательных программ по обмену методическими материалами, готовыми уроками и педагогическим опытом.

Для учащихся сайт – уникальная площадка для творчества, общения между сверстниками, участия в работе групп по интересам, представления своего портфолио.

Для родителей учащихся сайт – это, прежде всего, информационный ресурс. Используя сайты школ и других образовательных учреждений, родители могут сравнивать их и делать выбор в пользу лучших для своего ребенка, следить за успехами своих детей, участвовать в жизни школы.

Конструктор включает ядро, реализующее базовый набор функциональных возможностей, и подключаемые модули, реализующие дополнительные функциональные возможности. Существует ряд факторов, ограничивающих коллегиальность. Они имеют организационную природу. Например, расписание занятий жестко фиксирует местоположение педагога и обучаемого в течение

¹¹⁶ Составлено автором в процессе исследования.

дня, а подготовка и выполнение домашних заданий приводит к тому, что они имеют относительно мало возможностей для общения. Чтобы не пропал первоначальный интерес к ресурсу, исходя из опыта ресурсов, представленных в таблицах 5, 6, ставится акцент на удобстве и разнообразии общения. На основе служб обмена мгновенными сообщениями, форумов и чатов реализуются все основные виды взаимодействия между пользователями: «Один с одним», «Один со многими», «Многие со многими». Пользовательский интерфейс реализуется с использованием шаблонов.

Таблица 5. Сравнение систем конструирования сайтов¹¹⁷

Ядро	Предлагаемый конструктор	«КМ-Школа»	«Кибер-школа»	«Конструктор школьных сайтов»
Открытый API – прикладной программный интерфейс	+	-	-	+
Управление несколькими сайтами	+	+	-	-
Многоязыковая поддержка	+	-	-	-
Управление структурой сайта	+	+	+	-
Редактирование и создание шаблонов	+	+	+	-
Разделение доступа	+	+	+	+
Цепочка публикации документов	+	+	-	-
Система кэширования	+	+	+	+
Оптимизация для поисковых систем	+	+	+	-
«Визуальный» редактор документов	+	+	+	+
Объединение в единую среду коммуникации	+	-	-	-

Предлагаемая технология в перспективе призвана повысить качество экономической и социальной политики государства, способствовать диалогу власти и общества вокруг существующих проблем. Таким образом, она будет действовать в интересах гражданского общества России, способствовать вовлеченности широких групп населения в процесс экономического реформирова-

¹¹⁷ Составлено автором в процессе исследования.

ния. Предполагается, что первоначальная аудитория пользователей будет сформирована из учителей информатики и их учеников.

Основные функции конструктора сайтов.

1. Информационная. Обеспечение всех субъектов сферы потребления (производитель-поставщик-потребитель) объективной и актуальной информацией: нормативно-правовая; информационно-статистическая; информационно-аналитическая; просветительская.

2. Социальная реклама. Здоровый образ жизни, развитие личности человека и семьи, безопасность.

3. Коммуникационная. Обеспечение коммуникации между всеми сторонами сферы потребления, получение устойчивой обратной связи между сторонами: производитель-поставщик-потребитель.

4. Аналитическая. Предоставление возможности собирать, обобщать и анализировать информацию путем проработанной системы тестирования и опросов, последующей оценки результатов с целью получения обратной связи.

5. Создание электронных представительств (веб-ресурсов), сайтов, страниц участников проекта (физических и юридических лиц) на основе единого информационного пространства (интернет-площадки).

Ядро конструктора обеспечивает:

- создание и редактирование групп пользователей;
- аутентификация пользователей;
- формирование и редактирование иерархической системы разделов сайта;
- формирование и редактирование одностраничных и многостраничных гипертекстовых материалов (статьи, новости, вопросы и ответы) с помощью визуального или текстового редактора, передача на сервер сопутствующих файлов (иллюстрации, документы и т.п.), автоматическое и интерактивное формирование атрибутов материалов (дата, автор, название, анонс, позиции рубрикаторов и т.д.);

- администрирование и редактирование интерактивов (отзывы, голосования, гостевые книги);
- формирование статических страниц материалов по контенту и шаблонам;
- выгрузка и загрузка дополнительных модулей.

Стабильные темпы роста аудитории пользователей сети Интернет в России, развитие телекоммуникационных сетей и систем, как следствие, ведет к появлению потребности общества в комплексном использовании гибридных средств массовой информации (Интернет, мобильная связь) по организации горизонтального и вертикального межличностного взаимодействия тематического характера. Об этом свидетельствует появление множества электронных ресурсов, ориентированных на обеспечение такой коммуникации (например, в таблице 6 приводятся сравнительные характеристики основных тематических ресурсов). Главная особенность предлагаемой технологии состоит в том, что конструктор сайтов является стандартизированным унифицированным инструментом объединения пользователей.

Таким образом, применение новых технологий выступает средством моделирования образовательной среды с обратной связью, которая включает уровни ее организации: обучающий, мониторинговый и управленческий. Осуществляется построение и объединение социальных сетей – сообществ пользователей информационного пространства в различных сегментах взаимодействия их интересов (например, профессиональная деятельность, досуг, спорт и т.д.). Это обеспечивает интеграцию в концепцию решения стратегических и локальных задач развития компаний в перспективных направлениях, выход на население конкретных территорий, получение устойчивой обратной связи через систему образования и развития конкретного человека, семьи, в целом социальных и этнических групп.

Таблица 6. Сравнительный анализ информационных ресурсов ряда социальных сетей¹¹⁸

Критерий	Предполагаемые конкуренты		
	Одноклассники	school.edu.ru	Portal.rsu.ru
Надежность	Низкая	Средняя	Средняя
Оперативность обслуживания	Высокая	Средняя	Средняя
Круг охватываемых проблем	Узкий	Средний	Средний
Целевая аудитория и ее состав	Федеральная, бывшие ученики, друзья	Федеральная	Региональная, студенты, преподаватели
Репутация	Надежная, много постоянных клиентов	Надежная, много постоянных клиентов	Сомнительная, постоянных клиентов практически нет
Местонахождение	Москва	Москва	Ростов-на-Дону
Наличие конструктора сайта	отсутствует	отсутствует	отсутствует

Оказание услуг и предоставление информации через сеть Интернет стало обычным делом. Востребованность нового тематического образовательного ресурса в г. Ростове-на-Дону не вызывает сомнения. Однако существует небольшой риск, связанный с тем, что при нынешнем уровне проникновения ИКТ в ЮФО и, в частности, в Ростовской области одной из главных проблем является качество связи, которое может изменяться (ухудшаться) по разным причинам. Каждый пользователь единой системой может поделиться опытом сотрудничества (взаимодействия) с образовательным учреждением, а, в перспективе, и с другими муниципальными органами и предпринимательской средой, оставив как положительный, так и отрицательный отзыв. На первый взгляд, это похоже на обсуждение на традиционных интернет-форумах. Основная функция состоит в том, что все мнения по каждому субъекту (в том числе, и по источнику ин-

¹¹⁸ Составлено автором в процессе исследования.

формационного сообщения), как положительные, так и отрицательные, суммируются и сравниваются, выдавая по запросу полную картину мнений, выраженную рейтинговой оценкой. Таким образом, индивидуальный сайт становится и средством мониторинга качества услуг, облегчая потенциальным клиентам проблему выбора.

Таким образом, в целом работа с индивидуальными сайтами позволяет сбалансировать традиционные технологии обучения в аудиториях и внеаудиторным, самостоятельным обучением. Лекционное изложение педагогом учебного материала перед обучаемыми характерно для традиционной образовательной системы. Но с развитием и массовой доступностью ИКТ оно обретает новое качество и возможности.

Сущностью технического вмешательства в образовательный процесс является интероперабельность, способность эффективного взаимодействия субъектов образования путем обмена данными друг с другом. Интероперабельность средствами информационных технологий открывает уникальные возможности для проведения открытых дискуссий, освещения актуальных вопросов, позволяет точно понять людей, желающих, чтобы их заметили.

Оригинальность способа реализации отмечается не только студентами, но и педагогическими работниками. Интерес к новой форме получения информации и знаний способствует усилению учебной активности учащихся, что скажется на общем уровне качества образования.

Поскольку технология на основе конструктора сайтов имеет социальную направленность, расширяется круг потенциальных пользователей на рынке образовательных услуг г. Ростова-на-Дону с перспективой расширения до масштаба всего Южного федерального округа и имплантацией опыта и технологий на другие субъекты РФ. Дистанционные формы образования должны применяться не как отдельный (дополнительный) способ получения знаний, а как неотъемлемая часть повседневной учебной и внеурочной деятельности.

Так, на экономическом факультете Южного федерального университета при подготовке студентов-специалистов, бакалавров и магистров экономики

эффективно используются дистанционные и интерактивные технологии, обязательные презентации на семинарах, элементы дистанционного обучения и заочной формы с элементами дистанционного обучения (с 2007г.). В целях расширения использования инновационных образовательных технологий разработаны для большинства курсов электронные учебники.

Внедрение новых дистанционных технологий в процесс подготовки экономистов на экономическом факультете Южного федерального университета (тогда - Ростовского государственного университета) начался в 1999г., когда кафедре экономической теории был предоставлен Мировым банком электронный учебник вводного уровня по экономической теории. Накопленный опыт позволяет сделать некоторые выводы об эффективности применения дистанционных технологий в обучении экономистов-аналитиков.

Прежде всего, положительные результаты применения широких возможностей данной программы – текст лекции, библиотека со значительным массивом статистических данных, интернет-адреса для их поиска, тесты, электронная конференция, обмен файлами и др. – позволяют четко определить перспективы формирования методического обеспечения учебного процесса в направлении более широкого использования технологий дистанционного обучения. В рамках электронного учебника осуществляется обучение по этим курсам на открытом факультете университета, а также разрабатывается учебный план обучения на факультете дистанционного обучения.

Стимулом к развитию дистанционного обучения на факультете является, во-первых, создание интернет-центра с помощью Фонда Сороса, во-вторых, оснащение факультета компьютерной техникой за счет собственных средств и по другим программам, в третьих, перспектива открытия на факультете отделения дистанционного обучения.

Обобщение проведенной работы позволяет определить следующие положительные результаты применения интернет-технологии:

- расширились возможности контроля самостоятельной работы студентов в асинхронном режиме, что способствует интенсификации учебного процесса;

- анимация экономических моделей позволяет наглядно представить экономические процессы, что обеспечивает доступность и осознанность обучения;

- использование адресов “Интернета” в программе, позволяет сочетать изучение учебного материала с анализом современной экономической статистики; наличие конкретных ситуаций способствует приближению теории к российской практике;

- использование тестов позволяет осуществлять систематический контроль за успеваемостью студентов.

Однако новационный характер продукта обуславливает наличие некоторых недоработок и негативных сторон программы:

- структура учебника не соответствует структуре читаемых на начальных курсах дисциплин;

- слабая защита (студенты могут использовать чужой пароль и выполнять задание под чужим именем);

- при работе в “Виртуальном классе”, если подключено много пользователей, программа “тормозит” и “зависает”, а также автоматически отключается;

- неудобное чтение информации в “электронной беседе”.

Но в целом, безусловно, использование курса дистанционного обучения расширяет возможности факультета, например, при реализации различных программ послевузовского образования, например, менеджеров, банковских работников, государственных служащих, которые вследствие ограниченности времени могут не посещать некоторые виды занятий, а, подключаясь к учебнику, выполнять задания в асинхронном режиме. Безусловно, использование интернет-технологий ставит перед преподавателями более сложные задачи – поставка учебных проблем, проверка выполнения заданий, причем, в соответствии с раз-

ным темпом их выполнения отдельными студентами, что требует существенной переподготовки и повышения квалификации.

1. Активное вовлечение студентов в процесс получения знаний. Поскольку дистанционные технологии делают акцент на взаимодействии, то центром внимания здесь является обучаемый, а не преподаватель. В активном обучении студент могут ознакомиться с тем, что написали их товарищи, вырабатывать логику аргументации и оценивать ее справедливость, выявлять проблемы, требующие разъяснения, предоставлять дополнительную информацию и т.д. это поддерживает их мотивацию, т.к. они могут оценивать не только то, что они освоили, но и то, насколько им подходят процессы, используемые в обучении. Этот процесс превращает их в активных участников, вырабатывающих собственные идеи на базе замечаний коллег и собственного опыта.

2. Гибкость, позволяющая преподавателям адаптировать и разрабатывать задания, соответствующие индивидуальным потребностям обучаемых. Технология дистанционного обучения позволяет обучаемым самостоятельно напрямую связываться с преподавателем и другими обучаемыми в режиме электронной конференции. Благодаря этому преподаватель имеет возможность поощрять как индивидуальную, так и групповую работу. В частности, возможность использования не только текстовых материалов, но и других ресурсов дистанционного курса по экономической теории – графиков, аудио вставок позволяет задействовать визуальные формы работы и аудирование. Студенты могут загружать материал их разнообразных источников – интернет-адресов. Обеспечивается также высокая степень автономности обучаемого, поскольку работа с дистанционным учебником занимает примерно 30% времени семинарских занятий (1 курс, микроэкономика), а в остальное время - строится на асинхронной коммуникации. Обучаемые получают больше времени на обдумывание ответов, дискриминация или маргинализация со стороны преподавателя на основании робости, речевых характеристик или внешности практически невозможна. Однако возросшая автономия ведет к распространению обмена правильными ответами.

3. Совместная работа обучаемых над заданием, когда каждый вносит свой вклад в достижение общей цели.

При работе в оболочке электронного учебника возможно расширение информации, доступной конкретной группе благодаря ознакомлению с точками зрения других групп. При совместной работе качество дискуссий растет, студенты осуществляют более глубокий и широкий анализ.

4. Поддержка и помощь обучаемым со стороны преподавателя.

Она должна предоставляться на нескольких уровнях. Во-первых, студенты должны знать, что преподаватель или лаборант всегда поможет им в решении технических проблем. Во-вторых, преподаватель оказывает всестороннюю помощь в осуществляемых студентами исследованиях. В-третьих, им нужна поддержка для приобретения новых навыков работы с дистанционным курсом.

5. Использование разнообразных подходов к обучению.

Безусловно, внедрение в учебный процесс дистанционных курсов не привело к отмене лекций или семинарских занятий в аудиториях. Дистанционные курсы представляют собой интерактивные формы обучения, способствующие активизации учебно-образовательного процесса. Их использование обеспечивает, как показал опыт контрольных групп, повышение успеваемости на 6-10 %. Но главное состоит в том, что они позволяют разнообразить формы проведения семинарских занятий, поскольку электронная оболочка включает сам текст, тесты и задачи, самотестирование, библиотеку, электронную конференцию, обмен файлами, обеспечивающие проведение разнообразных мероприятий как в режиме реального времени, так и в ходе самостоятельной работы студентов с домашних компьютеров или в специально выделенное для данной группы время.

Таким образом, новые экономические реалии, процессы глобализации превратили электронный бизнес в фактор развития, без которого невозможна полноценная интеграция в единое информационное пространство. При этом процессу ИКТ отводится роль минимальных необходимых условий поддержки информационной инфраструктуры. Предложенная нами модификация Гарвард-

ской методологии, адаптированная к российским условиям, состоит из концепции готовности к информационному обществу; введенного показателя оценки; областей, параметров и индикаторов оценки электронной готовности, отражает многофакторную рейтинговую оценку состояния электронной готовности на уровне региона. Построение на базе концепции готовности к информационному обществу информационных взаимодействий агентов общей модели организационно-экономической системы, по отношению к которой рыночные, иерархические и другие социально-экономические модели выступают как частные случаи, отличающиеся показателями и оптимальным набором анализируемых структур данных.

2.3. Организационно-экономическая модель регионального сегмента электронного бизнеса

Категория «региональный электронный бизнес» отражает институциональную трансформацию традиционных отношений экономических субъектов регионального хозяйства. Региональный электронный бизнес как важнейший элемент интернет-экономики содержательно идентифицируется на основе следующих исходных посылок:

- формирующаяся новая экономика характеризуется ориентацией на производство, обработку, хранение и распространение электронных сервисов и информации;
- отсутствие барьеров на пути распространения экономических процессов, осуществляемых по протоколам интернет-технологий, является важнейшей особенностью развития региональной электронной бизнес-среды;
- электронная готовность региона к развитию выступает приоритетной задачей реализации его конкурентных преимуществ;
- электронная торговля трансформирует всю систему экономических взаимосвязей региона, обеспечивая реализацию потенциала развития и информационной конвергенции экономики региона.

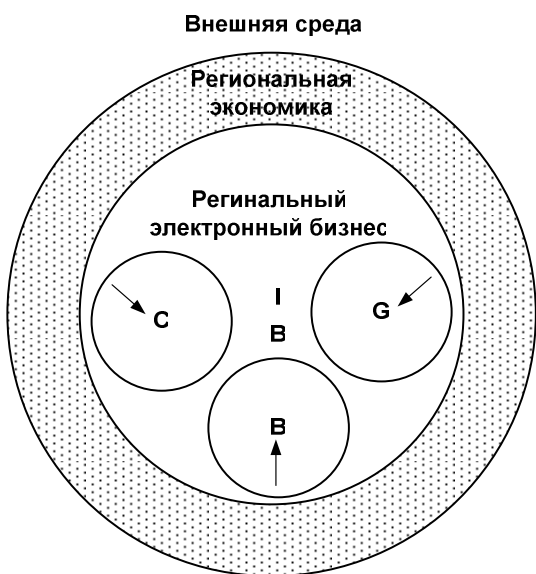
Поскольку электронный бизнес представляет собой любую деловую активность, осуществляемую с помощью информационных и коммуникационных сетей для преобразования внутренних и внешних связей с целью максимизации прибыли, то региональный электронный бизнес определяется нами как процесс электронного взаимодействия экономических субъектов региональной экономики с целью получения экономической выгоды или конкурентных преимуществ, который обладает специфическим набором социально-экономических характеристик.

В условиях неполноты и доступности информации не для всех категорий экономических субъектов задачу ликвидации «цифрового неравенства» способны решить органы государственной власти, причем, преимущественно региональные, а не федеральные. Это связано со слабой координацией федеральных структур, разобщенностью ресурсов, интересов государства, бизнеса, общества. Проведенные отечественными и зарубежными экономистами исследования¹¹⁹ показывают, что при инвестировании в человеческий капитал норма прибыли фактически вдвое превышает норму прибыли от инвестиций в индустриальные объекты. Таким образом, инвестиции государства в образование, здравоохранение, т.е., в конечном счете, в человеческий капитал, выступают доминантным фактором экономического роста в условиях формирующейся интернет-экономики¹²⁰.

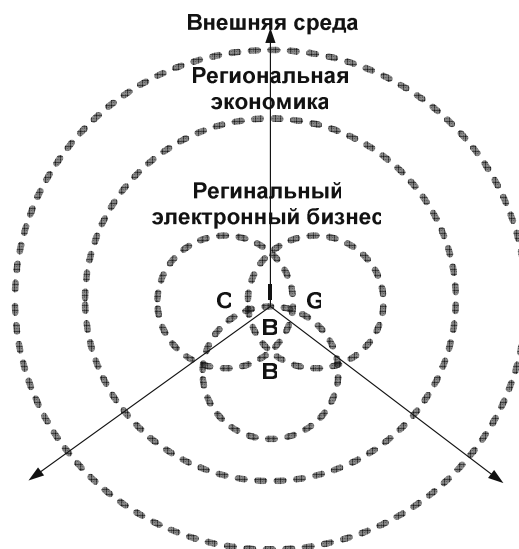
Определение границ взаимодействия субъектов региональной экономики с учетом рассмотренных формальных категорий обеспечивается на основе модельного подхода, позволившего предложить структурированную организационно-экономическую модель регионального электронного бизнеса (рисунок 10).

¹¹⁹ См., например: Benchmarking e-government: a global perspective – assessing the progress of the UN Member States. 2004. – P. 58, Pastore F., Verashchagina A. Private Returns to Human Capital over Transition: a Case Study of Belarus Economics // Education Review. 2005. №1.

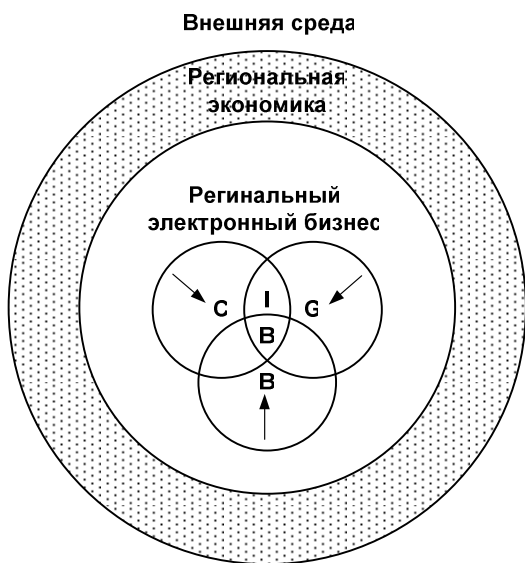
¹²⁰ Bassanini A. Scarpetta S. Does Human Capital Matter for Growth in OECD Countries? Evidence from Pooled Mean-group Estimates. OECD Economics Department Working Paper. 2001. №289. - P. 14-15.



A. Начальная фаза - обособленность сред



B. Финальная фаза - барьеры преодолены



B. Активная фаза - взаимная интеграция

Условные обозначения.

I – инструментарий, технологии;
 В – предприниматели, бизнес;
 С – потребители, общество;
 G – органы власти (правительство), государство;
 Стрелки обозначают направление интеграции субъекта.

Рисунок 10. Структурированная организационно-экономическая модель развития регионального электронного бизнеса¹²²

¹²¹ Составлено автором в процессе исследования.

Построение модели исходит из предположения о том, что бизнес является центральным элементом региональной хозяйственной системы. Имеющиеся инструменты воздействия на деловую активность обеспечивают реализацию лишь трех организационных моделей взаимодействия участников электронного бизнеса в условиях региональной экономики: «B2C», «B2B» и «B2G». В идеале модели, сферы субъектов бизнеса, правительства и общества совмещаются полностью, что будет означать финализацию процесса формирования «экономики знаний» и наступление «информационного общества».

Такая формальная организационная модель позволяет тестировать момент взаимной интеграции участников региональной экономики в глобальную информационную среду, характеризуемый однозначной идентификацией (наложением) традиционных и электронных форм взаимодействия субъектов (взаимозависимость регионального электронного бизнеса, региональной экономики и внешней среды). Внешняя среда воздействует и изменяет традиционные отношения субъектов хозяйственной деятельности региона, но, в свою очередь, трансформация этих субъектов оказывает непосредственное влияние на внешнюю среду.

Сформированная таким образом системно взаимосвязанная организационно-экономическая модель развития регионального электронного бизнеса позволяет зафиксировать иерархическую структуру, факторы оценки ее состояния и эффективность взаимодействия участвующих в данном процессе субъектов, а также адекватность информационной инфраструктуры изменению хозяйственной системы региона.

Для изучения особенностей рынка регионального электронного бизнеса в качестве объекта исследования выбран Южный федеральный округ, где элементы электронного бизнеса используют не только регионы-инноваторы в сфере ИКТ (Ростовская, Волгоградская, Астраханская области и Краснодарский край), в которых сформирована и поддерживается инфраструктурная среда информационных технологий. Эти регионы характеризуются также высокими показателями развития человеческого потенциала. Но

выделяется и группа регионов, в которых ни бюджет, ни деловой климат, ни человеческий капитал не показывают готовности общества к взаимодействию в информационно связанном пространстве, - республики Дагестан, Ингушетия, Кабардино-Балкария. Необходимо отметить, что эти регионы могут вырваться вперед, например, Чеченская и Ингушская республики.

Для расчета показателей по используемой методологии статистические данные по Чеченской республике практически отсутствуют, что не позволяет поставить региону адекватную оценку электронной готовности. В то же время в этом регионе существует уникальный шанс для построения современной информационной и телекоммуникационной инфраструктуры, отвечающей современным требованиям. В Ингушской республике сложилась парадоксальная ситуация, когда уровень цифровизации местной телефонной сети достигает 100%¹²², но при этом остальные показатели инфраструктуры, делового климата и др. существенно отстают от средних значений по ЮФО и России в целом. В Ингушской республике отмечаются проблемы по равноправному доступу к определенным ресурсам сети Интернет. Данные об уровне развития информационных и коммуникационных технологий в регионах ЮФО приведены в приложении 6.

Проведенный анализ мероприятий, ассоциирующихся с информационно-коммуникационными технологиями и осуществляемых в регионах ЮФО, позволил составить соответствующую таблицу классификации территорий (таблица 7).

¹²² Электронный регион. Уровень цифровизации местной телефонной сети // www.inforegion.ru/ru/info/region/statistic/telefon/. 2005.

Таблица 7. Критерии региональной политики ЮФО, тестирующие переход к новому типу экономики и общества¹²³

Критерий	Наличие в регионах (из 13)	Регионы ЮФО
Анализ электронной готовности региона	0	-
Наличие стратегии/концепции перехода к информационному обществу региона	9	Астраханская область, Карачаево-Черкесская Республика, Краснодарский край, Республики Адыгея, Ингушетия, Калмыкия, Северная Осетия-Алания, Ставропольский край, Ростовская область
Комплексная программа действий по информатизации региона	7	Астраханская область, Карачаево-Черкесская Республика, Краснодарский край, Республики Адыгея, Северная Осетия-Алания, Ставропольский край, Ростовская область
Наличие системы мониторинга и оценки электронной готовности региона	0	-
Информационная грамотность общества	3	Астраханская область, Республика Северная Осетия-Алания, Ростовская область
Электронное правительство	7	Астраханская область, Карачаево-Черкесская Республика, Краснодарский край, Республики Адыгея, Северная Осетия-Алания, Ставропольский край, Ростовская область
Региональные информационные ресурсы, представленные в сети Интернет	7	Республики Дагестан, Ингушетия, Калмыкия, Чеченская Республика, Краснодарский край, Волгоградская область, Ростовская область

Таким образом, распространение и использование ИКТ в повседневной жизни общества, а также массив накопленных данных в настоящее время достигли такого уровня, когда требуется объединение разрозненных информационных ресур-

¹²³ Составлено автором по материалам презентации Хохлова Ю.Е. Россия и российские регионы в информационном обществе. Инициативы е-правительства 2007 с авторской корректировкой.

сов. В ЮФО уже созданы региональные пилотные центры, обеспечивающие открытый доступ общества к консолидируемой информации и предоставляющие первичные электронные услуги, в том числе и дистанционное образование. Однако с момента своего появления в 2000- 2004 гг. эти центры практически утратили свою значимость, поскольку перестали выполнять заявленные функции. Регулярность их обновления и структура информационного обеспечения не соответствуют интересам и потребностям общества. Следует отметить, что помимо этих недостатков, отсутствуют интерактивные сервисы по взаимодействию с конечными пользователями. Тем не менее, имеющийся опыт внедрения образовательных порталов на региональном уровне необходимо использовать при построении моделей «электронного региона». Особую актуальность этот региональный проект приобретает в свете принятой Правительством РФ от 17 июля 2006 г. №1024-р Концепции региональной информатизации до 2010 г. и Постановления Правительства РФ №931 «О создании единого портала государственных услуг в сети Интернет»¹²⁴.

Содержанием электронной готовности региона являются показатели оценок по факторам, оказывающим прямое воздействие на субъекты регионального электронного бизнеса как основу социально-экономического развития территории. Функциональное значение такого анализа заключается в определении точек роста и выявлении проблемных областей, приоритетных направлений развития, формировании среды новой формации.

С этих позиций степень электронной готовности регионов Южного федерального округа идентифицируется в настоящей работе как фактор социально-экономического развития под воздействием технологий и методов электронного бизнеса. В итоге мы имеем следующие показатели электронной готовности региона в глобализирующемся мире (таблица 8).

¹²⁴ Васильева Ю. В России в 2008 году будет создан Единый интернет-портал государственных услуг // Российская Бизнес-газета. 2008. № 638. 12 января.

Таблица 8. Показатели оценки электронной готовности¹²⁵

№ п.п.	Показатель
1	Информационная инфраструктура
2	Наличие сети Интернет
3	Доступность сети Интернет
4	Скорость передачи информации и качество
5	Оборудование и программное обеспечение
6	Сервис и поддержка
7	Доступность ИКТ в образовательных учреждениях
8	Улучшение качества образования с ИКТ
9	Развитие рынка труда ИКТ
10	Люди и организации
11	Локально-ориентированный контент
12	Место ИКТ в повседневной жизни
13	ИКТ на рабочем месте
14	Возможности работы в области ИКТ
15	Электронная коммерция Бизнес-Потребитель
16	Электронная коммерция Бизнес-Бизнес
17	Электронное правительство
18	Электронная коммерция Бизнес-Правительство
19	Политика по регулированию телекоммуникаций
20	Торговая политика в области ИКТ

В соответствии с данными таблицы 9 можно констатировать, что ЮФО фактически соответствует третьему этапу внедрения технологий, сказывающихся на электронной готовности регионов. Однако пока дифференциация по исследуемым направлениям среди регионов ЮФО остается высокой. Электронная готовность

¹²⁵ Составлено автором по Гарвардской методологии готовности к «информационно связанному миру» (www.readinessguide.org) с авторскими дополнениями.

среди развитых стран находится примерно на одном уровне, в то время как остальной мир, в том числе и Россия, не могут сократить отставание¹²⁶.

Таблица 9. Матрица экспертных оценок электронной готовности регионов ЮФО¹²⁷

Регион	Значение показателя																				Степень готовности
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	
РЕСПУБЛИКА АДЫГЕЯ	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	2,9
РЕСПУБЛИКА ДАГЕСТАН	3	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2,2
РЕСПУБЛИКА ИНГУШСКАЯ	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2,1
КАБАРДИНО-БАЛКАРСКАЯ РЕСПУБЛИКА	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2,5
РЕСПУБЛИКА КАЛМЫКИЯ	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	2,8
КАРАЧАЕВО-ЧЕРКЕССКАЯ РЕСПУБЛИКА	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2,7
РЕСПУБЛИКА СЕВЕРНАЯ ОСЕТИЯ	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	2	3	3	3	2,8
ЧЕЧЕНСКАЯ РЕСПУБЛИКА	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
КРАСНОДАР-СКИЙ КРАЙ	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3,4
СТАВРОПОЛЬСКИЙ КРАЙ	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3,1
АСТРАХАН-СКАЯ ОБЛАСТЬ	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3,0
ВОЛГОГРАД-СКАЯ ОБЛАСТЬ	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3,1
РОСТОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3,4
СРЕДНЯЯ ОЦЕНКА ПО ПОКАЗАТЕЛЯМ ЭЛЕКТРОННОЙ ГОТОВНОСТИ В ЮФО	3,1	3,0	2,8	3,3	2,8	2,9	3,3	3,0	2,9	2,8	2,8	2,6	2,8	2,3	2,4	2,6	2,7	2,8	2,8	2,7	2,8

¹²⁶ Economist Intelligence Unit 2006 //

a330.g.akamai.net/7/330/25828/20060531174642/graphics.eiu.com/files/ad_pdfs/2006Ereadiness_Ranking_WP.pdf.

¹²⁷ Составлено автором на основе исследования Гарвардской методологии «электронной готовности» с авторскими дополнениями.

Применение модифицированного Гарвардского способа присвоения оценок позволяет проиндексировать регионы ЮФО по степени электронной готовности. Результаты исследования показали, что наиболее готовыми к электронному переходу в информационно связанный мир оказались такие регионы ЮФО, как Краснодарский край, Ростовская область, Ставропольский край. Но следует отметить, что в целом эффективность внутреннего и внешнего взаимодействия субъектов электронного бизнеса в ЮФО оказывает пока недостаточное влияние на общую оценку электронной готовности. Такое положение частично обусловлено тем, что ФЦП «Электронная Россия (2002-2010 гг.)» не всегда коррелирует с программой административной реформы. Негативное влияние на данный процесс оказало и недофинансирование мероприятий ФЦП «Электронная Россия (2002-2010 гг.)» в 2002-2006 гг. в размере до 75% от предусмотренного уровня.

Благодаря реализации приоритетного национального проекта «Образование» оценка показателей электронной готовности в данной сфере достаточно высока и стабильна. Достаточно высокие оценки имеют показатели развития информационной инфраструктуры и смежных с ней областей. Действительно, ситуация с электронным правительством (не принимая во внимание результаты административной реформы) и B2G находится в благоприятной для дальнейшего развития зоне. Поскольку инфраструктурные проблемы практически преодолены, развитие среды электронного бизнеса обеспечивается улучшением показателей электронной готовности, связанных с сегментами B2C и B2B, а также возможностями работы в области ИКТ.

Таким образом, соответственно разработанной организационно-экономической модели регионального электронного бизнеса субъекты рынка ЮФО только начинают взаимную интеграцию, т.е. соответствуют активной ее фазе. Исходя из вышесказанного, по нашему мнению, государственная политика по поддержке и развитию предпринимательских структур на территории субъекта Федерации должна включать в себя мероприятия по улучшению показателей

«электронной готовности», т.е. совокупности факторов, определяющих электронный бизнес. Формируется структура регионального электронного бизнеса, которая, с одной стороны, интегрирована с внешней средой, а с другой, имеет оригинальные особенности на уровне региона, позволяющие создавать гибкие внутренние комбинации взаимодействия агентов, учитывая факторы, нормы и правила, традиционно сложившиеся на данной территории. Следовательно, адаптационные мероприятия по взаимной интеграции экономических субъектов, образующих локальную структуру электронных форм предпринимательства, упорядочивают взаимодействия в рамках фиксированной территориальной обособленности, с учетом особенностей налагаемых ограничений, генерируемых спецификой электронных отношений.

3. ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОГО БИЗНЕСА В РЕГИОНЕ (НА ПРИМЕРЕ РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ)

3.1 Социально-экономические условия функционирования субъектов электронной торговли в регионе

Исследование проблем постиндустриальной трансформации экономики, в частности, развития электронного бизнеса в России с необходимостью предполагает анализ системы отношений между субъектами электронной коммерции, в частности, на основе сопоставительной динамики интернет-магазинов в США и России с проекцией на регион Южного федерального округа – Ростовскую область и тестирование тенденций развития рынка B2C-торговли в г. Ростове-на-Дону.

Информационная экономика, качественно преобразующая традиционные отношения, становится реальностью в развитых странах. Среди российских регионов характеру постиндустриального типа развития в настоящее время соответствует только один субъект – г. Москва. По мнению А. Скопина¹²⁸, это связано с тем, что на уровне регионального и федерального управления индустриальная парадигма преобладает над постиндустриальной. Также отмечается, что в еще трех российских регионах сложились существенные предпосылки для развития постиндустриального сектора - г. Санкт-Петербурге, Калининградской области и Краснодарском крае. А. Скопин предлагает называть только их потенциально возможными центрами развития постиндустриального сектора, а остальные субъекты РФ относит к постиндустриальной периферии.

Действительно, традиционно принадлежность к постиндустриальной экономике характеризуется доминированием вклада в создаваемую стоимость матери-

¹²⁸ Скопин А.Ю. Постиндустриальное развитие регионов тормозит низкое качество управления // Вести Отечества. 2007. №14(388). www.businesspress.ru/newspaper/article_mId_43_aId_414976.html.

альных благ нематериальных активов, возрастанием ценности знания. Исходя из этого, предложенное А.Скопиным деление регионов на соответствующие категории - центр и периферию - адекватно традиционно трактуемой индустриальной экономике XX в. Однако в современных условиях становления неэкономике, где доминируют сетевые формы взаимодействия субъектов-носителей знания и информации, такое деление некорректно. Сеть состоит из связанных между собой по определенным правилам точек, роль которых выполняют любые территории, где присутствуют формы хозяйствования, а связи экономических субъектов определяются отношениями, возникающими в процессе их взаимодействия. Среди субъектов сетевых взаимодействий выделяются особо крупные точки - узлы. По нашему мнению, существование одного крупного узла не может быть длительным, поскольку при сетевом взаимодействии в виртуальной экономике может действовать физическое правило сообщающихся сосудов. Диспропорция, сложившаяся в российских условиях, когда более 70% электронного рынка сосредоточено в одном месте, является следствием развития индустриальных процессов, значимость которых со временем снижается.

Конечно, направления развития информационной экономики задаются возрастающими потребностями общества. При этом развитие сервисов Интернет трансформирует представление о традиционном поиске пользователем информации о продукте или услуге для удовлетворения своих потребностей. Основной целью таких сервисов становится инициация активности различных сообществ по принципу социальных сетей, а также целенаправленный сбор и распространение информации через канал Интернета, где все экономические субъекты активно осваивают Интернет как особое пространство и принципиально новую среду коммуникации. Это ведет к активизации информационно-экономических взаимосвязей между участниками процесса, в частности, в форме инициализации интернет-представительства. Однако такая технология, когда информация о деятельности субъекта, его товарах или услугах помещается на сайт, имеет существенный не-

достаток. Зачастую пользователь не может найти информацию, интересующий продукт или услугу, тем самым его потребность остается неудовлетворенной, а потраченное на поиск среди «информационного мусора» время трансформируется в издержки. Природа этого негативного эффекта определяется сущностным противоречием Сети: с одной стороны, каждый участник сетевого взаимодействия имеет уникальную для традиционного экономического пространства возможность – на равноправных условиях заявить о себе (т.е. реализуется принцип свободной конкуренции), с другой, постоянный рост количества доменов ухудшает ситуацию с поиском актуальной информации.

По нашему мнению, сформировалась объективная потребность в разработке такого механизма, при котором не потребитель ищет информацию, а информация находит своего потребителя. Это обеспечивается в рамках существующих интернет-разработок за счет персонификации каждого индивида, т.е. представлении в виртуальном пространстве снимка (отображения) реального субъекта со всеми его индивидуальными атрибутами. Существуют инструменты для анализа всей совокупности данных, оставляемых пользователями цифровых устройств. Например, используя навигационную систему «Google Earth» параллельно с мобильным телефоном и приборами, регистрирующими самочувствие людей в режиме «онлайн», заинтересованные субъекты могут узнать об эмоциональном состоянии жителей определенных территорий. Таким образом, если сборная команда по хоккею выигрывает матч, то специальные сканеры засекут всплеск эмоционального возбуждения в районе ледового дворца. При этом на передающее устройство посылается команда на размещение рекламного сообщения в конкретной местности.

В настоящее время в России появилось множество информационных порталов, социальных сетей (например, www.odnoklassniki.ru), но они не в полной мере отвечают требованиям и потребностям общества и государства. Большинство из них являются узко сегментированным, нишевым решением, углубляющим дифференциацию общества по социальным группам. В рамках площадок формата B2C,

рассматриваемых с позиции пользователя (покупателя), выделяются две категории товаров – соответствующих требованиям продвижения через канал Интернет и неадекватных им. В соответствии с данными, представленными в таблице 10, в сегменте B2C наибольшим спросом пользуются следующие товарные группы: цифровая и компьютерная техника, книги, аудио- видеопродукция. Следовательно, наиболее адекватными императивам электронного бизнеса являются товары, торговый цикл для которых может быть полностью осуществлен посредством сети. Согласно НАУЭТ и CNews Analytics, к такой категории относятся музыка, фильмы, программное обеспечение и игры, аналитическая информация, электронные книги и другой контент, которые могут быть полностью реализованы через гипертекстовую среду. Другие товарные группы: компьютеры и их комплектующие, бытовая техника, электроника, туризм и бронирование билетов, товары для дома и др. – в меньшей мере соответствуют требованиям электронной коммерции.

Таблица 10. Товарооборот лидеров российского B2C-сегмента¹²⁹

№	Интернет-магазин	Товарная группа	Посещаемость, в день	Оборот, млн. долл.
1	OZON.ru	Книги, газеты, журналы,	67907	66,1
2	M-video	Бытовая техника и электроника аудио- видео	17529	20
3	NIX.RU	Компьютерное оборудование	17084	90
4	Exist.ru	Автомобили и запчасти	16434	7
5	003.ru	Бытовая техника и электроника	15628	31
6	FOTO.ru	Бытовая техника и электроника	11358	10
7	Softkey	Программное обеспечение	10123	5
8	Parter	Билеты на культурные мероприятия	7253	6
9	Porta.ru	Компьютерное оборудование	7012	5
	Другие	-	-	> 800

¹²⁹ Составлено автором по: счетчик системы Rambler; НАУЭТ, 2006; Воейков Д. Десять лет ozon.ru // РС WEEK/RE 2008. №14. 22 апреля. - С.14.

Новым импульсом в развитии сегмента В2С электронного бизнеса стал рост (бум) потребительского спроса, связанный с появлением гибких платежных систем и стремительным расширением потребительского кредитования, а также с ростом общей вовлеченности населения в структуры киберпространства. Например, в 2007 г. в Рунете насчитывалось более 40 млн. действующих почтовых ящиков, из которых около 14% посещаются ежедневно¹³⁰. Для электронного рынка это означает, что общество «потенциально готово» к получению услуг нового формата, а дальнейшее проникновение Интернета будет происходить за счет высокоскоростных широкополосных подключений. По оценкам PricewaterhouseCoopers, количество домохозяйств, имеющих широкополосный доступ к Интернет, будет расти в среднем на 50% в год до 2011 гг. и в России составит 17,5 млн., при этом количество телефонных доступов существенно не изменится¹³¹.

Количество интернет-магазинов в России за 2006 г. увеличилось примерно на 30%. Наиболее быстрыми темпами развиваются магазины, предлагающие различный ассортимент оборудования (77%), строительные материалы (68%), подарки и цветы (62%), книги, печатную продукцию (52%), спортивные (51%) и детские товары (49%)¹³². Эти данные свидетельствуют о том, что все более эффективными и привлекательными для предпринимателей становятся бизнес-модели, построенные с использованием инструментов электронной коммерции. Данная гипотеза подтверждается целым рядом факторов. Во-первых, реклама в Интернет при относительно меньшей стоимости по сравнению с традиционными каналами распространения рекламы считается более эффективной. Во-вторых, издержки на содержание интернет-магазина значительно ниже, чем традиционной розничной торговой точки. В-третьих, некоторые категории товаров: книги, аудио- и видеопродук-

¹³⁰ Арт Я. Банки в сети // Профиль. 2007. №40 (548). 29 октября.

¹³¹ PricewaterhouseCoopers. Всемирная индустрия развлечений и СМИ: прогноз на 2007–2011 годы. (Global Entertainment and Media Outlook: 2007-2011), восьмой ежегодный выпуск // www.pwc.com/extweb/ncpressrelease.nsf/docid/5FD856AA3C16947B80257309002DE16A.

¹³² Андонов А.М. Исследование рынка электронной торговли РФ: Отчет РБК. СПб., 2007.

ция, бытовая и компьютерная техника - из-за особенностей их продвижения хорошо подходят именно для торговли через Интернет.

Самый большой годовой прирост участников рынка электронного бизнеса отмечается в секторе B2C, однако при этом объемы годового оборота остаются низкими, что требует выявления причин складывающейся диспропорции. Сравнительный анализ деятельности интернет-магазинов США и России, позволяет оценить среднюю стоимость заказа по основным товарным группам в интернет-магазинах этих стран (таблица 11).

Таблица 11. Средняя стоимость заказа по товарным группам в России и США¹³³

	Товарная группа	Средняя стоимость одной покупки (выполненного заказа), долл.	
		В России	В США
1	Автомобили и запчасти	1630	119
2	Бытовая техника и электроника	633	99
3	Компьютерное оборудование и комплектующие	466	584
4	Строительные материалы, инструмент	373	70
5	Товары класса люкс, ювелирные изделия и часы	276	46
6	Товары и оборудование для дома (мебель, предметы интерьера, бытовая химия, и др.)	243	45
7	Спортивные товары	176	74
8	Программное обеспечение	120	47
9	Билеты на культурные мероприятия	40	122
10	Товары по уходу, косметика, парфюмерия	24	86
11	Итого, в среднем по товарным группам	374	130

Так, среди основных товарных сегментов в России абсолютным лидером является группа «Автомобили и запчасти». Во многом это объясняется тем, что при определении средней стоимости покупки в российских интернет-магазинах учитывались сделки через сайты машиностроительных компаний и их дилеров, продавцов, специализирующихся на

¹³³ Составлено автором на основе: НАУЭТ, 2006; Nielsen // NetRatings, 2005; B2C в России: полный текст исследования CNA и НАУЭТ 2005 // www.cnews.ru/reviews/index.shtml?2005/09/26/187951_1.

сбыте автокомплектующих, а также специфических (нишевых) товаров и услуг. Средняя стоимость одной покупки в интернет-магазине сопоставима с аналогичным показателем традиционных предприятий розничной торговли, но количество и объемы подобных сделок в США в несколько раз больше, чем в России. Кроме того, следует учитывать, что российские региональные торговые предприятия Интернет составляют незначительную часть в структуре общероссийских, объем которых существенным образом отстает от столичных субъектов. Тем не менее, электронный бизнес в регионах России неуклонно развивается, что подтверждается возросшими общими объемами рынка электронной торговли.

Сравнительный анализ деятельности интернет-магазинов США и России позволил оценить среднюю стоимость заказа по основным товарным группам в интернет-магазинах этих стран, которая выявила отставание объемов продаж в России по некоторым товарным группам, хотя по компьютерным комплектующим и бытовой электронике они сопоставимы. Дневной товарооборот в сегменте российского киберпространства еще существенно отстает от традиционных форм предпринимательства. По нашему мнению, относительно высокая средняя стоимость покупки по товарным группам в России частично обусловлена историческими причинами и слабой развитостью рынка интернет-услуг в целом. Проблема доверия в России стоит гораздо острее, нежели в США, где заказ билетов как на культурные мероприятия, так и на авиоперелеты и пр. через Интернет является обыденной рутинной.

Очевидно, электронная торговля в Ростовской области занимает не столь значимое место, как в московском регионе, где сосредоточено большинство торговых площадок. Исследования Фонда «Общественное мнение» показали, что доля пользователей Интернетом в 2007 г. превысила 20%-й рубеж¹³⁴. Следует отметить, что ранее основной прирост обеспечивался исключительно пользователями г. Москвы, но к настоящему времени этот рынок близок к насыщению.

Таким образом, с реализацией федеральных целевых программ, национальных проектов, ростом доходов населения дальнейший рост числа пользователей сети Интернет

¹³⁴ Опросы «Интернет в России / Россия в Интернете». Выпуск 21. Осень 2007. 2005 / Фонд «Общественное мнение». - М., 2007. // <http://bd.fom.ru/pdf/autumn2007rus.pdf>.

приходится на остальные субъекты РФ. Так, по оценкам, проникновение Интернета в г. Ростове-на-Дону соответствует средним российским показателям. Сегмент потребителей доступа dial-up в качестве основного канала достаточно велик: число таких клиентов в г. Ростове-на-Дону составляет не менее 100–120 тыс. чел. Наиболее динамично развивается сотовая связь, число пользователей которой на Дону превысило 3,17 млн. чел. Доходы от ее услуг составляют более трети доходов всей отрасли¹³⁵. Тем не менее, информационное наполнение Рунета региональными ресурсами остается на низком уровне. Объективно не хватает проектов, реализующих основное достоинство Интернета, принцип интерактивности. В настоящее время большинство интернет-представительств компаний выполняют только имиджевую функцию. По данным поисковой системы «Яндекс», в Ростовском сегменте Рунета находится менее двадцати действующих интернет-магазинов.

Анализ рынка электронной торговли регионального центра г. Ростова-на-Дону показывает что ресурсы, характеризующиеся как интернет-магазин с наличием головного офиса компании-владельца на территории города, начали формироваться с 2000 г., когда через Интернет продавались компьютерные комплектующие и программное обеспечение. К 2008 г. в ростовском сегменте сети Интернет продается весь ассортимент товаров и услуг, что и в традиционных магазинах. В настоящее время количество зарегистрированных интернет-магазинов в Ростовской области увеличивается за счет выхода федеральных торговых сетей на региональный рынок.

Относительно высокие темпы появления новых интернет-магазинов наблюдались в 2005-2006 гг., когда представители реального бизнеса региона стремились открыть представительства в Сети с поддержкой сервиса интернет-магазинов. Примерно в этот же период на рынок Ростовской области начали приходить крупные торговые сети, но не все проекты интеграции с Сетью оказались успешными (таблица 12).

¹³⁵ Покровская О. На рынке телекоммуникаций выигрывают новейшие технологии. 2007. // www.marchmont.ru/viewJournal.php?articleId=355.

Таблица 12. Интернет-магазины г. Ростова-на-Дону

№	Адрес магазина в сети Интернет	Наименование	Время появления в Интернет	Целевой сегмент товаров	Обслуживаемые регионы (районы доставки)	Отображение, реальное или виртуальное предприятие
1	www.informatika.ru	«Информатика»	2000 г.	Компьютерное оборудование и офисная мебель	Россия	Реальное
2	www.kansler.ru	Фирма «Грот» (магазин «Канцлер»)	2001 г.	Канцтовары, расходные материалы	Ростов-на-Дону	Реальное
3	www.avtospros.info	«Автоспрос»	2008 г.	Автозапчасти	Россия	Реальное
4	www.stylus.ru	«STYLUS»	2006 г.	Расходные материалы	Ростов-на-Дону	Реальное
5	www.avtogsm.ru	«AvtoGSM»	2005 г.	Противоугонные системы, электрооборудование	СНГ	Реальное
6	www.pokrishkino.ru	«Покрышкино»	2006 г.	Товары для автомобилей	ЮФО	Реальное
7	www.perfumlux.ru	«Интернет-магазин парфюмерии»	2005 г.	Парфюмерия	Россия	Виртуальное
8	www.ulybka.com	«Улыбка»	2006 г.	Детская одежда	Россия	Виртуальное
9	www.hdomovoy.ru	«Ваш домовой - Интернет-гипермаркет»	2007 г., в настоящее время не работает	Продукты, книги, канцелярские товары, аптечные товары, мультимедиа	Россия	Виртуальное
10	www.7444.ru	«7444.ru»	2005 г.	Электроника, бытовая, климатическая техника	Россия	Виртуальное
11	www.metal-tools.ru	«Metal-tools - твердосплавные пластины»	2005 г.	Инструмент	Ростов-на-Дону	Реальное
12	www.vashochag.ru	«Ваш Очаг»	2007 г.	Бытовая техника: котлы, радиаторы	Ростов-на-Дону	Реальное
13	www.tridui.ru	«Три Дюйма»	2007 г.	Продукции для систем водоснабжения	Ростов-на-Дону	Реальное
14	www.upgrade-rostov.ru/	«Upgrade»	2005 г., в настоящее время не работает	Компьютерное оборудование и сопутствующие товары	Ростов-на-Дону	Реальное
15	www.geraplus.rostov.ru	«Gera Plus»	2004 г.	Обувь	Ростов-на-Дону	Реальное
16	www.booka.ru	«Магистр»	2007 г.	Книжная продукция	Россия	Реальное
17	http://istore.km-union.ru	«Офисный Мир КМ»	2007 г.	Компьютерное оборудование	Ростовская область	Реальное
18	http://www.vismayug.ru/	«Висма Люкс»	2006 г.	Питьевая вода и сопутствующее оборудование	Ростовская область	Реальное
19	http://rostov.delta.ru/	«Дельта»	2006 г., в настоящее время не работает	Бытовая техника	Ростовская область	Реальное

В таблице 12 не получили отражения интернет-ресурсы многих региональных торговых компаний, а также некоторых филиалов сетей Санрайс, Позитроника, Медиамаркт, Эльдорадо, Иманго и др. (таблица 13). Это связано с тем, что они не удовлетворяли условиям выборки, поскольку имеют вид электронной витрины или информационного сайта (интернет-представительство), либо являются общефедеральным решением.

Таблица 13. Крупнейшие интернет-магазины, имеющие представительства в Ростовской области

№	Адрес магазина в сети Интернет	Наименование	Время появления в Интернет	Целевой сегмент товаров	Обслуживаемые регионы (доставка)	Отображение, реальное или виртуальное предприятие
1	www.7pd.ru	«Семь Пятей» (ростовский филиал)	2006	Конструкторы, компакт-диски	Россия	Реальное
2	rostov.mvideo.ru	«М-видео» (ростовский филиал)	2006	Электроника и бытовая техника	Россия	Реальное
3	www.officemag.ru	«ОфисМаг» (ростовский филиал)	2004	Канцтовары	Россия	Реальное

Общий уровень развития электронного бизнеса в России довольно низок - полностью виртуальных компаний в России менее 1,5%, ещё у 3% компаний доля электронных заказов составляет от 30 до 70%, у такого же числа фирм бизнес примерно на треть состоит из интернет-заказов, и около 14% компаний обрабатывают менее 10% заказов. Для г. Москва соответствующие показатели в 1,5-2 раза выше¹³⁶. Уровень электронизации торговли в ЮФО несколько ниже общероссийского, но структурно они совпадают. Конечно, поскольку в представленную структуру регионального рынка интернет-магазинов (рисунок 11) включены

¹³⁶ Карачаровский В. ИТ-рынок Северо-Запада удивил темпами роста 2007. / CNews Analytics.

только ростовские компании, то в целом рынок имеет несколько отличную структуру, однако независимо от этого она в дальнейшем будет существенно меняться. Прежде всего, изменения произойдут не только за счет распространения сети представительств федеральных и мировых компаний, но и выхода в Сеть все большего числа местных предпринимателей.



Рисунок 11. Структура рынка интернет-магазинов Ростовской области¹³⁷

Таким образом, доминирующими направлениями электронной торговли формата B2C среди ростовских предпринимателей являются следующие товарные группы: бытовая техника и электроника, книжная продукция и канцтовары, автомобили и запчасти. Это объясняется тем, что развитие розничной электронной торговли в ростовском регионе только начинается. Поэтому возможны отдельные диспропорции в структуре товарных групп, не свойственные для рынков остальных регионов. По мере проникновения интернет-торговли во все взаимосвязи регионального сообщества, накопления положительного опыта заключения электронных сделок спрос должен смещаться в сторону товаров массового потребления.

¹³⁷ Составлено автором в процессе исследования.

Проведенное исследование структуры регионального электронного рынка позволило выявить ряд факторов как позитивно, так и негативно влияющих на развитие региональной электронной торговли (таблица 14).

Таблица 14. Факторы развития электронного рынка Ростовской области¹³⁸

Тормозящие факторы	Развивающие факторы
Общеэкономические факторы	
<ul style="list-style-type: none"> - высокий уровень теневизации экономики, коррупция; - отсутствие на предприятиях эффективной логистики; - низкий уровень занятости в малом бизнесе (по России примерно 22% экономически активного населения). В статистике целевых показателях отраслевых министерств малый бизнес отсутствует 	<ul style="list-style-type: none"> - расширение регионального рынка; - появление крупных проектов в области электронной торговли; - благоприятный инвестиционный климат; - в отраслевой структуре малого предпринимательства доминирует торговля; - высокий образовательный потенциал населения
Инфраструктурные факторы	
<ul style="list-style-type: none"> - относительно низкий уровень использования информационных технологий на периферии; - разобщенность ростовских IT-компаний и недостаток оборотных средств ослабляют их позиции по отношению к столичным и зарубежным игрокам; - доступ dial-up является основным видом доступа в Интернет среди индивидуальных пользователей; - на ростовский рынок телекоммуникаций выходят крупные столичные Интернет-провайдеры 	<ul style="list-style-type: none"> - в регионе представлены и работают все ведущие российские операторы сотовой связи; - уровень автоматизации и информатизации крупных предприятий различных отраслей экономики региона весьма высок; - рынок дистрибуции и розницы в сфере IT в значительной степени контролируется местными компаниями; - в г. Ростове-на-Дону создана развитая инфраструктура связи, Интернетом пользуется каждый пятый ростовчанин; - рынок мобильной связи региона близок к насыщению
Правовые факторы	
<ul style="list-style-type: none"> - расчетные показатели ФЦП «Электронная Россия» не выполняются; - проблема доверия к электронным сделкам, низкая проработанность правового регулирования электронной торговли на федеральном уровне (в частности, отсутствует закон об электронной цифровой подписи) 	<ul style="list-style-type: none"> - успешно реализуется программа «Основные направления политики РФ 2006-2008 годы и место ИКТ в их реализации»

¹³⁸ Составлено автором по: www.marchmont.ru/viewJournal.php?articleId=359; Россияне по-прежнему далеки от привычки к он-лайн-шоппингу. 2008 // moneynews.ru/article.asp?view=15068.

Наиболее цитируемым в Рунете поисковыми системами интернет-магазинов является Ozon.ru, который был основан в 1998 г. как новый электронный ресурс, одновременно сочетающий в себе «виртуальный» магазин и постоянно обновляемую энциклопедию, и стал одним из первых крупных проектов российской электронной коммерции в сегменте B2C. Успешность данного ресурса характеризует торговый оборот, который в 2007 г. превысил 66 млн. долл., что на 93% больше по сравнению с аналогичным периодом 2006 г.¹³⁹ Однако, как ни парадоксально, широкая известность, высокие темпы роста и масштабный товарооборот не определяют абсолютное лидерство Ozon.ru, поскольку на электронном рынке есть интернет-магазины, конкурирующие с ним по этим показателям. Некоторые даже превышают в несколько раз по показателю оборота в отдельных товарных группах (например, продажи интернет-магазина «Эльдорадо» в товарной группе «Электроника и бытовая техника» сопоставимы с Ozon.ru). Следует отметить, что в администрации Ozon.ru допускают возможность больших оборотов интернет-магазинов по продаже цифровой техники¹⁴⁰.

По оценкам, сохранение интернет-магазином лидирующих позиций на протяжении десяти лет заключается в специфичной (для российского рынка) бизнес-модели, особенность которой состоит в ориентации на потребности пользователей и эффективном развитии региональной сети доставки. Так, за 2007 г. во введенных в эксплуатацию новых пунктах выдачи заказов и курьерских службах доставки рост продаж превысил 200% в гг. Ростове-на-Дону и Екатеринбурге. Основные доли продаж приходятся на Москву и Санкт-Петербург (53% и 17% соответственно), однако доля регионов достигла 26%. В 2007 г. в структуре продаж товаров в рассматриваемом интернет-магазине выделились следующие категории: на книги пришлось около 35% продаж, 28% составили заказы электронной техники, фото-

¹³⁹ www.nauet.ru. 2007.

¹⁴⁰ www.ozon.ru. 2008.

техники и мобильных телефонов, 15% - кинопродукции, на музыку – 4%, на бумажно-полиграфические издания и раритеты – 6% и на все остальное – 12%¹⁴¹.

Объективно оценить долю рынка, принадлежащую интернет-магазину «Озон» и его ближайших конкурентов затруднительно. Но поскольку на рынок выходят все новые и новые игроки, вызывая повышение конкуренции, то протекают закономерные процессы, идущие на пользу всему рынку. Например, в компании «Финам» объем рынка электронной торговли оценивают в 900 млн. долл., указывая при этом на высокую степень непрозрачности рынка. По оценкам экспертов РС WEEK интернет-магазин «Озон» занимает около 3% рынка интернет-магазинов B2C¹⁴². По итогам 2006 г. объем рынка электронной коммерции B2C в России оценивается в 1,25 млрд. долл., из которых около 750 млн. долл. приходится на товары, а остальное – на услуги¹⁴³. Аналогичные расхождения в оценках присутствуют и при исследовании региональных электронных рынков, в частности, в Ростовской области.

В качестве центра постиндустриального развития на Юге России выступает г. Ростов-на-Дону, который развивается по постиндустриальной модели – доля промышленного сектора постепенно сокращается относительно сферы услуг. Индекс физического объема промышленного производства к соответствующему периоду 2005 г. за 6 месяцев 2006 г. составил 100,7%¹⁴⁴. По этому показателю г. Ростов-на-Дону впервые за длительный период времени утратил свои лидирующие позиции, уступив г. Шахты.

Процессы развития электронного бизнеса оказывают в целом положительный социально-экономический эффект и содействуют становлению информационного общества, ускоряя развитие электронной торговли, в т.ч. в Ростовской области. Так, дисконт на российских электронных торговых площадках достигает

¹⁴¹ Воейков Д. Десять лет Ozon.ru // РС WEEK/RE 2008. №14. 22 апреля. - С.14.

¹⁴² См.: Там же. - С.14.

¹⁴³ См.: Там же. - С.14.

¹⁴⁴ www.businessprint.ru/newsitem.asp?id=776575, 2006.

11%, в то время как на европейских рынках этот показатель не превышает 8%. Хотя это связано с торговой наценкой в России по сравнению с Европой, тем не менее, по экспертным оценкам, в России эффективность интернет-трейдинга может достигать 30%.

Однако при оценке объемов сделок электронного бизнеса возникает противоречивая ситуация, поскольку электронные сделки по купле-продаже ценных бумаг или производных инструментов на российских и зарубежных торговых площадках (площадках интернет-трейдинга) не получают отражения в сводной статистике. Действительно, сделки на валютном рынке FOREX по российскому законодательству приравниваются к азартным играм. Однако они там также не учитываются. По нашему мнению, этот сегмент электронного бизнеса должен учитываться в рамках сектора B2C. По данным ММВБ, к 2007 г. зарегистрировано в качестве участников торгов более 300 тыс. чел., а объем заключенных на ней сделок превысил 1 трлн. долл. Отставание от площадок развитых рынков очевидно: в США более 70% населения являются владельцами акций тех или иных компаний. Это связано с общей финансовой грамотностью населения. Тем не менее, по уровню программно-аппаратной оснащенности отечественные биржи имеют конкурентоспособные системы ведения торгов.

По мнению экспертов, акции многих российских компаний уже достигли справедливых уровней цен. Таким образом, дальнейший прирост российского фондового рынка видится за счет роста акций второго и третьего эшелонов, проведения новых перспективных IPO и увеличения количества частных индивидуальных инвесторов. Мировой финансовый кризис 2008 г., начало которого связывают с признаками рецессии в крупнейшей экономике США затронул и отечественных игроков, многие из которых поспешили вывести свои вложения с развивающихся рынков, в том числе и с российского. В силу такого развития событий восстановление индексов торговых систем осуществимо только в среднесрочной перспективе.

Пиринговые (одноранговые) сети трансформируют сложившуюся систему распространения информации. Изменяется модель «один ко многим», где контент формируют издательские компании, средства массовой информации, провайдеры. На смену ей приходит модель «от многих ко многим», в которой основной контент формируется самими пользователями. Таким образом, любой пользователь теперь выступает не только «конечным потребителем», но и становится «производителем» контента. Это является сигналом для традиционных акторов отрасли.

В целом за последний период трех-четырех лет отмечается рост индексов мировых фондовых рынков, но курс акций, например, крупнейших издательств в США снизился более, чем на 15%. Причиной, в частности, выступает появление новых бизнес-моделей и реализация принципа одноранговых сетей. Более серьезные последствия может испытать финансовый сектор. Например, во многих развивающихся странах банками осуществляется микрокредитование с определенной процедурой поручительства и залогов. Сеть Интернет является источником новой модели банковских операций. Уже сейчас в виртуальных структурах доступны производные виртуальные финансовые инструменты, где в роли банков выступают участники социальных сетей. Все это способствует уходу в прошлое арбитражных сделок, на которых получают доход крупные банки (ставки по кредитам нередко превышают 15%, а по вкладам – менее 10%)¹⁴⁵. Более того, с развитием таких сетей можно будет расплачиваться персональной валютой. Эта валюта будет продаваться на бирже по плавающему курсу, устанавливаемому в зависимости от состояния рынка. Стоимость персональной валюты будет определяться скорее репутацией и размахом социальной сети, чем ожиданиями рынка и показателями экономики¹⁴⁶.

Большинство традиционных фирм в России имеют свои представительства в глобальной Сети (около 80%). Однако даже с такой позиции предприятия Рос-

¹⁴⁵ Сталнекер С. Одноранговая экономика как модель будущего // www.hbr-russia.ru/issue/36/53/. 2008.

¹⁴⁶ См.: Там же.

товской области относительно слабо представлены в Интернете. Воспользовавшись поисковой системой «Yandex.ru», сформировав запрос «интернет-магазин» в специальной региональной вкладке «Ростов-на-Дону», система выдает ссылки на 739 предприятий, связанных с электронной торговлей, причем лишь 16 из них оказываются реально действующими, с регулярно обновляемым ассортиментом интернет-магазинами. Среди общего числа интернет-магазинов следует выделить торговые системы, созданные на базе реальных торговых компаний. Наблюдается экспансия федеральных брендов интернет-представительств и действующих на их основе интернет-магазинов, таких, как М-видео, Эльдorado, Мир и др. Естественно, они выступают серьезными конкурентами для местных розничных торговцев.

Анализ позволяет выделить бизнес-модели, которые способны обеспечить прибыльность ритейлингового предпринимательства в сети Интернет. Во-первых, это интернет-магазины, которые созданы крупными торговыми сетями с использованием их бренда (М-видео, Эльдorado). Во-вторых, это интернет-магазины, которые созданы при участии крупных розничных торговых сетей и используют их логистическую структуру. В-третьих, это холдинговые структуры, которые объединяют в себе несколько интернет-магазинов, специализирующихся на различных товарных группах или видах услуг (например, eHouse).

Для оплаты в действующих на территории региона интернет-магазинах используются расчеты как в наличной, так и в безналичной форме. Тем не менее, развитие электронных платежных систем сдерживается относительно высокими комиссионными сборами. При существующем уровне торговых надбавок отчисление от 2% только за прохождение средств нивелирует преимущество электронного способа оплаты, поскольку при суммировании расходов по доставке и поддержке послепродажного гарантийного обслуживания, а также возможности возврата товара цена в интернет-магазинах становится фактически сопоставимой с ценой на аналогичные товары в традиционных магазинах. Также существенно ограничивает круг потенциальных покупателей то, что многие пользователи поль-

зуются сервисами интернет-магазинов только для поиска и сравнения интересующих их позиций товаров. Следует отметить, что некоторые продавцы, начиная с определенной суммы заказа, берут на себя все расходы по доставке. При этом заказчики имеют возможность выбора варианта доставки и способа оплаты. Таким образом, выход новых игроков на региональный рынок и снижение издержек по транзакциям на коммуникацию усиливает конкуренцию, делая сервисы более доступными массовому потребителю.

Банковские интернет-операции и электронные платежи становятся одним из основных способов предоставления финансовых услуг. Они позволяют значительно снизить удельные издержки финансовых операций, а также существенно ускорить их и во многих случаях сделать транзакции более безопасными. Поэтому поставщики финансовых услуг увеличивают долю своих операций и услуг на базе сети Интернет и налаживают постоянные и устойчивые взаимосвязи со своими клиентами в режиме «он-лайн». С расширением интерактивных сервисов возникает все большая необходимость в проведении быстрого электронного перевода денежных средств. Так, значительно увеличился рост выпуска банковских карт с возможностью проведения расчетов в Интернет. Интернет-клиентов в финансовых структурах становится все больше. Об увеличении числа клиентов, активно использующих для коммуникации с банком сеть Интернет, отмечают в банках: Уралсиб, Промсвязьбанк, Zenit, Сбербанк и др.

На протяжении последних нескольких лет наблюдается тенденция к плавному расширению круга субъектов электронной торговли. При этом состояние информационной и коммуникационной инфраструктуры уже не сдерживает развития доступа к Интернету. Теперь на первый план выходит более важная задача институционального характера – решить проблему доверия пользователей Интернета к электронным сделкам. В то время, как мировые ритейлеры показывают убытки, а эксперты все чаще советуют им выходить со своими предложениями в Интернет, в России наблюдается обратная ситуация. Российские ритейлеры пере-

живают бум продаж. Предпочтения россиян в сфере оплаты через Интернет также не отражают общемировой тенденции. Если западные пользователи глобальной сети преимущественно применяют безналичные варианты оплаты (в том числе кредитные карты), большинство россиян, имеющих представление об электронных способах платежей (59%), тем не менее, по-прежнему расплачиваются наличными в момент доставки товара¹⁴⁷.

Таким образом, на рынок электронной торговли Ростовской области приходят профессиональные участники: предприятия традиционной розничной торговли, преимущественно сетевые, ориентирующиеся на долгосрочную стратегию работы с потребителями. Появление крупных, преимущественно московских компаний, формирующих на своей базе интернет-магазины и витрины с налаженными системами сервисного обслуживания, доставкой и приемом платежей, несомненно, стимулирует рост рынка региональной розничной электронной торговли. По нашему мнению, тенденция экстенсивного развития будет сопровождаться сегментацией и структуризацией всего рынка. Причем электронная торговля товарами массового спроса в интернет-магазинах крупных розничных сетей имеет большой потенциал и перспективы. Информатизация экономики Ростовской области оказала благоприятное влияние на качество и разнообразие услуг связи. Преодоление препятствующих факторов развития электронной торговли позволит Ростовской области занять одно из лидирующих мест среди субъектов РФ.

3.2 Ресурсное обеспечение развития электронного бизнеса в регионе

Региональный опыт развития электронных форм торговли, как основного рыночного процесса, представляет интерес, в первую очередь, в контексте формирования различных консорциумов, ассоциаций, холдингов, фондов, осуществ-

¹⁴⁷ Россияне по-прежнему далеки от привычки к онлайн-шоппингу. 2008 // www.moneynews.ru/article.asp?view=15068.

ляющих многостороннюю политику в формате систем электронной торговли по отношению к другим регионам. Заявленная деятельность подобных организаций, как правило, сводится к привлечению к системам электронных торгов максимального количества площадок, частных лиц, госструктур. При этом многие регионы имеют собственную стратегию направлений и методов развития электронных форм предпринимательской деятельности в соответствии с исторически сложившимися внутренними социально-экономическими условиями. В этом контексте нами исследуются процессы развития электронной торговли в России, как одной из важнейших форм электронного бизнеса, в частности, в динамично развивающемся Южном федеральном округе на примере Ростовской области.

Одновременно с этим использование информационно-коммуникационных технологий стимулирует экономический рост и обеспечивает решение социальных проблем. Об этом свидетельствует принятие государственных целевых программ «Электронная Россия», «Создание единой образовательной информационной среды», «Юг России 2008-2012», национальные проекты «Образование», «Здравоохранение», концепции формирования в РФ электронного правительства до 2010 г. на федеральном уровне и ряда региональных программ информатизации.

Как уже отмечалось ранее, основными преимуществами переноса предпринимательской активности в виртуальное пространство, общими для всей электронной коммерции, является сокращение временных затрат на документооборот, максимизация прозрачности операций, работа в единой конкурентной среде для всех исполнителей, независимо от их местонахождения. Место, где происходит контакт продавцов и покупателей товаров и услуг, идентифицируется нами как электронная торговая площадка (ЭТП), которая является автоматизированной информационной системой, функционирующей в сети Интернет. Поэтому она предоставляет ее участникам все преимущества, свойственные гипертекстовой среде. Доступ к ЭТП осуществляется любым средством коммуникации, поддерживающим протоколы Интернет.

В зависимости от назначения различают три основных вида электронных торговых площадок:

1. Площадки покупателей (заказчиков).
2. Площадки продавцов (поставщиков).
3. Площадки, создаваемые третьей стороной¹⁴⁸.

Электронные торговые площадки также различаются в зависимости от выступающего контрагента: частные лица, предприятия или госструктуры. Таким образом, возможны различные межпользовательские принципы взаимодействия на ЭТП, например, модели продаж по каталогам или системы биржевой торговли. Поэтому организация работы торговой площадки в Интернет предполагает взаимодействие пользователей на основе одной (или нескольких) из интерактивных моделей: электронного каталога, аукциона или биржи. Каждая из возможных моделей взаимодействия имеет свои особенности. Каталогная модель считается оптимальной для отраслей, характеризующихся наличием существенного числа мелких и средних предприятий при большом числе сделок¹⁴⁹. Она позволяет потребителю ознакомиться с массой предложений поставщиков. Электронный каталог обеспечивает быструю связь покупателей с продавцами. Часто модель аукциона применяется для осуществления электронных закупок на конкурсной основе. На электронной бирже цена может быстро меняться в зависимости от конъюнктуры рынка. Биржевой метод позволяет определять рыночные цены в режиме реального времени.

Иногда к электронным торговым площадкам относят информационные порталы, которые представляют пользователям новостные ленты и специальные аналитические материалы, а также возможность общаться через чат или с помощью электронной доски объявлений. Однако относить их к ЭТП следует лишь в случае

¹⁴⁸ Электронные торговые площадки: обзор рынка // www.salespro.ru/market/330.

¹⁴⁹ См.: Там же.

наличия функций электронного каталога, аукциона или биржи. Современные ЭТП способны поддерживать параллельную работу этих моделей.

Таким образом, в качестве основных преимуществ взаимодействия субъектов экономической деятельности на ЭТП выступают.

а) для заказчиков (покупателей):

- выбор потенциальных поставщиков;
- увеличение ассортимента выбираемой продукции;
- ускоренный доступ к рынку;
- сокращение закупочного цикла;
- доступ к специальным ценам (например, неликвидам);
- снижение издержек (например, операционных расходов).

б) для поставщиков (продавцов):

- расширение рынка сбыта;
- получение нового канала для маркетинга;
- улучшение сервиса и персонализация;
- автоматизация процедур обработки и исполнения заказов;
- сокращение операционных расходов;
- получение дополнительной информации.

в) для организаторов (посредников):

- новые потенциальные заказчики;
- новый канал обслуживания;
- новая роль на рынке и в цепочке поставок;
- защита инвестиций, удержание текущих заказчиков;
- оптимизация операционных расходов;
- дополнительный источник дохода.

Российский рынок электронной торговли во многом имеет общие черты с мировым. В его структуре присутствуют как многоотраслевые, так и специализированные – отраслевые торговые площадки, где основной целью ста-

вится оптимизация процесса снабжения предприятий отрасли и повышение информационной открытости. Количество постоянных пользователей электронными торговыми площадками, регулярно принимающих участие в жизни виртуальной среды, отслеживающих объявления на открытых электронных досках объявлений и заключающих сделки, в сегменте B2B составляет около 1 тыс. пользователей. В настоящее время в России насчитывается около 10 крупных независимых электронных торговых площадок. Причем лидеры демонстрируют высокие темпы прироста – до 100% в год и постоянно расширяют географию участников торгов.

Однако по объему сделок отечественный рынок электронной торговли существенно отстает от среднемировых показателей (таблица 15). По итогам 2 квартала 2007 г. выявлено 15 тыс. сделок на сумму в 5 млрд. долл. Для сравнения, в США оборот сопоставим с 2218 млрд. долл. (17% ВВП), в Великобритании, Германии и Франции этот показатель находится на уровне 770 млрд. долл. (примерно 14 % ВВП).

Таблица 15. Общие показатели рынка электронной торговли в РФ¹⁵⁰

Показатель	Объем
Оборот рынка электронной торговли, млрд. долл.	10,1
Доля рынка электронной торговли в структуре ВВП РФ, %	1,04

ЭТП, захватившие лидерство на российском рынке (приложение 7), появились в 2000-2003 гг. Причем число сделок за год на начальном этапе составляло в среднем 46 тыс. единиц, а общий оборот не превышал 450 млн. долл., число участников - менее 20 тыс. (таблица 16).

¹⁵⁰ Муромец Ю. Ударим онлайн-закупками по откатам / Cnews. 2007 // www.cnews.ru/reviews/index.shtml?2007/11/08/273982.

Таблица 16. Категории участников электронной торговли в РФ¹⁵¹

Сектор	Категория	Объем оборота 2006 г., млн. долл.	Годовой прирост оборота, %	Число участников рынка	Прирост числа участников, %
B2B	Независимые операторы электронных торгов	1200	87	19	28
	Корпоративные закупочные площадки	4300	46	54	22
	Системы электронной дистрибуции	650	38	13	30
	Итого по сектору B2B	6150	54	86	25
B2C	Интернет-магазины	1500	49	900	31
B2G	Специализированные организации	2450	22	29	24

В структуре территориального расположения центральных офисов электронных торговых площадок доминирует г. Москва (рисунок 12).

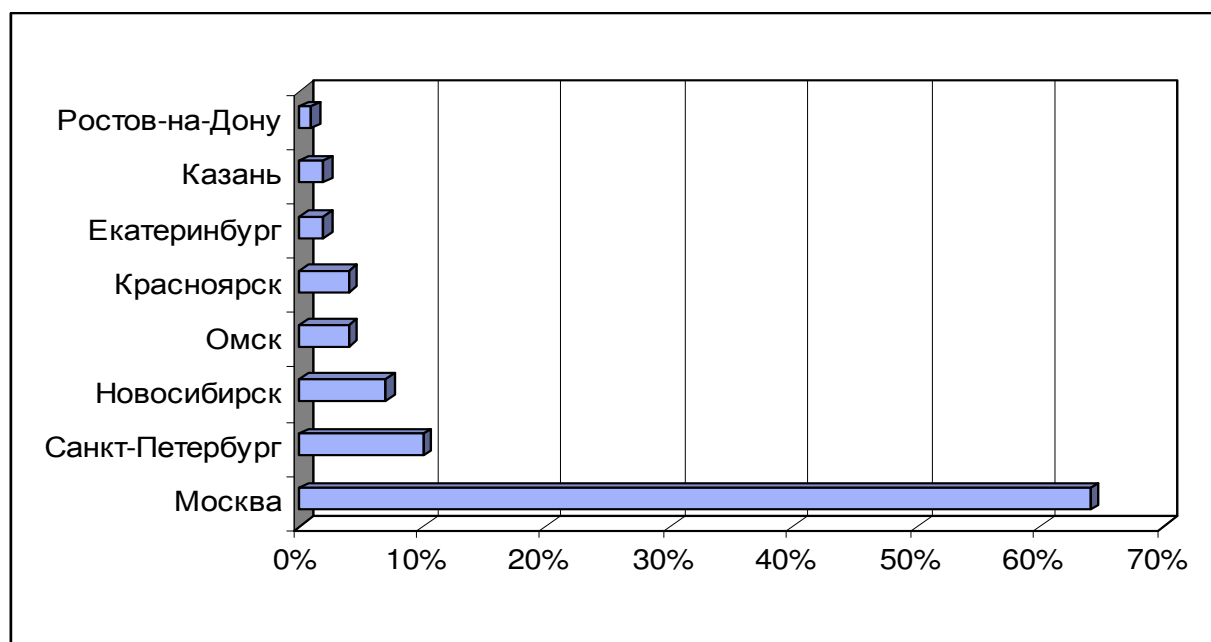


Рисунок 12. Территориальная принадлежность российских ЭТП¹⁵²

¹⁵¹ Муромец Ю. Ударим онлайн-закупками по откатам / Cnews. 2007 // www.cnews.ru/reviews/index.shtml?2007/11/08/273982.

¹⁵² Составлено автором по: НАУЭТ. 2007. // www.nauet.ru.

В отраслевом разрезе объемы осуществляемых на ЭТП сделок не пропорциональны их количеству в отрасли (таблица 17, Приложение 8). Это связано с традиционным доминированием топливно-энергетической отрасли в структуре российской экономики. Таким образом, энергетическая ориентация экономики России оказывает непосредственное влияние на институциональную структуру формирующейся новой информационной экономики. Так, средний оборот площадки B2B-energy существенно превосходит обороты любой ЭТП в металлургии (таблица 18). Аналогичная ситуация складывается и по отношению к другим ЭТП, в частности, многоотраслевым.

Таблица 17. Распределение объема B2B-сегмента в отраслевой структуре российского рынка¹⁵³

Отрасль	Годовой объем оборота 2006 г., млн. долл.	Удельный вес сектора по числу электронных ресурсов, %
Электроэнергетика и нефтегазовая промышленность	2560	42
Машиностроение	970	16
Черная и цветная металлургия	870	14
Телекоммуникационный сектор	790	13
Строительство	260	4
Многоотраслевые	700	11
Итого	6150	100

¹⁵³ Составлено автором по: Муромец Ю. С чего начать закупки в интернете / Cnews. 2007 // www.cnews.ru/reviews/print.shtml?2007/09/14/2662276; НАУЭТ. 2006. // www.nauet.ru. С авторскими изменениями.

Таблица 18. Отраслевая структура крупнейших российских ЭТП¹⁵⁴

Название	Адрес в Интернете	Отрасль	Оборот, млн. долл.
Многоотраслевые			
Информационное агентство «Трейд.Су»	trade.su	Тендеры и закупки коммерческих организаций и госструктур	9-10
SETonline	www.setonline.ru	Многоотраслевая, крупнейший оператор электронных торгов	600-1000 (2006 г.)
Система электронных закупок Tender.Pro	www.usetender.com	Многоотраслевая	258
Тендеры и конкурсные торги	www.itenders.ru	Многоотраслевая	>1,2
Итого по сектору			>270
Отраслевые			
«Рынок продукции, услуг и технологий для электроэнергетики»	www.b2b-energo.ru	Электроэнергетика, интернет-ресурс РАО «ЕЭС России»	730
«Рынок продукции, услуг и технологий для предприятий нефтегазового комплекса»	www.b2b-npk.ru	Нефтегазовый комплекс	
Электронная торговая площадка «Северсталь»	torg.severstal.ru	Металлопрокат	9-10
IDK.ru	www.idk.ru	Сельскохозяйственные культуры	105
«Медпром.ру». (Медицинское оборудование, медтехника и медицинские изделия)	www.medprom.ru	Медицина	38-40
Cislink.ru Универсальная база потребительских товаров, продукты питания и бытовая химия	www.cislink.ru	Продукты питания	100
Итого по сектору			>982
Другие			>188
Итого			>1250

¹⁵⁴ Составлено автором по: НАУЭТ. 2006 // www.nauet.ru; Электронная торговая площадка Medprom. 2007 // <http://medprom.ru/medprom/206871>; Электронная торговая площадка Set Online. 2007 // www.SetOnline.ru. С авторскими дополнениями.

Укрупнение ЭТП носит децентрализованный характер. На рынке происходят стохастические слияния и поглощения. Таким образом, объединенная и, тем самым, более гетерогенная среда функционирования как технологических, так и программных платформ только расширяется, обостряя проблему совместимости. Вследствие высокой актуальности выше-указанной проблемы в мире и в последние годы в России разработаны теоретические модели и прикладные методики, как минимум, нивелирующие подобное негативное воздействие.

Наряду с позитивными тенденциями в последние несколько лет, в соответствии с данными НАУЭТ, независимые ЭТП на протяжении 3-4 лет практически не развивались. В последнее время они трансформируются в информационные порталы. По нашему мнению, сокращение числа независимых посреднических ЭТП является естественным процессом внутренней структуризации и сегментации рынка электронного бизнеса (рисунок 13, таблица 19).

Таблица 19. Модели взаимодействия участников российских ЭТП¹⁵⁵

Модель взаимодействия	Площадки, в %
Биржевая модель	21%
Электронная доска объявлений	63%
Каталог компаний	67%
Каталог товаров и услуг	89%
Аукционная модель	36%

¹⁵⁵ Составлено автором по: SETonline. 2007 // www.setonline.ru; Национальной ассоциации участников электронной торговли (НАУЭТ). 2007 // www.nauet.ru.



Рисунок 13. Структура видов электронных торговых площадок¹⁵⁶

Степень прибыльности электронной торговой площадки определяет не только объем проводимых на ней сделок. Важным фактором конкурентоспособности выступают условия предоставления доступа к торгам (таблица 20).

Таблица 20. Тарификация доступа к российским ЭТП¹⁵⁷

Вид оплаты услуг ЭТП	Диапазон	Количество ЭТП, %
Процент от совершенной сделки, в частности, возможны разовые, фиксированные платежи за доступ к подробной и контактной информации 724.5 руб. (iTenders), за размещение информации поставщиков в свободном доступе 30 руб.(Medprom.ru)	1–5%	78%
Абонентская плата, в частности, в Alco-online.ru взимается плата за одно рабочее место для поставщиков 5000 руб./мес., рабочее место покупателя – бесплатно	0–5000 руб./мес.	22%

¹⁵⁶ Составлено автором по: НАУЭТ. 2007 // www.nauet.ru.

¹⁵⁷ Составлено автором по данным: НАУЭТ. 2007 // www.nauet.ru; iTenders; Alco-online.ru; Medprom.ru.

Одним из видов электронной торговли являются интернет-системы, предназначенные для автоматизации государственных закупок (сегмент B2G). Их активное развитие в последние годы преимущественно определяется тем, что задача по их созданию была включена (как одна из основных) в ФЦП «Электронная Россия». Следствием стала возросшая до 2% доля электронных сделок с использованием систем электронной торговли в структуре российских государственных закупок. По прогнозам, изменения в законодательстве позволят довести этот показатель в госсекторе до 15%. Для сравнения, аналогичный показатель в США составляет 5%, в Норвегии - 25%, в Швеции и Австралии 20%. С 2005 г. в России насчитывается более 200 крупных ЭТП, охватывающих практически все сферы деятельности современного бизнеса.

Качественные преобразования в российском B2G-секторе произошли, когда зафиксированный объем сделок существенно вырос. Так, отмечается его многократный рост с 133 млн. долл. в 2003 г. до 2 млрд. долл. в 2006 г. Такое увеличение объемов, прежде всего, было обеспечено государственными закупками в рамках работы Федеральной целевой программы «Электронная Россия (2002–2010 гг.)»¹⁵⁸.

Система порталов по обеспечению госзакупок включает в себя всероссийский сайт госзакупок www.zakupki.gov.ru, на котором располагаются ссылки на сайты отдельных субъектов, которые, в свою очередь, ссылаются на сайты муниципальных образований. Индикатором эффективности внедрения систем электронных госзакупок выступает структурированный поток информации, размещаемой на порталах. Согласно типовой концепции создания и функционирования региональной системы электронной торговли, на первом этапе в качестве функционального звена создается информационная система для обеспечения государственных закупок. Предполагается, что по мере работы данной системы произойдет создание инфраструктуры государственных систем электронной коммерции и на-

¹⁵⁸ См.: Андонов А.М. Исследование рынка электронной торговли РФ: Отчет РБК. - СПб, 2007.

копление необходимых информационных реестров. Основная задача электронной торговли – минимизация воздействия «человеческого фактора», сокращение сроков, расходов, повышение прозрачности торгов, борьба с коррупцией. После накопления значительных объемов достоверной информации с достаточными для статистического анализа временными рядами предполагается развитие аналитическо-маркетинговой активности, формирование соответствующей отчетности, освоение новых видов деятельности, например, поиск инвесторов¹⁵⁹.

Маркетинговые исследования подтверждают предположение о том, что в последнее время существенно изменилось отношение как официальных лиц, так и общества в целом к сети Интернет, способам его использования и сферам применения. По разным оценкам, до 2006 г. количество пользователей электронными торговыми площадками не превышало 250 тыс. В этот период многие предприятия в принципе не рассматривали Интернет как источник привлечения клиентов и канал для продвижения продукции, получения конкурентных преимуществ. Ситуация изменилась в 2006 г., когда вступил в силу Федеральный Закон № 94-ФЗ «О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд»¹⁶⁰. Новый закон стимулировал процесс электронных закупок не только в государственном секторе, но и в коммерческом. Открытие новых независимых электронных торговых площадок, развитие Интернета и общее повышение грамотности населения в области информационных технологий усилили этот эффект.

Формы и методы государственного участия в создании информационных ресурсов и сервисов могут различаться. Все крупные отечественные интернет-порталы так или иначе созданы с помощью государственных структур. При этом уровень субъекта (таблица 21) является наиболее весомым.

¹⁵⁹ CNews, 2007.

¹⁶⁰ Федеральный закон «О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд» №94-ФЗ от 21.07.2005 // Российская газета. 2005. 28 июля.

Таблица 21. Структура объемов российского B2G-рынка ¹⁶¹

Уровень	Годовой объем оборота 2006 г., млн. долл.	Годовой прирост оборота 2005-2006 гг., %	Удельный вес уровня, %
Федеральный	500	17	20
Региональный	1700	45	69
Муниципальный	250	9	11

Не вызывает сомнения тот факт, что применяющиеся до последнего времени традиционные (устаревшие) методы государственных закупок имеют большое количество неразрешимых проблем и относительно низкие показатели эффективности. В экономических условиях виртуального пространства их применение при размещении бюджетного заказа становится экономически нецелесообразным. Встает вопрос формирования качественно нового подхода в удовлетворении возрастающих потребностей государства в условиях аккумуляции значительной части сверхдоходов, обусловленных высокой конъюнктурой мировых рынков нефти. Развитие ИКТ позволяет решить данную проблему с помощью организации электронных форм торговли, в том числе через системы электронных госзакупок (таблица 22). Анализ результатов поиска типовых решений среди компаний, действующих в области систем электронных закупок для государственных нужд (СЭЗГН), показал, что в таком качестве выступают следующие фирмы: «Кристалл», eTradeCommunity, BSS и некоторые другие. Разработки этих фирм базируются на специализированном программном обеспечении, которое было создано российскими разработчиками с привлечением иностранных специалистов.

¹⁶¹ Муромец Ю. Ударим онлайн-закупками по откатам / Cnews. 2007 // www.cnews.ru/reviews/index.shtml?2007/11/08/273982.

Таблица 22. Объем сделок в российском сегменте B2G¹⁶²

Информационная система	Ресурс в сети Интернет	Объем, млн. руб.
ОЭТП Росатома	www.etp.ru	49 000
Рефери (Ростовская область)	www.torgi.donland.ru	20 000
АИС ГЗ Санкт-Петербурга	www.gz-spb.ru	3 540
ЭСМТС Новосибирской области	www.goszakaznsso.ru	2 840
СЭМЦ Администрации Кемеровской области	www.kemerovo.su	1 710
СЭТ Краснодарского края	www.set.cuban.ru	1 060
СЭТ Белгородской области	www.etrade.bel.ru	1 000
СЭТ Владимирской области	www.vladfond.ru	620
ЭП АГЗРТ (Республика Татарстан)	www.agzrt.ru	600
Итого		80 370

С 2003 г. Администрацией Ростовской области все большее внимание уделяется развитию и совершенствованию системы бюджетных закупок. Ведется работа по совершенствованию практики применения законодательства, осуществлению контроля и развитию информационного сопровождения при размещении государственных и муниципальных заказов. Регион занимает одну из ведущих позиций среди субъектов РФ по уровню прозрачности системы распределения бюджетного заказа (в 2006 и 2007 гг. Ростовской области присваивался уровень прозрачности, соответствующий рейтингу «Высокая прозрачность ПР+») и информационному обеспечению (на Третьем всероссийском форуме-выставке «Госзаказ - 2007» официальному сайту области присуждено третье место среди федеральных и региональных сайтов). Все действия в сфере размещения заказов направлены на развитие рыночных механизмов конкуренции, стимулирование поставщиков, мак-

¹⁶² Составлено по: сайт НАУЭТ 2006 // www.nauet.ru.; Госзаказ Ростовской области 2008. 2-3 апреля. 2008.

симальное удовлетворение потребителей государственных и муниципальных заказчиков в товарах, работах и услугах, эффективное размещение средств областного и местных бюджетов¹⁶³.

Вся информация о размещении заказов области аккумулируется на региональном сайте – Портале государственных закупок, начавшем работу в 2005 г. В настоящее время на Портале зарегистрировано более 4,5 тыс. заказчиков и 7,5 тыс. поставщиков, состоялось более 150 тыс. закупок¹⁶⁴. Из торговой площадки для проведения запросов котировок портал превратился в автоматизированную систему конкурентного распределения бюджетного заказа. Его развитие продолжается на основе реализации механизмов внедрения электронной цифровой подписи, дополнительной защиты информации.

В проекте развития Портала государственных закупок Ростовской области планируется внедрение механизма электронной цифровой подписи, который позволит:

- обеспечить дополнительную защиту размещаемой на Портале информации;
- подтвердить легитимность, юридическую силу формируемых документов;
- заблаговременно подготовить площадку для проведения аукционов в электронной форме, соответствующую требованиям законодательства, вступающего в силу с 2010 г.¹⁶⁵

При представлении ЭТП как основного механизма доведения продукта до конечного пользователя существуют риски как в модели продавцов, так и покупателей. Как правило, пользователи ссылаются на несоответствие качества продукта и сроков его доставки, возможность утраты предоплаченных заказов или неоплаты доставленного товара. Формируется скептическое отношение к электронным фор-

¹⁶³ Госзаказ Ростовской области 2008. 2-3 апр. 2008. - С.4.

¹⁶⁴ См.: Там же. - С.1-2.

¹⁶⁵ См.: Там же. - С.2.

мам предпринимательства, что является серьезным барьером на пути развития электронной торговли. Таким образом, одной из основных проблем, сдерживающих развитие электронного бизнеса, является проблема доверия, сущность которой состоит в отсутствии полной и достоверной информации. По нашему мнению, для повышения общего доверия потребителей к электронным сделкам необходимо создание национальной системы добровольной сертификации, подготовка и публикация независимыми экспертами регулярных рейтингов субъектов электронного бизнеса.

На наш взгляд, к числу причин, которые сдерживают развитие отраслевых ЭТП в корпоративном сегменте (B2B), относятся:

- проблема создания эффективной модели ЭТП;
- низкий уровень комфорта пользователя при работе с системой, отсутствует интуитивно-понятный интерфейс, эргономичность, в частности, в классификаторах товаров, реестрах поставщиков и заказчиков;
- проблемы институционально-правовых отношений, в частности, отсутствие сложившейся инфраструктуры удостоверяющих центров электронной цифровой подписи, позволяющих однозначно идентифицировать личность пользователя, в том числе, по защищенному каналу связи.

Таким образом, проведенный анализ показал, что рынок программных продуктов в сфере функционирования ЭТП весьма разнообразен. Но не все предлагаемые продукты в полной мере отвечают современным требованиям. Сложнее найти систему, сочетающую оптимальную цену и функциональные возможности. Это объясняется несколькими причинами. Например, отдельные программы комплексной автоматизации закупочной деятельности разработаны 3-5 лет назад. Сейчас эти разработки концептуально и морально устарели, отсутствует механизм оценки качества проводимых электронных торгов. Одновременно с этим выросли запросы и квалификация пользователей, изменилось законодательство, а разработчики приобрели опыт, воплощенный в новых версиях программного обеспече-

ния. Применение информационных технологий при организации госзакупок в настоящее время является необходимым условием функционирования этого института. Следовательно, в контексте интенсивного внедрения информационных технологий в органах государственной власти процесс дальнейшей последовательной информатизации представляется логичным и перспективным направлением. Сложившаяся практика организации электронных закупок выявила факторы, сдерживающие их развитие, в частности, это отсутствие единого центра координации и методической базы проведения торгов.

3.3 Электронный бизнес как инструмент решения стратегических задач региональной экономики

В мировой практике электронная торговля является одним из способов поддержки малого и среднего бизнеса. Она обеспечивает относительно равные с крупными компаниями условия ведения предпринимательской деятельности, где использование механизмов электронной торговли при минимальных затратах открывает доступ ко всему рынку потенциальных покупателей. В последнее время задача создания общероссийской информационной инфраструктуры электронной торговли для развития предпринимательства стала одной из приоритетных и для российского правительства. По данным Национальной ассоциации участников электронной торговли, в 2007 г. более 60% электронных сделок пришлось на долю малых и средних предприятий. Объем электронных контрактов, полученных малым бизнесом по сравнению с предыдущим периодом, вырос на 117% и составил более 6% всего оборота предприятий сектора¹⁶⁶.

В развитии электронной торговли в ближайшее время могут произойти существенные перемены. Будут ли они в позитивной стороне, или в негативной, зависит от многих факторов.

¹⁶⁶ Электронные торги в помощь малому бизнесу // e-rus.ru/site.shtml?id=11&n_id=10878, 2007.

– Крупный и средний бизнес готов проецировать свою деятельность в виртуальное пространство. Создаются новые и трансформируются традиционные коммерческие сервисы на базе информационных и коммуникационных технологий. Лидерами в данном направлении становятся промышленность и ритейл. Однако преодоление основных трудностей стандартизации, безопасности и доверия по-прежнему актуальны.

– Внедрение электронного документооборота в большинстве случаев привело к дублированию бумажных носителей информации. Тем не менее, при работе с населением бизнес и государство готовы использовать современные технологии, в частности, выставлять электронные счета. Распространение Интернета и основанных на его технологии сервисов привело к снижению доходов традиционных почтовых служб, хотя государство способствует реформированию почты России. Лидерами в этом направлении являются финансовые службы.

– Рынок онлайн-контента близок к насыщению. Вместе с тем, его структура изменяется. Провайдеры операторов связи за счет внедрения передовых методов создания и управления контентом начинают доминировать над частными решениями контент-провайдеров в Интернет. Уникальные по своим возможностям технологии таркетинга в Интернет превосходят оф-лайн-конкурентов. Ключевые лидеры: средства массовой информации, операторы связи и издательский бизнес.

– В НЦП «Здоровье» отражены элементы системы электронного здравоохранения. Однако имеющиеся онлайн-сервисы, связанные со здравоохранением, преимущественно имеют только информационную составляющую. Степень автоматизации услуг сферы здравоохранения и страхования остается на низком уровне. Граждане по-прежнему не имеют возможности широкого выбора и самостоятельности в принятии решений, касающихся собственного здоровья. Лидеры: здравоохранение и страховой бизнес.

– Количество пользователей сетью Интернет в России превысило 20% населения. Активно развиваются высокоскоростные каналы связи широкополосного доступа. Все больше пользователей обладает навыками работы с интерактивными средствами мультимедиа и сетевых интернет-приложений. Возрастает среднее время, проведенное человеком в режиме он-лайн. Ключевой лидер: пользователь.

– Становятся доступными знания в таких областях, как наука и образование, медицина, право и т.д. Большинство ведущих отраслей имеет свои общепромышленные ресурсы метаданных, включенных в используемое ими электронное пространство: торговые системы, интернет-сервисы, открытое программное обеспечение. Лидер: сфера образования и практически все участники рынка.

– Тестируется начало нового поколения государственных услуг. Возникновение систем электронного правительства, универсальных ресурсных центров работы с населением, «зеленых коридоров» и т.д. на основе современных информационных технологий – особенно в таких областях, как ведение баз данных, работы с гражданами, идентификации, проведение форумов, опросов, информационных компаний. В государственных закупках достигнута экономия за счет внедрения электронных средств проведения торгов. В отличие от России, в мировой практике принято определение электронного правительства (ЭП) как информационной системы, обеспечивающей предоставление со стороны правительства услуг в электронной форме. В России ЭП характеризуется как система, которая комплексно автоматизирует деятельность органов государственной власти, повышает эффективность управления, автоматизирует и регламентирует процедуры взаимодействия властных ветвей и подразделений органов государственной власти друг с другом, а также с гражданами, организациями, бизнесом. Таким образом, в российском варианте ЭП задача предоставления услуг в электронной форме гражданам, организациям и бизнесу не является доминирующей.

С 2005 г. в регионе Бургундия (Франция) ведется национальный эксперимент по внедрению платформы, предназначенной для объединения сектора услуг,

предоставляемых всеми ведомствами государственного сектора. Данная платформа получила название «Проект «Электронная Бургундия». Государственные органы Франции приняли на себя обязательства по улучшению системы предоставления государственных услуг гражданам и предприятиям с помощью применения новых инструментов. Они прогнозировали изменения в ожиданиях граждан по отношению к услугам государственных ведомств. Поэтому новые проекты с самого начала создавались с учетом интеграции с единым сайтом для всех органов государственного управления на определённой территории. Например, скоро любой гражданин или предприятие будут иметь доступ к единому, полностью защищенному и круглосуточно доступному окну для выполнения всех административных процедур для определённой территории. Происходит переход от стратегии, учитывающей предложение и основанной на потребности государственного органа в коммуникации, замкнутой на его внутренней организации, к стратегии, учитывающей спрос и основывающейся на потребностях граждан.

Следует отметить, что информация, касающаяся результатов экспериментов, ещё недостаточна. В действительности возраст проектов электронного правительства составляет максимум 8 лет. Такой срок недостаточен для анализа долгосрочных изменений. Основная трудность состоит в том, что на данный момент не существует никакого другого возможного метода оценки, кроме оценки объёмов трафика. Как нам удалось в этом убедиться, информация по изменениям носит случайный характер или даже не существует вовсе. Механизмы анализа ещё не являются полностью работоспособными даже в том случае, когда государственные органы серьёзно подошли к их созданию. Анализ только количественных показателей эксперимента отражает удовлетворительные результаты. Объём трафика постоянно растёт. Количество прочитанных Web-страниц колеблется от 500 тыс. до 1 млн. в год. Увеличивается количество загрузок формуляров и информационной документации. Растёт число услуг, предоставляемых в режиме реального времени. Всё это позволяет гражданам или предприятиям осуществлять основные

процедуры без бумажной документации. Считается, что потребители гораздо меньше используют полностью электронные процедуры (например, передача данных в режиме реального времени), чем ищут нужную информацию. Опрос пользователей системой электронного правительства, проведённый Европейской комиссией, показывает, что передача личной информации может послужить серьёзной преградой для развития процедур, предоставляемых в режиме реального времени. Таким образом, эти изменения привели к сложной ситуации. С одной стороны, некоторые элементы электронного предпринимательства адаптировались и успешно развиваются во многих секторах экономики, а с другой стороны, применение средств электронной коммерции в настоящее время стало катализатором появления новых областей и сфер бизнеса, новых цепочек формирования добавленной стоимости.

Государство является намного более обеспеченным современными компьютерными технологиями, чем граждане и бизнес¹⁶⁷. Безусловно, существуют определенные слои общества, где проникновение современных информационных и компьютерных технологий выше, чем у государства в целом. Но если рассматривать все российское общество, опираясь на приведенные в предыдущих разделах данные, то проникновение населения и бизнеса в Интернет и обеспеченность их компьютерами уже сейчас ниже, чем у государства. По данным МЭРТ РФ¹⁶⁸, на информатизацию одного чиновника в среднем из бюджета направляется свыше 1 тыс. долл. При этом, однако, основная часть расходов на ИКТ приходится на федеральные органы государственной власти, прежде всего, на 10 федеральных ведомств, реализующих функции таможенного контроля, охраны правопорядка, управления государственными финансами и собственностью. Только за 2005 г. в

¹⁶⁷ Понятов Г. Виртуальный бизнес - реальные деньги // www.torgi.bashnet.ru/statji/s195.htm.

¹⁶⁸ По материалам сайта www.economy.gov.ru/wps/portal.

России выросло количество функционирующих правительственных серверов с 48 до 59%¹⁶⁹.

Безусловно, любая современная административная реформа предполагает затраты бюджетных средств на внедрение в деятельность государства ИКТ. Так, в Программе социально-экономического развития Российской Федерации на среднесрочную перспективу (2006–2008 гг.)¹⁷⁰ отражены основные направления политики России, для успешной реализации каждого из которых существенное значение имеет развитие сферы информационно-коммуникационных технологий и использование новейших разработок в данной области.

Таким образом, следует констатировать, что информатизация на уровне органов власти развивается не только экстенсивно, но и интенсифицируется. В первом приближении это означает, что госслужащие перестают воспринимать персональный компьютер как «дорогостоящую печатную машину» и более активно пользуются коммуникационными возможностями внутренних и внешних сетей. Более 90% госорганов имеют собственные сайты. Третья часть из них предоставляет интерактивные сервисы, например, онлайн-консультации или удаленная запись на прием. Совокупные расходы российского государства на внедрение и использование ИТ в органах государственной власти всех уровней в 2005 г. увеличились на 20% и составили около 60 млрд. руб. Если такая тенденция сохранится, то расходы государства на ИКТ будут последовательно увеличиваться, что обеспечит модернизацию серверов, компьютеров, web-сайтов, каналов связи, программного обеспечения, а темпы информатизации населения и бизнеса будут ниже, чем у государства и бюджетных учреждений (таблица 23).

¹⁶⁹ Рейман Л. Минсвязи РФ. 2007.

¹⁷⁰ Утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 19 января 2006 г. №38-р.

Таблица 23. Лидеры российского электронного рынка¹⁷¹

Наименование	Сайт	Организационные формы электронного рынка						
		Госсектор	Корпоративный сектор	Отраслевые ЭТП	Межотраслевые ЭТП	Информационно-аналитические порталы	Официальные сайты органов власти	Удостоверяющие центры
ЗАО «Амбит-Сервис»	www.goszakaznsu.ru	X	X					
ООО «Поволжский центр качества-Р»	www.agzrt.ru	X					X	
ОГУ «Белгородский информационный фонд»	www.etrade.bel.ru	X						
ООО «ИК «Центр реновации и энергетики»	www.b2b-energo.ru		X					
«ЗАО Тендер Ком»	www.usetender.com		X					
B2B – NPK	www.b2b-npk.ru			X				
TatCenter.ru (Деловой центр)	www.tatcenter.ru			X				
eMatrix (Торговая система рынка высоких технологий)	www.ematrix.ru			X				
ЭТП ОАО «Северсталь»	tirg.severstal.ru			X				
Trade.su	www.trade.su				X			
ITENDERS.RU	www.itenders.ru				X			
Use Tender.com (Система электронных закупок)	www.usetender.com				X			
WWW PRICE RU	www.price.ru					X		
RUS ENEREGY.com	www.rusenegy.com					X		
NGE.ru (Торговая площадка по нефтепродуктам)	www.nge.ru					X		
Государственный заказ Санкт-Петербурга	www.gz-spb.ru						X	
Комитет г. Москвы по организации и проведению конкурсов и аукционов	www.tender.Xmos.ru						X	
ЗАО «Удостоверяющий Центр»	www.nwudc.ru							X
ЗАО "Удостоверяющий центр" ekey.ru	www.ekey.ru							X
ОАО «Мосжилрегистрация»	www.mgr.ru							X

X – лидер в сегменте

¹⁷¹ Составлено автором по: www.nauet.ru, 2006 с авторскими дополнениями.

Среди направлений государственной политики, заявленных в программе «Основные направления политики Российской Федерации на 2006–2008 годы и место ИКТ в их реализации»¹⁷², большинство (28) содержат положения по использованию потенциала информационно-коммуникационных технологий в целях модернизации экономики России. По каждому из заявленных положений выделены одно или несколько направлений, конкретизирующих роль ИКТ в каждой конкретной области. Приложение 8 содержит всего 66 таких направлений, при этом 50 из них приходится на использование высоких технологий в деятельности органов государственной власти и бюджетных организаций, по 8 – на стимулирование использования ИКТ бизнесом и непосредственно гражданами. Выраженная асимметрия в сторону государства, очевидно, не соответствует ни одной из основополагающих целей формирования в России электронного государства, а именно, обеспечению эффективного взаимодействия органов государственной власти и общества. Кроме того, необходимо отметить, что меры, включающие в себя использование информационно-коммуникационных технологий государством, представляются гораздо более проработанными по сравнению с мерами, стимулирующими использование ИКТ бизнесом и, особенно, населением.

Государственная поддержка в сфере ИКТ нацелена на использование последних достижений высокотехнологичных отраслей государственными органами власти и бюджетными учреждениями, в то время как недостаточное внимание уделяется стимулированию использования ИКТ физическими лицами. Высокая интерактивность социальных групп оказывается весьма ценным свойством трансформирующегося общества. Интерактивность придает толчок для формирования траектории движения к информационной экономике, изменяя характер отношений субъектов, что постепенно реализует принцип социального государства.

¹⁷² См.: Приложение 7 «Основные направления политики Российской Федерации на 2006–2008 годы и место ИКТ в их реализации».

Таким образом, проведенное исследование позволило оценить критерии региональной политики регионов ЮФО в сфере перехода к информационному типу экономики и общества. В частности, с учетом полученных оценок электронной готовности регионов округа и объективных процессов модернизации региональной экономики, выявлено наличие экономически-привлекательных областей как для предпринимателей, так и для государства. Государство, через реализуемые национальные приоритетные проекты, является доминантным в системе развития образования и здравоохранения. Значительным препятствием на пути развития проекта «Электронное правительство» в России на сегодняшний день является отсутствие соответствующей правовой основы. Существующие бюрократические процедуры не могут быть реплицированы в качестве основы для «электронной бюрократии». Причем, если полностью переложить существующую бюрократическую логику в электронный вид, это мало повысит эффективность государственного управления. Это наглядно продемонстрировал опыт Великобритании, где основные бюрократические процедуры были перенесены в электронный вид, что, однако, не привело к повышению эффективности. Поэтому одна из важных задач в настоящее время - пересмотр логики внутригосударственных транзакций для реального упрощения и оптимизации бюрократических процедур. Подобная задача была поставлена, в том числе, и в рамках административной реформы.

Достаточно масштабный рост расходов государства на ИКТ в России обеспечит модернизацию серверов, компьютеров, web-сайтов, каналов связи, программного обеспечения, а темпы информатизации государства и бюджетных учреждений превысят аналогичные показатели у населения и бизнеса. Это свидетельствует о реальных перспективах формирования электронного правительства на всех уровнях государственной **власти России**.

Как и в индустриальную эпоху, во многих случаях именно государственным органам предстоит возглавить переход к новой информационной эре. Организации государственного сектора должны будут видоизменить свои взаимоотношения

с гражданами, частными компаниями, служащими и другими государственными учреждениями. Государственные службы имеют поистине уникальную возможность стать катализатором перемен. Поэтому развитие информационного общества подталкивает многие организации к принятию концепции «электронного правительства» с целью:

- *Предоставлять услуги для населения в интегрированном виде по сети Интернет.* Помимо того, чтобы просто оказывать услуги по Интернету, не заставляя граждан тратить время на стояние в очередях, организации могут предоставлять интегрированные услуги и дополнительные возможности. Вместо того чтобы посещать несколько различных контор или несколько разных веб-сайтов для получения какого-либо официального разрешения, граждане и частные компании могут совершить все операции в одном месте, доступ к которому открыт 24 часа в сутки и 7 дней в неделю.

- *Преодолеть информационное неравенство.* Государство может сделать новые технологии более доступными для менее обеспеченных слоев общества, а также организовать преподавание навыков использования компьютеров, особенно для молодежи и пожилых людей. Этого можно добиться, и это следует сделать, используя различные способы и разнообразные программы.

- *Дать людям возможность обучаться на протяжении всей жизни.* Идея о том, что обучение не прекращается в тот момент, когда человек оканчивает школу, сегодня может быть воплощена в жизнь путем широкого распространения электронного обучения. Будущее общество, состоящее из «работников со знаниями» (knowledge workers), продолжит пользоваться современными, персонализированными средствами получения образования по Интернету.

- *Перестроить взаимоотношения с населением.* Вместо того чтобы предоставлять одинаковые услуги всем гражданам, государственные учреждения могут использовать новые информационные технологии, чтобы учитывать индивидуальность людей и предоставлять персонализированные услуги. Граждане ста-

новятся более ответственными за свои взаимоотношения с государственными службами и вновь обретают доверие к государственному сектору.

- *Способствовать развитию экономики.* Государственные учреждения могут помочь частным компаниям выйти в Интернет, а также оказать им содействие в использовании электронных средств. Иногда для этого могут потребоваться консультации или материальные стимулы. Частные компании, занимаясь электронной коммерцией, могут не только пользоваться преимуществами своей близости, например, к местным потребителям, но и расширяться и выходить на новые мировые рынки. Это также способствует повышению уровня профессиональной подготовки и занятости на местах.

- *Выработать разумные законы и разумную политику.* Информационное общество ставит перед законодателями множество новых проблем, среди них — идентификация граждан и удостоверение их личности, конфиденциальность, защита данных, вопросы юрисдикции в киберпространстве, налогообложение электронной коммерции, а также так называемые кибер-преступность и кибер-терроризм. Государство должно гибко создавать новое законодательство, порождая доверие ко всем видам электронных операций и сохраняя равновесие между необходимостью экономического развития и обеспечения конфиденциальности информации.

- *Создать формы правления с бóльшим участием граждан.* Автоматизация государственных служб, в конечном счете, может привести к возникновению «прямой демократии» (без промежуточных звеньев). На местном уровне муниципальные органы уже сейчас поддерживают дебаты, дискуссионные форумы и голосование в Интернете, и это помогает местным органам в принятии решений.

Граждане все в большей степени ожидают от государственных служб, что те будут действовать подобно коммерческим организациям. Раз в США и многих других странах люди могут купить билет на самолет

или в театр по Интернету, то они хотят таким же образом продлить регистрацию автомобиля или заплатить налоги. Им нужен удобный, мгновенный доступ к государственным услугам 24 часа в сутки, 7 дней в неделю. Они желают получать доступ к услугам из дома, с работы или из любого другого места. И они не хотят никаких ограничений на то, какие средства будут использованы для получения этого доступа — персональный компьютер, WebTV1, мобильный телефон или какое-либо портативное устройство.

Граждан также не интересует, какая группа чиновников или какое официальное лицо отвечают за ту или иную государственную программу или вид услуг для населения. Чтобы предоставлять населению персонализированное обслуживание, государственные службы должны обеспечить возможность доступа ко всей информации и всем услугам через один интегрированный источник. С помощью веб-порталов и электронных магазинов, через которые люди получают доступ к Интернету, можно создать единый интерфейс для всех государственных организаций, скрыв их сложную внутреннюю структуру.

Кроме того, единая точка доступа позволяет гражданам лучше выразить свое отношение к тому, что они ожидают от государственных служб и в чем нуждаются. Благодаря этому люди могут более активно участвовать в местной общественной жизни и демократических процессах, поскольку они могут взаимодействовать с государственными службами и получать доступ к публичной информации, официальным документам, а также к протоколам административных органов. Если человеку некогда сходить в муниципалитет или на заседание какого-либо комитета, чтобы принять участие в публичных слушаниях, то вместо этого он может отправить электронное письмо или поместить сообщение в дискуссионном форуме в Интернете.

Создавая новые средства для повышения эффективности работы, государство тем самым создает здоровый деловой климат и дает местным компаниям преимущество над иностранными фирмами. Компании повсеместно используют элек-

тронную коммерцию в сделках между собой, чтобы снизить затраты и улучшить управление своими материальными ресурсами. Взаимодействие с государственными органами по Интернету еще более повышает конкурентоспособность частных компаний и дает им возможность упростить различные официальные процедуры, уменьшить количество канцелярской волокиты. Компаниям становится легче соблюдать законы, и они могут быстрее начать свою деятельность. Все это достигается благодаря подаче документов в электронном виде, а также благодаря возможности заплатить налоги или предоставить статистические отчеты по Интернету. Строитель-подрядчик, например, вместо того, чтобы ехать в местные органы власти и заполнять различные бумаги, может обратиться за разрешением на застройку и согласовать сроки инспекций, пользуясь электронной почтой.

Государственные организации могут и дальше способствовать созданию здоровой обстановки для бизнеса, обеспечив надлежащую инфраструктуру, чтобы компаниям было легче выходить в Интернет. Компании, работающие в тех округах, где можно получить высокоскоростной доступ к Сети по разумной цене, будут получать преимущество над теми фирмами, которые такого доступа не имеют. И при надлежащем уровне консультаций и финансовой поддержки, местные компании могут обмениваться информацией по Интернету, используя свое высокоскоростное подключение для создания новых возможностей в сфере бизнеса.

Предоставление интегрированных услуг, доступ к которым можно получить через единый канал, дает возможность частным компаниям и государственным органам сотрудничать между собой. Так, например, бухгалтерские службы и налоговые органы могли бы усовершенствовать свои взаимоотношения и совместными усилиями предоставить новые услуги для населения и коммерческих предприятий — для подачи налоговых отчетов по Интернету. Более того, в США и других странах государственные органы, благодаря сотрудни-

честву с частным сектором, имеют возможность выходить в Интернет быстрее и с меньшими затратами. В США самые важные проекты по автоматизации государственных служб финансируются в рамках программы «Партнерство между государством и частным сектором» (Public Private Partnerships), в которой услуги, а также прибыли и потери делятся между участвующими сторонами.

Государственные службы способны изменить к лучшему невысокое мнение населения о качестве оказываемых ими услуг и вновь обрести поддержку и доверие граждан, сделав их центром внимания любых инициатив по совершенствованию своей работы. Перестройка характера взаимоотношений с клиентами требует предоставлять услуги по-новому, без длительных задержек и сложных процедур. Организации, ориентированные на потребителей, достигают более значительных успехов как в осуществлении своих функций, так и в работе с населением. Такие организации способны предоставить людям более легкий доступ к услугам, увеличить объем оказываемых услуг и снизить затраты времени служащих на деятельность, не связанную с клиентами.

Организации, ориентированные на нужды граждан, осознают, что весь процесс предоставления услуг населению редко производится одним человеком. Поэтому они объединяют систему управления взаимоотношениями с клиентами (Customer Relationship Management, CRM), документооборот и Интернет-технологии, превращая государственных служащих в работников, «управляющих знаниями». Сотрудники должны уметь использовать программные средства управления делами (case management tools), разбираться в любой возникшей ситуации и знать соответствующие законы и нормы; кроме того, они должны быть способны справляться с ситуацией и принимать решения. Для этого необходима возможность совместного доступа служащих к файлам на их электронных «рабочих столах», единообразие при работе с людьми, сокращение времени ответа на обращение и снижение груза административной работы.

Такие работники должны уметь работать коллективно и свободно переходить от одного документа (или базы данных) к другому на самых различных платформах. Имеющиеся в настоящее время несовместимые сети — наследие традиционного «вертикального» подхода к управлению, когда одна система предназначалась для предоставления какой-то одной услуги. Трудности интеграции систем предоставления услуг в разных организациях можно преодолеть, используя открытые технологии и разрабатывая новые интегрированные процессы оказания услуг по Интернету, когда создаются виртуальные «зеркальные учреждения». И, наконец, можно справиться с этими трудностями, надлежащим образом перестроив бизнес-процессы государственных организаций.

Электронные государственные службы предоставляют услуги в том виде, в котором население и коммерческие организации хотели бы их получать; для этого используются Интернет и другие технологии. «Электронное правительство», в самом полном смысле этого слова, — это та инфраструктура, которую сегодня создают государственные органы, чтобы изменить способы выполнения своих задач. Ранее ИТ-инфраструктура государственного сектора создавалась для внутреннего использования в отдельных департаментах и учреждениях. Теперь государственные службы могут дать более широким слоям населения доступ к своей инфраструктуре, с тем, чтобы главные ценности электронного века — «быстрее, лучше, дешевле, доступнее» — были применимы и к государственным услугам.

Переход к «электронному правительству» начинается с того, что различные организации начинают использовать Интернет. Первоначально организации создавали веб-сайты, чтобы рекламировать свои услуги и публиковать информацию общего характера, например, часы работы, списки контактных лиц и номера телефонов. Часто информация сканировалась с ранее опубликованных печатных материалов, образуя так называемые «брошюры».

Позднее организации стали предоставлять всеобъемлющую динамическую информацию, с возможностью для поиска по базам данных и службой ответов на послания по электронной почте. Учреждения все больше стремятся внедрять различные интерактивные услуги, позволяющие гражданам заходить на государственный веб-сайт и заполнять различные формы, назначать встречи, искать работу и так далее. Следующим шагом будет возможность предоставления финансовых и юридических услуг, чтобы граждане и частные фирмы могли покупать лицензии и разрешения, подавать налоговые декларации, платить штрафы за неправильную парковку и обращаться с просьбами о социальных льготах. Это требует повышения безопасности инфраструктуры «электронного правительства», чего можно обычно достичь более широким использованием таких технологий, как электронные подписи и сертификаты, а также смарт-карты. Кроме того, важно разработать подходящие программы партнерства с частными организациями, чтобы можно было внедрить эту инфраструктуру и управлять ею с помощью бизнес-механизмов. Например, гарантия физической идентификации личности может обеспечиваться выдачей сертификата, который позволяет произвести опознание данного лица.

Затем организации могут захотеть сотрудничать по внедрению порталов, позволяющих гражданам переходить от одной службы к другой без необходимости снова удостоверять свою личность. Благодаря сотрудничеству, государственные базы данных могут стать интерактивными и взаимодействовать друг с другом. Информация и услуги могут быть тематически сгруппированы по жизненным ситуациям или по конкретным областям и в таком виде представлены людям. В этот момент количество процедур обмена информацией по Интернету достигает уровня «критической массы», и уже не веб-сайты будут представлять те или иные бюрократические структуры, а наоборот, организационные структуры будут отражать существование в Интернете государственной службы, ориентированной на нужды граждан.

Такая трансформация приведет к коренному переосмыслению роли и структуры государственных органов. Граждане окажутся «у руля», а услуги и информация для населения будут предоставляться тогда, там и таким образом, как этого захотят люди. Граждане смогут персонализировать доступ к порталам государственных служб, а также пользоваться не только услугами государства, но и услугами своих любимых коммерческих веб-сайтов и общественных порталов. Благодаря легкости взаимодействия с государственными службами и доступу к публичной информации, официальным документам и протоколам административных органов, люди будут лучше информированы и они будут охотнее участвовать в процессе государственного управления. Это приведет к возникновению информационных сообществ и к становлению таких моделей правления, где граждане более широко вовлечены в процесс принятия решений.

Организации, успешно внедряющие программу «электронного правительства», имеют следующие особенности:

- *Открытость и широкий охват.* Государственные службы являются открытыми, поскольку Интернет-услуги базируются на существующих в Сети стандартах и поскольку такие услуги доступны всем гражданам, в любое время и с помощью любого устройства. Информационное общество должно охватывать всех, поэтому государство предпринимает шаги для предотвращения ситуации, когда Интернет-услуги доступны только некоторым людям или частным компаниям, либо же только в определенных районах или населенных пунктах.

- *Ориентация на нужды потребителей.* Государственные службы, принявшие на вооружение Интернет-технологии, в большей степени способны сфокусироваться на потребностях граждан. Используя системы управления взаимоотношениями с гражданами (Citizen Relationship Management systems), организации могут следить за прохождением информации, предоставляемой населением, и анализировать ее для оказания качественных, персонализированных услуг. До-

полнительные возможности и двусторонний обмен информацией будут привлекать к использованию Интернет-услуг все больше людей.

- *Интеграция услуг.* Бизнес-процессы государственных служб выглядят в Интернете как полностью интегрированная система, поскольку не ограничиваются предоставлением доступа к услугам отдельного подразделения, а представляют собой совокупность всех учреждений и силовых структур. Вертикальный подход ушел в прошлое, и граждане не видят сложности внутреннего устройства государственных органов; они видят только предоставляемые услуги. Таким образом, подключившись к государственному Интернет-порталу, гражданин может легко продлить водительские права, и ему не нужно для этого знать сложную организационную структуру автоинспекции.

- *Партнерство между государством и частным сектором.* Многие государственные службы испытывают недостаток опытных сотрудников, которые могли бы проводить экспертизы или руководить проектами в рамках осуществления крупных инициатив по автоматизации государственных организаций. Находясь под давлением со стороны населения, ожидающего повышения качества услуг, государственные учреждения все чаще вступают в партнерство с частным сектором, чтобы быстро и эффективно внедрять такие решения, как порталы государственных служб. Возможно, государственные службы захотят испробовать новые модели поставок, например, модель частичной самокупаемости, при которой подрядчикам предоставляется возможность получения дохода за счет подписки на услуги или же им выплачивается определенный процент от суммы, на которую снизились издержки. Частные компании предлагают дополнительные услуги, которые также интегрируются в портал государственных служб.

Люди многого ожидают от государства, и скорость реализации проектов автоматизации государственных организаций играет большую роль. Проведенные повсеместно опросы показывают, что, по мнению людей, задача перехода к «электронному правительству» должна пользоваться приоритетом и что всякий

раз, когда какая-либо услуга для населения начинает предоставляться по Интернету, это вызывает положительную реакцию граждан и частных фирм. Автоматизация государственных служб достигает успеха тогда, когда она придает положительный импульс всему обществу и способна охватить все население.

«Электронное правительство» состоит из трех групп ИТ-средств, расширяющих возможности людей: инфраструктуры, вертикальных решений и различных каналов доступа, таких как общественные порталы. Инфраструктура «электронного правительства» создается снизу вверх; она приносит пользу всем, поскольку позволяет использовать конкретные приложения для решения конкретных проблем и вопросов. Поэтому, хотя и важно, чтобы такая инфраструктура была создана повсеместно, настоящую пользу приносят те решения, которые создаются на базе этой инфраструктуры. Когда у людей появляется доступ в Интернет и адреса электронной почты, самое положительное воздействие на их жизнь окажут те приложения и услуги, доступ к которым люди получают с помощью этих средств коммуникации. К числу подобных услуг относятся, например, телемедицина², членство в виртуальных сообществах, передача срочных сообщений, которые должны повысить уровень готовности граждан и государственных органов к непредсказуемым событиям, и так далее...

Вероятность успеха повышается, когда государственные органы могут установить партнерские отношения с частными компаниями, прочно закрепившимися в Интернете. Это поможет наладить онлайн-контакты с гражданами и компаниями, создавая при этом самые различные типы сложных сетей для предоставления интегрированных государственно-частных услуг.

Переход к «электронному правительству» начинается с выхода учреждений в Интернет, что приводит к фундаментальному переосмыслению структуры и роли государственных служб. Гражданин будет находиться «у руля», а государственные услуги и информация будут предоставляться в то время, в том месте и в том виде, как этого захотят люди. Удачно реализованные элек-

тронные государственные услуги будут открытыми, общедоступными, ориентированными на пользователя, интегрированными и основанными на принципе партнерства государства и частного сектора. Они не только привлекут тех людей, которые уже подключены к Интернету, но и смогут привести в Сеть тех, кто еще не знаком с ней. Главное для достижения этой цели — предоставить дополнительные услуги гражданам и частным компаниям.

В наиболее полном смысле, «электронное правительство» — это та инфраструктура, которую сегодня создают государственные органы, чтобы перейти к новым способам выполнения своих задач. Они состоят из трех видов ИТ-средств — инфраструктуры, вертикальных решений и различных точек доступа, таких, как общественные порталы.

Разработка эффективной сети государственных услуг в Интернете требует технической интеграции между общественным порталом, который взаимодействует с клиентом, и провайдером услуг и государственным учреждением, которые выполняют работу. Различные участники такой сети не заключают между собой эксклюзивных соглашений; напротив, чтобы обеспечить необходимую для общедоступных отношений интеграцию, каждый участник действует на основе открытых и стандартных технических требований и опубликованных бизнес-правил по предоставлению услуг.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В результате проведенного исследования процессов электронных форм предпринимательства получены следующие методологические, теоретические и прикладные результаты:

1. Ускорившиеся темпы развития отечественного рынка ИКТ свидетельствуют о формировании в России соответствующей современной экономической цивилизации информационной экономики. Российские регионы, во многом благодаря приоритетным национальным проектам, значительно сократили отставание по масштабу их использования не только от передовых развивающихся стран, но и от развитых. Существование такого рода разрыва ранее определялось низкой степенью проникновения сети Интернет и информационных технологий в сектор домохозяйств. Существующие темпы распространения ИКТ позволяют обеспечивать решение задач формирования электронизированного общества, эффективность применения которых обеспечивает повышение общей конкурентоспособности страны.

2. Современная экономическая система – это не просто экономика, развивающая сферу «высоких технологий», но и тип общественного воспроизводства в целом, основой которого становится производство знаниеемких технологий, товаров и услуг, где успех инноваций зависит от скорости генерации и распространения знаний между всеми участниками инновационного процесса. Роль двигателя прогресса в реализации данных процессов принадлежит информационно-коммуникационным компьютерным технологиям и глобальной сети Интернет. Поэтому новые информационные и коммуникационные технологии являются базовыми системами инновационной экономики.

3. Распространение сервисов Интернет, их интеграция в процессы жизнедеятельности общества трансформирует традиционный поиск информации об интересующем пользователя продукте или услуге. Происходит инициация сетевой

активности, целенаправленный сбор и распространение информации через канал Интернета. Технологии интернет-персонализации, при которых информация «самостоятельно находит» адресата (потребителя), становятся основным инструментом продвижения продуктов. Однако такое доведение информации до конечного пользователя провоцирует расширение негативного эффекта лавинообразного роста «спам-сообщений».

4. Электронное формообразование бизнеса синтезирует как развивающие, так и тормозящие факторы. При этом тормозящие причины связаны, в основном, с состоянием инфраструктурной среды передачи данных. Главная проблема, которая препятствует развитию электронной коммерции в России, - это формирование Интернета как среды цивилизованного социально-экономического взаимодействия, безопасного и эффективного для всех участников процесса.

5. Относительно низкий уровень проникновения ИКТ в сектор домохозяйств свидетельствует о низком качестве принятых государством мер по активизации их использования населением. Нами предлагается проведение мероприятий, нацеленных на поддержку и стимулирование экономических агентов к приобретению цифровых устройств (компьютеров и сопутствующего оборудования), по следующим направлениям:

- налоговое стимулирование;
- имущественное стимулирование;
- развитие кредитования;
- информационная поддержка инициатив по внедрению ИКТ.

6. Бизнес выступает приоритетным фактором экономического развития в рыночной системе, а процессы его электронизации трансформируют экономическую структуру общества. Институциональные изменения во многом зависят от способа реализации функций хранения и распространения информации. Формируются пространства электронных сетей, элементы которых обслуживают потребности пользователей, которые, в свою очередь, выступают контентом для себе по-

добных. Соответственно, внутри традиционных экономических институтов усиливаются процессы поляризации, увеличивается разрыв между сложившимися старыми видами деятельности и новыми, к которым относятся элементы глобальной экономической системы.

7. Главным атрибутом информационного общества и естественным следствием широкого распространения различного рода электронных сетей является глобализация. В мировых масштабах количество пользователей сетью Интернет и операторами сотовой связи превысило некоторую критическую массу, но при этом потенциал развивающихся рынков далек от насыщения. Новая сетевая инфраструктура обеспечивает более высокую степень интенсификации нововведений, координацию на новом уровне интересов и действий индивидов. В частности, основным драйвером развития интернет-технологий стали новые индивидуальные потребности. В условиях становления информационного общества в качестве базовых выступают потребности мобильности и позиционирования на рынках в режиме реального времени. Однако одновременно с удовлетворением фундаментального базового блага - быть в режиме «он-лайн» - пользователь электронных сетей теряет социальную автономность своего существования, поскольку становится своеобразной публичной личностью, доступной для остальных пользователей. С другой стороны, новая волна технологического прогресса в период глобализации и развитие информационных и телекоммуникационных сетей оказывают доминирующее влияние на потребительское поведение индивидов.

8. Изменения в области организации ведения бизнеса, межличностной коммуникации оказали влияние на производство и потребление информационного и мультимедийного контента. Изменилась и сама сеть Интернет: из электронной сети специального военного назначения Интернет трансформировался в уникальное пространство, субъектами которого выступают реальные и виртуальные агенты. В результате осуществляется перенос деятельности в виртуальное пространство. Поскольку в нем полностью копируется структура реального общественного

уклада, то, по нашему мнению, происходит переход, а подчас и замена реальных традиционных институтов виртуальными.

9. Электронный бизнес становится социально-экономически значимым сектором экономики страны. Его роль возрастает на фоне высокой внутренней дифференциации развития регионов и раскрывается в выполняемых им процедурах и функциях:

а) по социальной значимости:

- электронный бизнес способствует формированию среднего класса;
- сглаживает социальную напряженность.

б) по экономической значимости:

- формирует конкурентные отношения, предлагая какой-либо товар или услугу схожих потребительских свойств по более низкой цене;
- расширяет производство инновационных товаров и услуг в регионе;
- становится новым источником поступлений в бюджет региона;
- осуществляет новые перспективные проекты.

10. Сеть Интернет, а вместе с ней и электронные формы предпринимательства, за счет уникальных свойств интерактивности, мультимедиа и эффекта присутствия, достигает преимуществ над традиционными каналами коммуникации. Конкурентные преимущества на электронных рынках будут иметь субъекты, которые уже сейчас активно используют новейшие информационные и коммуникационные технологии и строят бизнес-модели, адаптированные к виртуальному пространству.

11. Диспропорция, сложившаяся в российских условиях, когда более половины электронного рынка сосредоточено в одном месте (г. Москва), является естественным следствием развития индустриальных процессов, значимость которых со временем снижается. Сохраняющаяся тенденция к росту количества пользователей Сети из территориально удаленных районов способствует расширению

спектра возможных моделей взаимодействия, диверсифицируя источники информационной структуры виртуального пространства.

12. Государственная поддержка формирования информационной экономики осуществляется, прежде всего, в рамках содействия развитию высокотехнологичных отраслей с целью повышения конкурентоспособности российских производителей на внешних рынках. Существенные ресурсы выделяются на приоритетность информатизации органов власти. Мероприятия по обеспечению населения доступом к сети Интернет носят декларативный характер. При этом реализуемые программы создания пунктов коллективного доступа в Интернет, интернет-киосков в их современном виде, очевидно, не способны удовлетворить растущие потребности населения в информационных услугах. В свою очередь, это существенно затрудняет взаимодействие между участвующими в диалоге сторонами. Программы, направленные на информатизацию населения, на сегодняшний день способны решать лишь задачи локального, точечного характера, не обеспечивая при этом возможностей полноценного участия общества в информационно связанном мире. В результате значительная часть интерактивных услуг, предоставление которых запланировано согласно программам создания в России постиндустриального общества, при существующем положении по-прежнему останется невостребованной.

13. Сложность оценки государственной политики в сфере электронного правительства связана с самой природой проектов. В действительности эти проекты одновременно меняют взгляд гражданина на органы государственного управления, способы работы внутри ведомств, время выполнения процедур, а также изменяют круг обязанностей служащих (меньше повторяющихся операций, больше знаний в области информационных технологий, более спокойная работа). Для оценки всех этих элементов необходимо разработать многочисленные качественные индикаторы в самом начале проекта. Однако в немногих проектах заранее продумана функция оценки. Они в этом отношении находятся ещё на «волюнта-

ристской» стадии, где пользователей нужно еще убеждать в своей необходимости, делать это быстро и реализовывать новаторские идеи.

14. Развитие социальных сетей, виртуальных структур косвенно свидетельствует о наступлении периода новой экономики. Если раньше производство состояло из автономной работы занятых людей, то теперь оно объединяется в единый процесс, при котором потребление становится источником появления нового продукта. Если такой механизм будет эффективно работать, то экономика сможет приблизиться к состоянию равновесия. Но рынок экономики знаний часто является несовершенным. Отдача от знаний в значительной степени может разниться. Поэтому и должны приниматься меры по созданию для отдельных экономических субъектов дополнительных стимулов к генерированию нового знания.

15. Массив данных, который генерируют пользователи, совершая определенные действия с электронными устройствами, позволяет заинтересованным субъектам иметь о них достаточно полные сведения. Такое стороннее наблюдение происходит потому, что все цифровые данные (например, фотографии, снятые на мобильный телефон), а также информация, которая создается помимо воли пользователя (например, координаты местоположения, определяемые мобильным телефоном), могут оставлять следы или автоматически фиксироваться. Таким образом, доступ к персональным данным имеет все большее количество индивидов. Необходимо разработать единые требования к информационной (виртуальной) инфраструктуре, совместимости с сетями-конкурентами.

16. Благодаря сети Интернет стали возможными (на новом уровне) сокращение затрат в цепочках поставок, беспрецедентно быстрый поиск, освоение и формирование новых рынков. Это в значительной степени способствует повышению производительности труда и снижению безработицы. На наш взгляд, выделяются два наиболее значимых фактора, определяющих дальнейшие темпы развития электронного бизнеса. Во-первых, это потребность людей в коммуникации, которая будет расти при прогнозируемых экономических показателях; во-вторых,

относительно низкая инвестиционная привлекательность традиционных операторов из-за неэффективного регулирования государством тарифной политики.

17. Электронному бизнесу на современном этапе развития экономики и общества требуется преодолеть целый ряд проблем – социально-экономических, технических, юридических и политических. Эффективность их решения зависит от преодоления барьеров российским сегментом сети Интернет:

а) технические проблемы, связанные со спецификой интернет-среды, не зависящие от:

- государственных границ;
- безопасности и защиты данных;
- нежелательных массовых рассылок сообщений (спама);
- нехватки адресного пространства (IP-адресов);

б) дисбаланс технологического и экономического развития между столицей и регионами:

- высокая стоимость интернет-услуг в регионах;
- отсутствие конкуренции (поставщики-монополисты);
- относительно низкий уровень жизни населения;
- слабое развитие широкополосного доступа сети в регионах;

в) низкий уровень готовности населения к повседневному использованию средств ИКТ:

- недоверие к новым технологиям;
- информационное неравенство;
- отсутствие адекватных образовательных программ;
- нехватка квалифицированных кадров в отрасли;

г) слабое законодательное регулирование интернет-сферы:

- электронный бизнес;
- авторские права и ответственность за информацию.

18. Сектор электронной торговли за последние 5 лет стал одним из самых динамично развивающихся направлений новой экономики. При этом его динамика опережает традиционные общеэкономические показатели. Процессы развития электронного бизнеса в регионах ЮФО протекают неравномерно. Наиболее готовыми к электронному переходу в информационно связанный мир оказались такие регионы, как Краснодарский край, Ростовская область и Ставропольский край, а также ряд других территорий, где планомерно внедряются ИКТ. Как правило, в регионах-лидерах созданы порталы с элементами системы электронного правительства. Хотя Web-сайты есть почти у всех регионов, но не все они регулярно обновляются и содержат формы для взаимодействия с администрацией. В целом эффективность внутреннего и внешнего взаимодействия субъектов электронного бизнеса в ЮФО пока оказывает недостаточное влияние на общую оценку электронной готовности.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Конституция (Основной закон) Российской Федерации: офиц. текст. – М.: Маркетинг, 2001.
2. Федеральный закон «Об информации, информатизации и защите информации» №24-ФЗ от 20.02.95 // Российская газета. 1995. 22 февраля.
3. Федеральный закон РФ от 20 июля 2004 г. № 72-ФЗ «О внесении изменений в Закон Российской Федерации «Об авторском праве и смежных правах» // ИС «Консультант-плюс».
4. Федеральный закон «О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд» №94-ФЗ от 21.07.2005 // Российская газета. 2005. 28 июля.
5. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 27 сентября 2004 г. № 1244-р. // ИС «Консультант Плюс».
6. Федеральная целевая программа «Электронная Россия // www.e-rus.ru.
7. Доктрина информационной безопасности РФ // Информационные ресурсы развития Российской Федерации. Правовые проблемы. М., 2003.
8. Концепция развития рынка телекоммуникационных услуг РФ // www.rosnet.ru/docs/doc05.html, 2005.
9. www.gks.ru/bgd/free/b04_00/IswPrx.dll/Stg/d120/i120080r.htm.
10. Ростовстат. www.rdstat.aanet.ru, 2006.
11. Госзаказ Ростовской области – 2008 // 2-3 апреля. 2008.
12. Городская целевая программа «Молодежь Ростова» на 2007-2010 годы», утвержденной решением Ростовской-на-Дону городской Думы №252 от 14.04.2007 <http://bd.fom.ru/report/map/projects/internet/internet16/int0603#Abs8>.
13. Статистические и информационно-аналитические исследования состояния и основных тенденций развития инфраструктуры российского сегмента Ин-

- тернета по итогам 2005 года // Региональный Сетевой Информационный Центр (RU-CENTER). №4. http://nic.ru/news/2006/bull_N4.pdf. 2006.
14. Информационное общество. Инфокоммуникации и бизнес / Под ред. Ю.В.Арзуманяна / СПбГУТ. СПб, 2005.
 15. Абельцев А. В. Понятие «виртуальной экономики» и ее характерные черты. Материалы заседания учебно-методического совета УМО по специальности «Мировая экономика». - Волгоград, 2002.
 16. Анненков И.С. Новейшие тенденции развития высоких технологий в мировой экономике. Информационная экономика и концепции современного менеджмента. Материалы Первых Друкеровских чтений. / Под ред. Р.М. Нижегородцева. - М., 2006.
 17. Андонов А.М. Исследование рынка электронной торговли РФ: Отчет РБК. Санкт-Петербург, 2007.
 18. Арт Я. Банки в сети // Профиль. - 2007. № 40(548). - 29 октября.
 19. Баев А.С. Электронный бизнес как инструмент бизнес-реинжиниринга // Экономика и коммерция. 2003. №3-4.
 20. Базылев Н.И., Соболева Н.В. Глобализация и «Новая экономика» (Соотношение понятий) // Проблемы современной экономики. 2005. №1 (13).
 21. Батаршин Э. ИТ в органах государственной власти. Аппетит пришел // С-News. 2005. № 8.
 22. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования. - М., 1999.
 23. Бекетов Н.В. Проблемы развития системы коммерциализации объектов интеллектуальной собственности. Информационная экономика и управление динамикой сложных систем. Сб. научных трудов. / Под редакцией. Е.Ю. Иванова, Р.М. Нижегородцева. - М.: Бизнес-Юнитек, 2004.
 24. Белокрылова О.С., Ледяева Е.Л. Институционализация поведения рыночных агентов в контексте императивов информационной экономики. - Ростов-н/Д:

Изд-во Рост. ун-та, 2006.

25. Беляев А.Н. Координация ИКТ-проектов и программ в государственном секторе // Модернизация экономики России: Социальный контекст/ Отв. ред. Ясин Е.Г. Кн. 3. -М.: ГУ ВШЭ, 2004.
26. Белянин А. Томас Шеллинг, Роберт Ауман и теория интерактивных взаимодействий // Вопросы экономики. 2006. № 1.
27. Беляков И.В. Интернет-технологии в муниципальном заказе – М.: Фонд «Институт экономики города», 2004.
28. Бэафут К. Революция Quixtar: Новые высокотехнологичные возможности бизнеса - М.: Гранд, Фаир-Пресс, 2003.
29. Болотов В. Оценка качества e-Learning в России // Высшее образование в России. 2007. № 1.
30. Богдановская И.Ю. Электронное государство // Общественные науки и современность. 2004. №6.
31. Бузгалин А.В. Колганов А.И. Новая экономика дает России новые возможности для развития // Неоэкономика: Очерки теории и методологии. / Под ред. А.В. Бузгалина. - М.: ТЕИС, 2003.
32. Быкова А. А. Проблемы позиционирования региона в новой экономике / А. А. Быкова, М. А. Молодчик // Инновации. 2007.
33. Васильева Ю. В России в 2008 году будет создан Единый интернет-портал государственных услуг // Российская Бизнес-газета. 2008. № 638. -12 января.
34. Вифлеемский А. Роль образовательного комплекса в постиндустриальном обществе // Вопросы экономики. 2002. № 8.
35. Воронов В. Организация электронной коммерции // Маркетинг. 2006. № 3.
36. Воейков Д. Десять лет ozon.ru // РС WEEK/RE 2008. №14. 22 апреля.
37. Всемирная индустрия развлечений и СМИ: прогноз на 2007–2011 годы. (Global Entertainment and Media Outlook: 2007-2011), PricewaterhouseCoopers.

- Пер. с англ. – М.: Вильямс, 2007.
49. Дубнов А.П., Крайнов А.В. Пространственно-стратегическое развитие России: конфликтно-сетевая парадигма анализа // Регион: экономика и социология. 2003. №2.
 50. Евтух А. Информационная эпоха и актуальные проблемы экономики // Мировая экономика и международные отношения. 2005. №4.
 51. Ефремов Д.В. Средства повышения эффективности системы электронной торговли // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия «Социально-экономические науки». 2003. Т.2. Вып.2.
 52. Зажигалкин. А.В. Международно-правовое регулирование электронной коммерции: Автореф. дис. ... канд. юрид. Наук. - С-Пб., 2005.
 53. Жарова А. Интернет, глобализация и международное право // Общественные науки и современность. 2004. №4.
 54. Зуев А. Электронный рынок и «новая экономика» / А.Зуев, Л.Мясникова // Вопр. экономики. 2004. №2.
 55. Игнатов В.Г., Бутов В.И. Южная Россия и ее регионы. – М.: ИКЦ Март; Ростов-н/Д: Март, 2006.
 56. Иноземцев В.Л. Парадоксы постиндустриальной экономики (инвестиции, производительность и хозяйственный рост в 90-е годы) // Мировая экономика и международные отношения. 2000. №3.
 57. Ищенко А. А. Современные тенденции управления межорганизационным электронным бизнесом в России. - М.:ВИНИТИ, 2004.
 58. Ищенко А.А. Межорганизационный электронный бизнес в России: особенности создания, эволюция развития и выгоды использования // Экон. журн. высш. шк. экономики. 2004. №1.
 59. Информационные и коммуникационные технологии в российской экономике: 2007. Стат. Сб. – М.: ГУ-ВШЭ, 2007.
 60. Кастельс М. Новая экономика – новый способ организации и технологий //

Модернизация экономики России: Социальный контекст. / Отв. ред. Ясин Е.Г. Кн. 1. - М.: ГУ ВШЭ, 2004.

61. Кастельс М. Глобальный капитализм: уроки для России // Экономические стратегии. - М. 2000, сент.- окт.
62. Карачаровский В. Концентрация капитала и новая экономика / В. Карачаровский // Экономист. 2006. №12.
63. Карминский А.М., Черников Б.В. и др. Информатизация бизнеса: концепции, технологии, системы / Под. ред. А.М. Карминского. - М.: Финансы и статистика, 2004.
64. Кирдина С.Г. Homo institutus в теории институциональных матриц // «Homo institutus - человек институциональный» / Под ред. О. В. Иншакова. - Волгоград: Изд-во ВолГУ, 2005.
65. Когаловский М.Р. Перспективные технологии информационных систем, - М., ДМК Пресс, 2003.
66. Кобелев О.А. Актуальные проблемы электронной коммерции России // Маркетинг. 2002. №4.
67. Кобелев О.А. Электронная коммерция / Под ред. С.В.Пирогова. - 3-е изд. - М.: Дашков и К, 2008.
68. Костяев Р.А. Бизнес в Интернете: финансы, маркетинг, планирование, - СПб., БХВ-Петербург, 2002.
69. Кочергин Д. Мировой опыт регулирования в сфере электронных денег // Мировая экономика и международные отношения. 2005. №4.
70. Кочергов Д. Ресурсы извне: ИТ-аутсорсинг становится важным фактором роста в условиях развивающейся экономики / Д. Кочергов // Экономика и жизнь. 2007. №2.
71. Кристальный Б.В., Травкин Ю.В. Электронное правительство: опыт США. / Под ред. В.И. Дрожжина. - М.: Эко-Трендз, 2003.

72. Кравченко Т.К., Пресняков В.Ф. Инфокоммуникационные технологии управления предприятием, - М., ГУ-ВШЭ, 2003.
73. Кузьминов Я., Яковлев А., Гохберг Л., Ларионова М., Кузнецов Б. Россия - формирование институтов новой экономики // Модернизация экономики России: Социальный контекст / Отв. ред. Ясин Е.Г. Кн. 1. - М.: ГУ ВШЭ, 2004.
74. Кузьминов Я., Радаев В., Яковлев А. Ясин Е. Опыт российских реформ и возможности культивирования институциональных изменений. - М.: ГУ ВШЭ, 2005.
75. Кузнецов А. Электронные рынки и конкуренция // Вопросы экономики. 2004. №2.
76. Курасова М. Проблемы ведения бизнеса в Интернете / М.Курасова, В.Секерин // Маркетинг. 2003. №5.
77. Лазарев И.А. Хижа Г.С., Лазарев К.И. Новая информационная экономика и сетевые механизмы развития. – М.: Дашков и Ко, 2006.
78. Лазарев В.Н., Ведерников А.Ю. Методологические проблемы управления информационным взаимодействием (на примере региональной системы малого предпринимательства). - Ульяновск: УлГТУ, 2000.
79. Ледяева Е.В. Институционализация поведения рыночных агентов в контексте императивов информационной экономики: Дис. канд. ... эконом. наук. - Ротов-н/Д. 2006.
80. Ледяева Е.В. Новые возможности расширения инвестиционного потенциала экономики XXI в. // Международная конференция студентов, аспирантов и молодых ученых «Ломоносов-2005». – М.: МГУ. 2005.
81. Лукашук И.И. Глобализация, государство, право, XXI век. - М., 2000.
82. Льюис М. Next. Будущее уже началось. Как Интернет изменил бизнес и мир. Next: the Future Just Happened. -Крылов. Изд-во: Крылов, 2004.
83. Манкина О. Рывок вперед - это факт // Российская газета - Федеральный вы-

пуск. 2007. №4421. 24 июля.

84. Маслов Ю.Г. О методике сравнения программных продуктов // Информационная безопасность. 2007. №2.
85. Материалы пресс-конференции «Состояние и тенденции развития электронной торговли в России за 2005 год», - М., 2005. 30 март. www.nauet.ru.
86. Майминас Е. Информационное общество и парадигма экономической теории // Вопросы экономики. 1997. №11.
87. Миненкова Н.В. Канадская модель электронной торговли // США-Канада: экономика, политика, культура. 2008. №2.
88. Миндели Л. Э. Концептуальные аспекты формирования экономики знаний / Л. Э. Миндели, Л. К. Пипия // Проблемы прогнозирования. - 2007. №3.
89. Мокир Дж. Общество знания: теоретические и исторические основы // Экономический вестник Ростовского государственного университета. 2004. Т. 2. №1.
90. Мошелла Д. Бизнес-перспективы информационных технологий: как заказчик определяет контуры технологического роста. – М.: МПБ «Деловая культура», Альпина Бизнес Букс. 2004.
91. Муромец Ю. Ударим онлайн-закупками по откатам / Cnews. 2007 // www.cnews.ru/reviews/index.shtml?2007/11/08/273982.
92. Муромец Ю. С чего начать закупки в интернете / Cnews. 2007 // www.cnews.ru/reviews/print.shtml?2007/09/14/266227.
93. Назарчук А.В. Этика глобализирующегося общества. М.: Директмелиа Паб-лишинг, 2002.
94. Нестеров А.Э., Вишневский П.В. и др. Информационные процессы и технологии на уровне регионов: проблемы и возможные пути решения. Региональная экономика в информационном измерении: модели, оценки, прогнозы. / Сб. научных трудов. / Под ред. Е.Ю. Иванова, Р.М. Нижегородцева. - М.: Бизнес-Юнитек, 2003.

95. Нестеров А.В. Сервис и услуги: комплексный подход. – М.: ГУ ВШЭ, 2007.
96. Новая экономика, знание, технологии // Банковское дело. 2006. №11.
97. Нуреев Р. М. Теория общественного выбора. – М.: ГУ ВШЭ, 2005.
98. Овчинников В.Н., Кетова Н.П. Интеграционные императивы модернизации и конкурентоспособности экономики России в глобализирующемся пространстве // Экономический вестник Ростовского государственного университета. 2004. Т. 2. №2.
99. Овчинников В.Н., Кетова Н.П., Колесников Ю.С. и др. Экономическая система современной России. Концептуальные проблемы, приоритетные сферы, региональная специфика. - М.: ИВЦ Маркетинг, 2001.
100. Овчаренко В. В. О проблемах развития электронной торговли в России // Вопросы статистики. 2007. №1.
101. Опросы «Интернет в России / Россия в Интернете». Выпуск 21. Осень 2007. 2005 / Фонд «Общественное мнение». М., 2007. <http://bd.fom.ru/pdf/autumn2007rus.pdf>.
102. Опросы «Интернет в России»: Выпуск 12. Лето 2005 / Фонд «Общественное мнение». М., 2005. <http://bd.fom.ru/zip/summer2005.zip>.
103. Отраслевой обзор: телекоммуникации // www.avk.ru.
104. Официальный сайт Гарвардского Центра Международного развития // <http://cyber.law.harvard.edu/readinessguide/>.
105. Основные результаты Установочного Исследования // TNS Web Index, 2006.
106. Паньшин Б.Н. Влияние глобализации. Электронная торговля – движущая сила экономической интеграции стран СНГ // Электронная торговля в СНГ и восточноевропейских странах: Материалы VII междунар. науч. конф., 9 ноября 2005 г. - Мн.: БГУ, 2006.
107. Паринов С. Экономическая новизна сети интернет // <http://rvles.ieie.nsc.ru/parinov/in-new.htm>.
108. Паринов С.И. К теории сетевой экономики. - Новосибирск: ИЭОПП СО

РАН, 2002.

109. Петраковский С.Г., Петраковский А.Г., Гурняков Ю.В. Магазин «На Сети». Анализ особенностей электронного рынка сектора розничных продаж // Российское предпринимательство. 2008. №2.
110. Пирогов С.В. Электронная коммерция - М.: МГУК, 2002.
111. Полозков С., Семенов Т. Исследование различий влияния знания и информации на развитие общества // Экономист. 2005. №2.
112. Покровская О. На рынке телекоммуникаций выигрывают новейшие технологии // www.marchmont.ru/viewJournal.php?articleId=355, 2007.
113. Полтерович В.М. Стратегии институциональных реформ. Перспективные траектории // Экономика и математические методы. 2006. Т. 42. №1.
114. Понятов Г. Виртуальный бизнес — реальные деньги // www.torgi.bashnet.ru/statji/s195.htm.
115. Портал министерства информационных технологий и связи РФ // www.minsvyaz.ru/news.shtml?n_id=3623, 2006.
116. Портал министерства информационных технологий и связи РФ // www.minsvyaz.ru/news.shtml?n_id=3611, 2006.
117. Портал «Microsoft Россия». <http://www.microsoft.com/ru/ru/>.
118. Портал корпорации Intel. www.intel.com, 2006.
119. Прогноз развития российского сегмента сети Интернет до 2010 г. // Фонд поддержки стратегических исследований и инвестиций. <http://stra.teg.ru/lenta/innovation/1273>, 2003.
120. Пярин В.А., Кузьмин А.С., Смирнов С.Н. Безопасность электронного бизнеса, - М., Гелиос АРВ, 2002.
121. Раменский А. Рунет: // дайджест / 2 - 2008.
122. Развитие Интернет в регионах России // Информационный бюллетень Яндекс. Осень-зима. 2007.

123. Рекомендации Международной конференции. Партнерские сети как инструменты развития информационного общества и экономики знаний // Информационное общество. 2002. Вып. 1.
124. Родионов А.Ю. Содержание и генезис электронного бизнеса в рамках понятий информационной экономики // Исследовано в России. zhurnal.apec.relam.ru/articles/2001/118.pdf, 2001.
125. Ролан Ж. Экономика переходного периода / Пер. с англ. [Д.Е. Тетерин] под ред. С.М. Гуриева и В.М. Полтеровича; ГУ-ВШЭ, Институт «Экономическая школа», - М.: ГУ-ВШЭ, 2007.
126. Рогова Е.М., Воробьев В.П. Новые технологии как фактор конкурентоспособности компаний. Управление инновациями 2006 / Материалы международной научно-практической конференции. Под ред. Р.М. Нижегородцева. - М., 2006.
127. Россияне по-прежнему далеки от привычки к онлайн-шоппингу // www.moneynews.ru/article.asp?view=15068, 2008.
128. Рябцун В. Электронный рынок государственных закупок в России // Вопросы экономики. 2005. №4.
129. Сабов А. У чужого компьютера // Российская газета. 2006. № 164 (4130). 28 июля.
130. Сантарелли Э. Природа электронной коммерции: имеют ли значение транзакционные издержки? // Российский журнал менеджмента. 2004. №3.
131. Сапир Ж. Экономика информации: новая парадигма и ее границы // Вопросы экономики. 2005. № 10.
132. Селезнёв Г.Н. Из первых рук // Электронный регион. - №1. 2003. www.eregion.ru.
133. Интернет и российское общество / Под ред. И. Семенова; Моск. Центр Карнеги. - М.: Гендальф, 2002.
134. Скопин А.Ю. Постиндустриальное развитие регионов тормозит низкое ка-

- чество управления // Вести Отечества. - 2007. №14(388).
www.businesspress.ru/newspaper/article_mId_43_aId_414976.html.
135. Скорев М.М. Институционализация воспроизводства знания и человеческого капитала в условиях неэкономии. - Ростов н/Д: Изд-во Ростовского государственного университета, 2003.
 136. Скорев М.М. Образование как институциональный фактор воспроизводства знания и человеческого капитала в условиях неэкономии: Дис. ... докт. эконом. наук. - Ростов-н/Д. 2004.
 137. Смирнов К.В. Правовое регулирование информационных и коммуникационных технологий (ИКТ) в Российской Федерации // Модернизация экономики России: Социальный контекст / Отв. ред. Е.Г. Ясин. Кн. 3. - М.; ГУ ВШЭ, 2004.
 138. Смирнов С.Н. Электронный бизнес. – М.: ДМК Пресс, 2003.
 139. Сталнекер С. Одноранговая экономика как модель будущего // www.hbr-russia.ru/issue/36/53/. 2008.
 140. Стратегии экономического развития государства в информационную эпоху // Информационный документ подразделения Microsoft в странах Европы, Ближнего Востока и Африки (ЕМЕА), 2003.
 141. Скрипкин К.Г. Экономическая эффективность информационных систем. - М: ДМК Пресс, 2002.
 142. Стрелец И.А. Сетевая экономика. - М.: Эксмо, 2006.
 143. Стрелец И.А. Новая экономика и информационные технологии. - М.: Экзамен, 2003.
 144. Стратегии экономического развития государства в информационную эпоху. Сентябрь 2003 // www.microsoft.com/Rus/Government/analytcs/EconomicDevelopment/default.msp.
 145. Тамбовцев В. Экономическая теория институциональных изменений. -М.: ТЕИС, 2005.

146. Тоффлер Э. Шок будущего - М.: АСТ, 2003.
147. Унтура Г. А. Экономика знаний как определяющий элемент новой экономики региона // Регион: экономика и социология. 2007. №1.
148. Уэбстер Ф. Теории информационного общества. - М.: Аспект Пресс, 2004.
149. Уорнер М., Витцель М. Виртуальные организации. Новые формы ведения бизнеса в XXI веке. - М.: Добрая книга, 2005.
150. Успенский И. Энциклопедия Интернет-бизнеса. – СПб, 2001.
151. Уровень цифровизации местной телефонной сети // Электронный регион. www.inforegion.ru/ru/info/region/statistic/telefon/. 2005.
152. Удаленная мечта // Бизнес. www.b-online.ru/, 2006. 21 сент.
153. Хасис Л. А. Розничные сети в современной экономике. – М.: Едиториал УРСС, 2004.
154. Хижа Г.С. Будущее России - создание информационного общества XXI // Информационное общество 2001. № 2.
155. Химанен П., Кастельс М. Информационное общество и государство благосостояния: Финская модель. Пер. с англ. - М.: Логос, 2002.
156. Ходжсон Дж. Социально-экономические последствия прогресса знаний и нарастания сложности // Вопросы экономики. 2001. №8.
157. Ходжсон Дж. Экономическая теория и институты: Манифест современной институциональной экономической теории / Д.Ходжсон; Пер. с англ. Каждана М.Я. Науч. ред. пер. Маевский В.И. - М.: Дело, 2003.
158. Холмс Д. e.gov. Стратегии электронного бизнеса для государства. - М.: АСТ, Астрель, 2004.
159. Хохлов Ю.Е. Национальная стратегия и программа перехода России к информационному обществу // Информационное общество. 2001. №2.
160. Чугунов А.В. Формирование российской модели информационного общества и развитие местного самоуправления // Гражданский форум. - СПб., 2003. Вып. 3.

161. Чугунов А.В. Системы индикаторов и мониторинг развития информационного общества и экономики знаний // Вестник международных организаций: образование, наука, новая экономика. 2006. №7.
162. Шадрин А.Е. Задачи новой экономики в свете среднесрочной программы социально-экономического развития России // Модернизация экономики России: Социальный контекст / Е.Г. Ясин. Кн. 3. - М.; ГУ ВШЭ, 2004.
163. Шадрин А. Информационные технологии и совершенствование социальных институтов // Интернет и российское общество / Под ред. И. Семенова; Моск. Центр Карнеги. - М.: Гендальф, 2002.
164. Шкаратан О.И., Инясевский С.А., Любимова Т.С. Информационные производители как основные акторы развития новой экономики: Препринт WP7/2007/04. – М.: ГУ-ВШЭ, 2007.
165. Готовность России к информационному обществу. Оценка ключевых направлений и факторов электронного развития: Аналитический доклад / Под ред. С.Б. Шапошника. - М.: Институт развития информационного общества, 2004.
166. Филин С.А. Информатизация коммерции / Филин С.А., Васильев В.В. - М.: Патент, 2006.
167. Электронное правительство: рекомендации по внедрению в Российской Федерации. / Под ред. В.И. Дрожжинова, Е.З. Зиндера. - М.: Эко-Трендз, 2004.
168. Электронные торговые площадки: обзор рынка // www.salespro.ru/market/330.
169. Электронные торги в помощь малому бизнесу // e-rus.ru/site.shtml?id=11&n_id=10878, 2007.
170. Экономические и социальные последствия ИКТ // www.itu.int/wsis/docs2/thematic/ilo/final-report.pdf, 2005.
171. Электронная торговля и развитие // Доклад об информационной экономике. Обзор. - ООН. 2005.

172. Ярных Э.А. Проблемы развития электронной торговли и ее статистического наблюдения // Вопросы статистики. 2003. №1.
173. Bassanini A. Scarpetta S. Does Human Capital Matter for Growth in OECD Countries? Evidence from Pooled Mean-group Estimates. OECD Economics Department Working Paper. 2001. № 289.
174. Benchmarking e-government: a global perspective – assessing the progress of the UN Member States. 2004.
175. Brousseau E. The Economics of Digital Business Models: A Framework for Analyzing the Economics of Platforms, Review of Network Economics, vol. 6. 2007. №2.
176. B2B Российский рынок: состояние и перспективы развития // Аналитический обзор Partners I.B. 2002.
177. B2C в России: полный текст исследования СНА и НАУЭТ // www.cnews.ru/reviews/index.shtml?2005/09/26/187951_1.
178. www.bridges.org/ereadiness/.
179. www.businessprint.ru/newsitem.asp?id=776575, 2006.
180. www.cnews.ru/newslines/index.shtml?2004/09/16/163556, 2004.
181. www.cnews.ru/reviews/print.shtml?2007/09/14/266227, 2007.
182. Ernst & Young: E-Commerce & connecting to the customer, 1998 (added by HansDieter Zimmermann).
[www.ey.com/global/vault.nsf/US/J00200/\\$file/J00200.pdf](http://www.ey.com/global/vault.nsf/US/J00200/$file/J00200.pdf).
183. Economist Intelligence Unit // http://a330.g.akamai.net/7/330/25828/20060531174642/ics.eiu.com/files/ad_pdfs/2006Ereadiness_Ranking_WP.pdf, 2006.
184. www.economy.gov.ru/wps/portal.
185. Foth M. Facilitating Social Networking in Inner-City Neighborhoods // IEEE Computer. - № 39(9). eprints.qut.edu.au/archive/00004750/01/4750.pdf, 2006.
186. GartnerGroup, E-Business Business Myths Can Destroy an Enterprise, 1999.

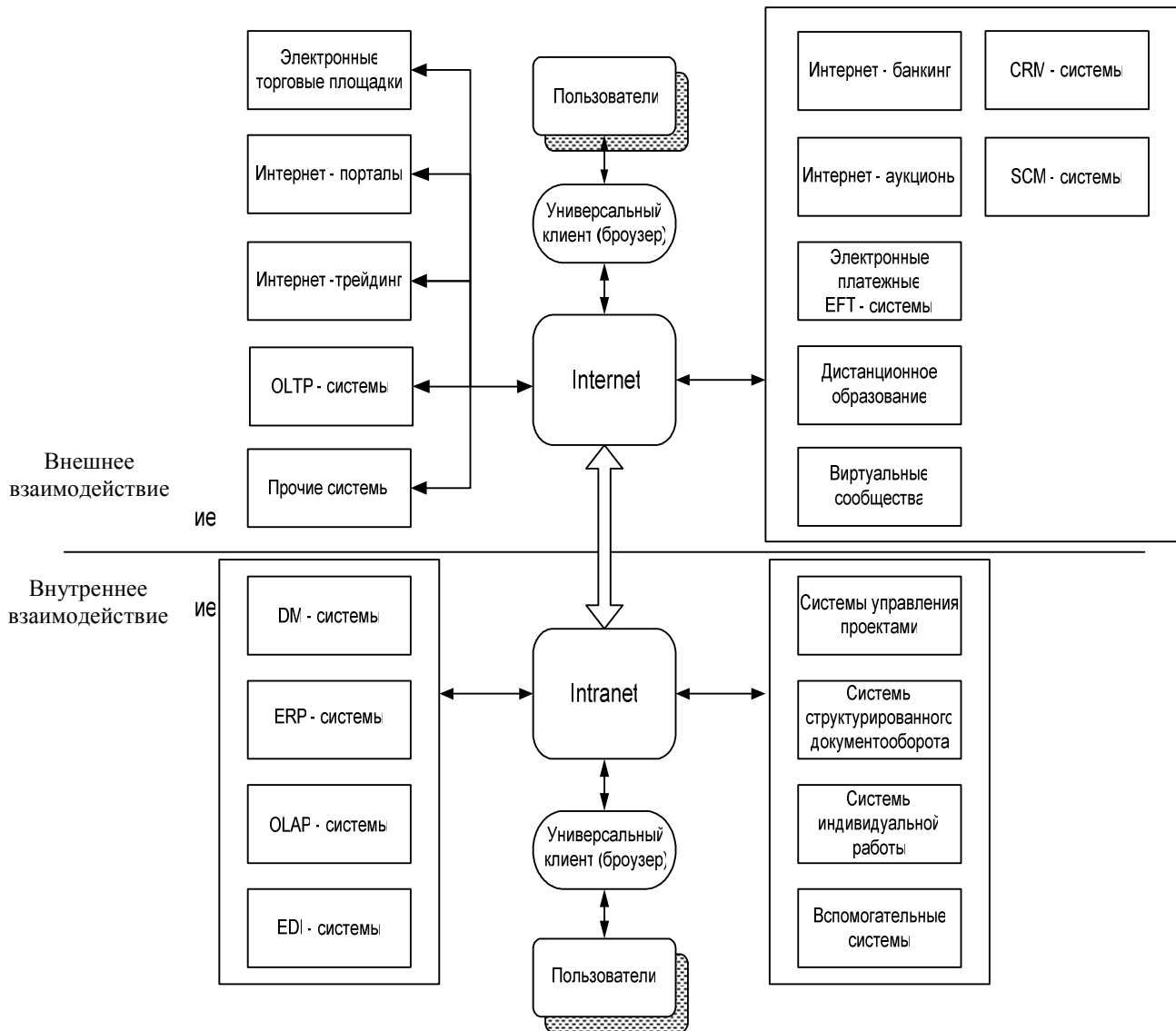
187. Hodgson G.M. The Hidden Persuaders: Institutions and Individuals in Economic Theory // Cambridge Journal of Economics. 2003. № 27.
188. Information Technology Outlook. - Paris: Organisation for Economic Co-Operation and Development, cop. 2004.
189. www.ITResearch.ru.
190. Jelassi T. Strategies for e-business: creating value through electronic and mobile commerce: concepts and cases/Jelassi T., Enders A. – Harlow: Pearson Education: Financial Times / Prentice Hall, 2005.
191. Jorgenson, D.W. Information Technology and the World Growth Resurgence // D.W. Jorgenson, K. Vu. SU-HSE. – Moscow, 2008.
192. Kalakota R., Whinston A. Electronic Commerce : A Manager's Guide. – Addison-Wesley, 1997.
193. Karmakar Nitya L. Agenda for Today Growth of E-Business: Global Forum / Shaping the Future. 2005.
194. Machlup F. The Production and Distribution of Knowledge in the United States. - Princeton, Princeton Univ. Press, 1962.
195. www.marchmont.ru/viewJournal.php?articleId=359.
196. Mann C. Global Electronic Commerce. - Washington, DC: Institute for International Economics, 2000.
197. Morgan S. The Globalization of the Information Age. 2000.
198. Pastore F., Verashchagina A. Private Returns to Human Capital over Transition: a Case Study of Belarus Economics // Education Review. 2005. №1.
199. Poon S. Determinants of Small Business Internet Usage: A Multi-method Investigation of Perceived Benefits // 10-th International Electronic Commerce Conference. Bled. – Slovenia. Moderna Organizacija, 1999.
200. www.salespro.ru/market/330.
201. www.setonline.ru/.
202. The Economist // E-Strategy Briefs. 2001.

203. World Public Sector Report 2003: E-Government at the Crossroads. UN publication, publication № ST/ESA/PAD/SER.E/49.2003.
204. Zwass V. Electronic Commerce: Structures and Issues // International Journal of Electronic Commerce. Vol. 1. № 1. Fall, 1996.

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1.

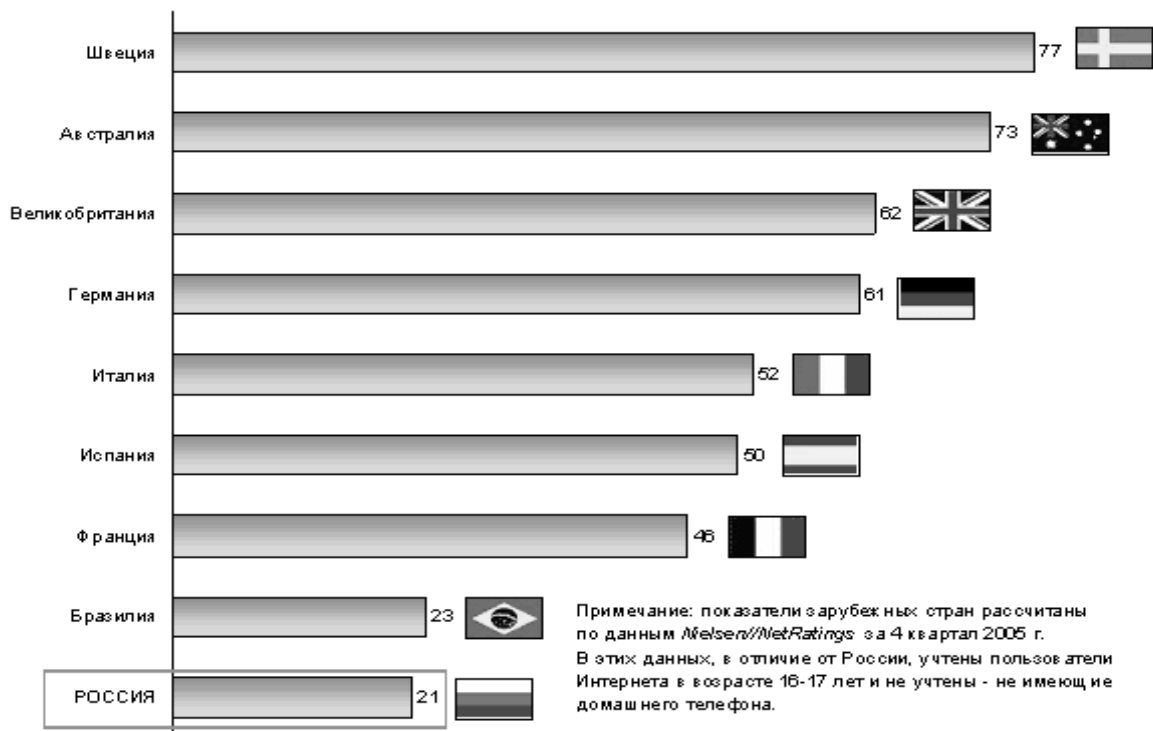
Механизмы взаимодействия элементов электронного бизнеса¹⁷³



¹⁷³ Составлено автором в процессе исследования.

Приложение 2.

Доли пользователей Интернета в странах, % от населения¹⁷⁴



¹⁷⁴ Фонд «Общественное мнение» // <http://bd.fom.ru/report/map/int0602> - результаты исследований Фонда «Общественное мнение».

Продолжение приложения 2.

Сравнительные показатели развития интернета по федеральным округам РФ.

Регион	Проникнове- ние интерне- та	Ново- стей от одного СМИ в день	Блогов на 1000 пользо- вателей	Доменов на 1000 пользо- вателей	Переходов на сайты интер- нет-магазинов в месяц на 1000 пользователей
Центральный	23%	3	4	21	54
Северо- Западный	31%	4	6	5	0
Приволжский	21%	6	9	8	34
Сибирский	20%	7	9	9	30
Уральский	21%	2	20	6	63
Южный	20%	7	8	8	29
Дальнево- сточный	28%	4	7	7	25
В среднем по округам	23	7	8	11	49
Москва	57%	11	90	73	816
Санкт- Петербург	37%	8	84	57	275

Приложение 3.

Содержательная характеристика международных методологий измерения индикаторов электронизации общества¹⁷⁵

№	Наименование	Разработка	Назначение	Структура и особенности
1	2	3	4	5
1	Индикатор технологической оснащенности (Indicator of technological equipment)	Ф. Родригес, Е. Дж. Вильсон (университет штата Мэриленд, США)	Измерение и оценка состояния развития ИКТ	Состоит из 5 частных показателей технологической продукции, которые охватывают традиционно используемые обществом технологические средства: персональные компьютеры, телефоны, Интернет и телевизоры. С помощью статистических методов выделяется общий источник вариации, который присутствует в каждом из этих показателей
2	Индикатор состояния информационного общества (Indicator of development of information society)	Издательство World Times, компания IDC, США	Измерение информационных возможностей и информационного капитала	Состоит из 23 переменных, которые, в свою очередь, образуют четыре подгруппы: компьютерная инфраструктура, информационная инфраструктура, Интернет-инфраструктура и социальная инфраструктура. Особенность индекса: при определении ранга определяющим является деятельность в сети Интернет
3	Индикатор прозрачности коммуникаций (Индикатор прозрачности управления)	Национальный научный фонд США (National Science Foundation – NSF)	Оценка степени использования ИКТ в процессах жизнедеятельности	-
4	Индекс информационного неравенства (DOT Force Index)	Рабочая группа по возможностям цифровых технологий (DOT Force)	Классификация стран с позиции информационного неравенства	Выделено 16 критериев. 11 критериев описывают состояние страны в контексте ее экономического развития, информатизации и коммуникации, 3 критерия отражают социальное развитие и 2 критерия характеризуют степень интернационализации национальной экономики

¹⁷⁵ Составлено автором по: Готовность к сетевому миру: Путеводитель для развивающихся стран. 2005 // <http://cyber.law.harvard.edu/readinessguide/GuideRussian.pdf>; Chen D. The Knowledge Economy, the KAM Methodology and World Bank Operations / Derek H. C. Chen, Carl J. Dahlman; The World Bank. 2005 // http://siteresources.worldbank.org/KFDLP/Resources/KAM_Paper_WP.pdf; www.weforum.org/pdf/Global_Competitiveness_Reports/Reports/gitr_2006/. 2006; Готовность России к информационному обществу. Оценка ключевых направлений и факторов электронного развития. Аналитический доклад / Под ред. С.Б. Шапошника. М.: ИРИО, 2004; World Information Society Report 2006. ITU // [www.itu.int/osg/spu/statistics/DOI/linkedddocs/Measuring_Digital_Opp_Revised_23_Nov_2005%20\(2\).pdf](http://www.itu.int/osg/spu/statistics/DOI/linkedddocs/Measuring_Digital_Opp_Revised_23_Nov_2005%20(2).pdf); Economist Intelligence Unit. 2005 // www.eiu.com/2005eReadinessRankings; The 2005 e-readiness rankings // A white paper from the Economist Intelligence Unit. Written in co-operation with The IBM Institute for Business Value.

Продолжение приложения 3

1	2	3	4	5
5	Готовность к сетевому миру: Путеводитель для развивающихся стран (Readiness for the Networked World)	Центр международного развития Гарвардского университета, США (Center for International Development, CID)	Мониторинг готовности к информационно-му обществу или «электронному развитию» (e-readiness assessment)	Выделяют 19 показателей, сгруппированных в пять блоков (областей оценки), подлежащих оценке: информационная инфраструктура, обучение с использованием ИКТ, сетевая экономика, сетевое общество, государственная политика информатизации. Для каждого параметра подбираются количественные и качественные индикаторы. По каждой категории индикаторов сформулированы критерии для определения четырех степеней готовности страны к «электронному развитию» по данному параметру (например, по уровню развития электронного бизнеса).
6	Система индикаторов для измерения экономики знаний (The Knowledge Assessment Methodology - KAM)	Всемирный банк в рамках программы «Знания для развития»	Оценка готовности страны к переходу на модель развития, основанную на знаниях	Состоит из 76 элементов, позволяющих сравнивать различные страны как по отдельным показателям, так и по агрегированным индикаторам, объединяющим характеристики: <ul style="list-style-type: none"> - институциональный режим (мотивы использования существующего и нового знания и развития предпринимательства); - степень образованности населения, наличие навыков по созданию, распространению и использованию знаний; - национальная инновационная система; - ИКТ-инфраструктура. Система предлагает два сводных индекса – индекс экономики знаний (средняя величина индексов: институционального режима, образования, инноваций и ИКТ) и индекс знаний (средняя величина из индексов: образования, инноваций и ИКТ).
7	Индекс готовности стран к сетевому миру (Network Readiness Index)	Разработан для Мирового экономического форума (World Economic Forum) и развивает методологию Гарвардского университета	Измерение степени подготовки страны или сообщества к сетевому миру и использованию результатов разработок в области ИКТ	В состав индекса (рейтинга) входят три составных индекса, в которых установлены: <ul style="list-style-type: none"> - условия для ИКТ, предлагаемые в данной стране или сообществу; - готовность сообщества, ключевых заинтересованных сторон: частных лиц, предприятий и правительств; - использование ИКТ среди этих участников.

Продолжение

приложения 3

1	2	3	4	5
8	Готовность России к информационному обществу. Оценка ключевых направлений и факторов электронного развития	Институт развития информационного общества, Россия. В рамках проекта «Оценка ИКТ-инфраструктуры и готовности России к электронному развитию»	Мониторинг и оценка готовности к информационному обществу	Структура схожа с методологией Гарвардского университета. Развитие на основе ИКТ отдельных отраслей анализируется как с точки зрения факторов электронного развития, так и с точки зрения использования ИКТ. Готовность рассматривается в нескольких основных аспектах: доступ к ИКТ (наличие компьютерного оборудования и доступа к Интернету), готовность человеческого капитала (наличие навыков, специальной подготовки у персонала, и др.), политика государства. Особенность состоит в комплексном анализе факторов электронного развития (человеческого капитала, государственного регулирования, бизнес-климата, доступа к ИКТ) наряду с анализом использования ИКТ в образовании, бизнесе, госуправлении, культуре.
9	Индекс цифровых возможностей Digital Opportunity Index 2005 (DOI)	Министерство информации и коммуникаций Республики Корея (ITU)	Комплексный показатель развития информационного общества, DOI позволяет производить межрегиональные сопоставления	Основан на 11 основных показателях ИКТ. Для анализа применения ИКТ в целях развития сгруппированы три блока: возможности, инфраструктура и их использование. Особенностью является модульная конструкция, ориентация на развитие. Может быть совмещен с другими показателями, так как разработан с учетом международных методик оценки ИКТ.
10	The E-Readiness Rankings (The Economist Intelligence Unit)	Economist Intelligence Unit и IBM -Институт бизнеса	Отражает возрастающее значение цифрового развития (электронной готовности) стран	Отражает взвешенную совокупность около 100 количественных и качественных критериев, объединенных в шесть основных категорий: <ul style="list-style-type: none"> - инфраструктура (коммуникационная и технологическая); - бизнес-среда (общий климат для деловой активности в стране); - восприятие потребителями и бизнесом; - политика регулирования; - социальная и культурная среда; поддержка электронных услуг. Методика оценки в 2005 г. претерпела значительные изменения. Были добавлены данные в новые категории по инновационной деятельности и внедрению общественного беспроводного доступа.

Образец опросного листа¹⁷⁶

Номер опросного листа _____

Дата _____

Место проведения _____

Ф.И.О., должность (ставится, не ставится) _____

Балльная шкала от 1 до 4

20		Торговая политика в области ИКТ												
№ п.п.	Наименование показателей	Баллы												
		РЕСПУБЛИКА АЛЫЕЯ	РЕСПУБЛИКА ДАГЕСТАН	РЕСПУБЛИКА ИНГУШСКАЯ	КАБАРД.-БАЛКАР. РЕСПУБЛИКА	РЕСПУБЛИКА КАЛМЫКИЯ	КАРАЧ.-ЧЕРКЕСС. РЕСПУБЛИКА	РЕСПУБЛИКА СЕВЕРНАЯ-ОСЕТИЯ	ЧЕЧЕНСКАЯ РЕСПУБЛИКА	КРАСНОДАРСКИЙ КРАЙ	СТАВРОПОЛЬСКИЙ КРАЙ	АСТРАХАНСКАЯ ОБЛАСТЬ	ВОЛГОГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ	РОСТОВСКАЯ ОБЛАСТЬ
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
1	Информационная инфраструктура													
2	Наличие сети Интернет													
3	Доступность сети Интернет													
4	Скорость передачи и качество информации													
5	Оборудование и программное обеспечение													
6	Сервис и поддержка													
7	Доступность ИКТ в образовательных учреждениях													
8	Улучшение качества образования с ИКТ													
9	Развитие рынка труда ИКТ													
10	Люди и организации													
11	Локально-ориентированный контент													
12	Место ИКТ в повседневной жизни													
13	ИКТ на рабочем месте													
14	Возможности работы в области ИКТ													
15	Электронная коммерция Бизнес-Потребитель													
16	Электронная коммерция Бизнес-Бизнес													
17	Электронное правительство													
18	Электронная коммерция Бизнес-Правительство													
19	Политика по регулированию телекоммуникаций													

¹⁷⁶ Составлено автором.

Расшифровка балльной шкалы оценки электронной готовности¹⁷⁷

№ п.п.	Наименование показателей	Баллы			
		1	2	3	4
1	Информационная инфраструктура	Доступ к телекоммуникационной инфраструктуре очень слабый. Степень телефонизации очень низкая, плотность менее 2-х основных линий на 100 человек. Степень распространения беспроводной связи менее 1%. Кабельная связь отсутствует.	Небольшое количество людей имеет доступ к телекоммуникационным информационным сетям. Плотность телеохвата 2-8 основных линий на 100 человек. Мобильная связь менее 5%. Кабельная связь менее 1% на домохозяйство.	Значительная часть населения имеет доступ к телефону. Рост беспроводной сети ускоряется. Телеплотность 8-40 основных линий на 100 человек. Мобильная связь до 15%. 5-10% домохозяйств имеют подписку на кабельную связь.	Доступ к телекоммуникационным и информационным сетям весьма распространен. Телеплотность более 40 основных линий на 100 человек. Мобильная связь распространена, кабельная связь 10% и более.
2	Наличие сети Интернет	Интернет - провайдеры, обеспечивающие локальный доступ, отсутствуют. Общественный доступ в Интернет отсутствует. Коммерческие организации не имеют возможности иметь выделенные линии от местного телефонного оператора или вынуждены ожидать по несколько лет.	Ограниченное количество интернет - провайдеров предлагают локальный доступ. Более 1.000.000 жителей на один ИП. Пользователи часто имеют трудности в связывании с местным ИП. Конкуренция в коммерческом лизинге выделенных линий отсутствует. Бизнес может арендовать выделенную линию только у единственного ИП.	Примерно от 500.000 до 1.000.000 жителей на одного местного ИП. ИП предлагают полный спектр Интернет -доступа. Существуют некоторые возможности для общественного доступа в Интернет. Связь с местным ИП нормальная, кроме часов «пик». Один или два частных провайдера предоставляют выделенные линии для коммерческих организаций.	Более двух местных ИП на 1 млн. жителей. Большинство потребителей имеют возможность подписаться на различные виды услуг в зависимости от скорости доступа, сервиса, качества и цены. Существуют адекватные возможности для общественного доступа в Интернет. Связь с ИП надежна. Многочисленные частные провайдеры предоставляют выделенные линии. Распространены беспроводные решения.
3	Доступность сети Интернет	Большинство пользователей вынуждено платить дополнительно за международную и удаленную связь. Цены на услуги ИП так высоки, что очень немногие люди могут позволить себе доступ в Интернет.	Цены на местные телефонные звонки достаточно высоки, чтобы не давать возможности широкому использованию Интернета через местные ИП. Существуют решения для локального доступа, но расценки за сервис не позволяют широко использовать Интернет. Недостаток конкуренции в установке выделенных линий отражается на очень высокой оплате или даже невозможности позволить себе такую услугу.	Телефонная плата за доступ в Интернет отражает существование конкуренции на телекоммуникационном рынке, хотя все еще достаточно высока, чтобы не поощрять широкое использование Интернета некоторыми пользователями. Существует конкуренция на рынке выделенных линий для коммерческих организаций, и цены падают, хотя еще и высоки.	Цены на телефонные услуги конкурентные и доступны почти для всего населения. Для местных звонков установлена единовременная оплата. Может существовать единовременная оплата. Может существовать бесплатный Интернет. Установлена повременная оплата за местные звонки.

¹⁷⁷ Составлено автором по Гарвардской методологии готовности к «информационно связанному миру» (www.readinessguide.org) с авторскими изменениями и дополнениями.

Продолжение приложения 5

№ п.п.	Наименование показателей	Баллы			
		1	2	3	4
4	Скорость передачи информации и качество	<p>Меньше половины местных звонков успешны. Качество звука в телефонах часто неприемлемо для обычных разговоров. Более 100 звонков в год на 100 телефонных линий не достигают адресата. Локальная коммуникационная инфраструктура поддерживает только работу электронной почты. Крупный бизнес, которому необходим доступ, вынужден подключаться к кабелю за пределами района.</p>	<p>50 -70% местных звонков успешны. Часты обрывы связи и ее прерывание. 50 - 100 ошибок регистрируется за год на каждые 100 основных линий. Телекоммуникационная инфраструктура поддерживает в большинстве областей района модемную передачу со скоростью 9.6 Кбит/сек. или менее. Некоторые области могут поддерживать 14.4 Кбит/сек. Крупный бизнес и ИП могут связываться свои сети с главным кабелем локальной инфраструктуры, но его пропускная способность неадекватна для поддержки требований пользователей. Потери данных значительны и регулярно обрываются.</p>	<p>70 -90% местных телефонных звонков успешны. Связь обрывается с заметной частотой. Пользователи имеют доступ к телефонным модемам со скоростью передачи до 28.8 Кбит/сек. Широко распространены выделенные линии для бизнеса и ИП со скоростью передачи до 64 Кбит.сек. Оборудование для подключения районного основного кабеля обычно работает эффективно, хотя в пиковые часы замечается некоторое замедление в работе информационной сети. Потери данных возникают, однако в целом потери данных нет.</p>	<p>Обрывы связи почти не происходят. Более 90% местных звонков успешны. В год регистрируется менее 10 ошибочных звонков на 100 основных линий. Модемный доступ со скоростью 56 Кбит/сек. широко распространен, с некоторым доступом к высокоскоростным цифровым линиям, кабельным модемам и беспроводной связи. Высокоскоростной доступ является обычным, возможна ещё более скоростная связь в некоторых областях. Адекватный основной кабель обеспечивает потребности района без значительных задержек, кроме пиковых периодов. Потери данных в сети ниже 10%</p>
5	Оборудование и программное обеспечение	<p>В данном районе не существует объектов продажи оборудования и ПО для Интернет - провайдеров. Данное оборудование и ПО слишком дорого для всех, кроме крупного бизнеса и небольшого количества граждан, малого и среднего бизнеса.</p>	<p>Некоторые решения могут проводиться по каталогу. Очень мало или отсутствуют вообще инструкции на родном языке. Основное оборудование и ПО доступно для некоторых граждан, а также малых и средних предприятий</p>	<p>Большинство продуктов для ИП привозится из-за рубежа, необходима строгая локализация промышленности для адаптации продуктов к местным потребностям. Некоторое ПО, соответствующее местным нуждам, существует также на родном языке. Есть разнообразное оборудование и ПО, которое доступно для большинства малого и среднего бизнеса, а также для многих частных пользователей.</p>	<p>Существует развитый рынок конкурентной розничной и оптовой торговли для этих продуктов. Оборудование и ПО, необходимое для местных условий и языков, широко распространено и доступно.</p>
6	Сервис и поддержка	<p>Требуется, по меньшей мере, 4 года со дня заказа, чтобы установить основную телефонную линию. Требуется более 6 месяцев, чтобы разрешить проблемы, связанные с основной телефонной линией, если они вообще разрешатся. В данном районе очень мало программистов или компьютерных техников.</p>	<p>Требуется, по крайней мере, несколько месяцев для того, чтобы установить основную телефонную линию. Требуется более месяца для разрешения проблем с основной телефонной линией. Провайдеры не очень ответственно относятся к своим обязательствам. Небольшое количество программистов, администраторов и технологического персонала работает в данном районе.</p>	<p>Требуется, по меньшей мере, один месяц для установки основной линии. Более недели необходимо для разрешения проблем, связанных с основной линией. Сервисная этика по отношению к потребителям растёт. Существует некоторая поддержка со стороны интернет - провайдеров по установке и сервису оборудования. Увеличивающееся количество специалистов.</p>	<p>Установка основной линии, как правило, требует нескольких дней. Существует несколько способов связаться с сервис - провайдерами. Проблемы решаются в течение часов. Существует онлайн-помощь, позволяющая немедленное разрешение. Обслуживание потребителей рассматривается как источник повышения конкурентоспособности.</p>

Продолжение приложения 5

№ п.п.	Наименование показателей	Баллы			
		1	2	3	4
7	Доступность ИКТ в образовательных учреждениях	Нет компьютеров вообще.	Компьютеры в основном есть в университетах, в целом менее пяти компьютеров на университет. Доступ к компьютерам ограничен доступом преподавателей и администраторов. В основном установлены компьютеры старого поколения. Если и есть больше компьютеров, то они, как правило, не подсоединены в сеть. Использование компьютеров ограничено электронными документами, которые содержатся на жёстких дисках или дискетах. Может быть некоторая связь для рассылки электронной почты.	Компьютеры есть как на университетском, так и на школьном уровнях. До 10 -15 компьютеров находятся в лабораториях - примерно 1 компьютер на 4 студента. Компьютерные лаборатории, как правило, открыты для компьютерного обучения в течение рабочего дня. Компьютеры в основном старого поколения, и они могут быть связаны в сети с файловым или почтовым сервисом. Там, где есть несвязанные компьютеры, имеется ограниченная библиотека компакт - дисков. Может существовать локальная сеть. Лабораторная сеть имеет телефонную связь с Интернетом и поддерживает ограниченный доступ.	Большинство школ на всех университетских уровнях имеют доступ к компьютерам. Может быть целый ряд компьютерных лабораторий в каждой школе, а также можно найти компьютеры в классах, открытых для доступа после занятий. В некоторых классах студенты и преподаватели могут иметь персональные портативные компьютеры. Лаборатория может быть открыта после занятий для пользования жителями близлежащих районов. В школьной сети может существовать внутренний интернет - сервер. Классы и кабинеты могут быть подсоединены к районной информационной сети для разделения сетевых ресурсов. Может существовать национальная школьная сеть. Связь обеспечивается через выделенный или беспроводной канал.
8	Улучшение качества образования с ИКТ	Компьютеры не используются ни студентами, ни преподавателями	Очень мало преподавателей используют компьютеры и очень ограниченно. Преподавательская компьютерная грамотность ограничивается клавиатурой и мышью, а также базовыми понятиями операционной системы и т. п. Компьютеры используются на университетском уровне.	Преподаватели и студенты в основном используют компьютеры для поддержки основной работы и обучения. Преподаватели, использующие компьютеры, в целом опытные в работе с текстовыми программами и могут работать с информацией на компакт - дисках. В некоторых классах преподаватели берут информацию из Интернета, передавая её через электронную почту и предоставляют информацию в электронном формате для передачи другим, как внутри школы, так и вне её.	ИКТ полностью интегрированы в учебный процесс и существенно используются на занятиях. Занятия могут включать курсовые работы, позволяющие студентам использовать Интернет и программное обеспечение для работы с другими студентами и преподавателями в своих и других школах, а также на национальном и международном уровнях. Преподаватели хорошо подготовлены в методах внедрения компьютеров и ИКТ в процесс образования.
9	Развитие рынка труда ИКТ	Возможности для подготовки в области программирования, установки, поддержки, Интернет-дизайна и других ИКТ - профессий фактически не существует.	Существуют ограниченные возможности для подготовки в области развития ИКТ.	Технические классы и программы по предметам, относящимся к ИКТ, существуют в различных частных и общественных центрах. Существует некоторый ограниченный он-лайн доступ к программам подготовки специалистов. Некоторые работодатели предлагают тренинг в использовании ИКТ своим сотрудникам.	Существует много технических школ со специализированными предметами в области ИКТ и компьютерных наук. Существует большое количество возможностей подготовки и обучения, связанных с ИКТ через сертификационные программы, работодателей, образовательные учреждения. Для развития технических навыков широко распространены сетевые ресурсы и курсы.

Продолжение приложения 5

№ п.п.	Наименование показателей	Баллы			
		1	2	3	4
10	Люди и организации	Большинство населения никогда не слышало об Интернете. Менее 1% населения использовало Интернет за последние три месяца. Ни одна организация в данном районе не имеет зарегистрированный в интернет сайт.	Большинство населения никогда не слышало об Интернете и не знают кого-либо, кто использовал бы его. Мало кто является постоянным пользователем Интернета. Некоторые местные организации имеют зарегистрированные сайты. Нет рекламы в СМИ для интернет-компаний.	Большинство населения слышали об Интернете, но мало кто использовал его. Менее 10% используют Интернет регулярно. Подавляющее большинство пользователей - мужчины от 10 до 35 лет. Количество местных зарегистрированных сайтов, по меньшей мере, 2 на 1000 жителей. Реклама в традиционных СМИ для интернет - компаний нечаста.	Большинство населения интересуется Интернетом и знает многих, кто его использует. По меньшей мере, 15% населения пользуются Интернетом с некоторой долей постоянства. Количество местных зарегистрированных сайтов, по меньшей мере, 20 на 1000 жителей. Реклама в традиционных СМИ для интернет - компаний - довольно обычное явление
11	Локально-ориентированный контент	Нет интернет-сайтов, обеспечивающих информацией на местные темы. Мало или вообще нет сайтов на местном языке или доминирующего местного интернет - языка.	Существует мало сайтов, рассказывающих о местных событиях. Большинство из них созданы и зарегистрированы за пределами данного района. Некоторые сайты существуют на местном языке. Мало используются интернет - страницы объявлений, мало пользовательских групп по интересам.	Некоторые местные интернет - сайты существуют, хотя большинство из них статичны и нечасто обновляются. Они несут в себе информацию, относящуюся к различным группам внутри данного сообщества. Существует много сайтов на местном языке. В некоторой степени используются интернет - страницы объявлений, пользовательские группы или новостные сообщения.	Много сайтов обеспечивают динамичной информацией на местные темы и обновляются, по меньшей мере, несколько раз в неделю. Местные темы посещаются гражданами на всех уровнях общества, включая сайты и он-лайн бюллетени, пользовательские группы и новостные сообщения. Значительное количество информации на веб-сайтах на местном языке. Существует много доступных возможностей для интернет-тренинга.
12	Место ИКТ в повседневной жизни	Члены сообщества обычно не используют ИКТ в своей повседневной жизни. Большая часть общественных коммуникаций проводится на бумаге.	Факсы, компьютеры используются в ограниченной степени некоторыми жителями данного района. Общественные телефоны имеются в некоторых частях данного района и регулярно используются многими жителями.	Общественные телефоны можно найти во многих частях данной области и они широко используются. Некоторые жители имеют доступ в Интернет из дома. Увеличивающееся количество жителей пользуются телецентрами, интернет-кафе и другими платными компьютерными услугами.	Многие жители области используют ИКТ в своей повседневной жизни: для домашних покупок, банковского обслуживания и т.д., а также в своей общественной жизни для взаимодействия с другими людьми. Люди, не имеющие интернет - доступа дома, могут пользоваться им на работе или, используя различные общественные и частные интернет - ниши.
13	ИКТ на рабочем месте	Сотрудники имеют ограниченный доступ к телефонам. Небольшое количество частных и государственных организаций оборудованы несколькими ПК, но не связанными в сеть. Большая часть деловой корреспонденции идёт персонально или по почте.	Организации время от времени работают более эффективно через ограниченное использование ИКТ в своей работе. Некоторые сотрудники имеют доступ к телефонам. Небольшое количество организаций имеют ПК, которые связаны в сеть для внутреннего обмена информацией и простых бизнес - приложений.	Организации работают эффективнее через некоторое использование ИКТ в своей внутренней работе. Много офисов оборудованы ПК, которые связаны в сеть для передачи данных, управления отчётами и другими приложениями. Некоторые сотрудники проводят исследования и деловые переводы через компьютерную сеть, хотя чаще всего несколько сотрудников используют 1 компьютер. Некоторые сотрудники используют ИКТ для внутренней переписки.	Организации достигают значительной эффективности через широкое использование ИКТ в своих внутренних целях. Компьютеры в офисах полностью подсоединены к общей сети. Разные офисы подсоединены друг с другом через внешнюю сеть. Эти сети могут расширяться на национальном и международном уровнях. Большинство сотрудников имеют доступ в Интернет со своих рабочих мест. Большинство сотрудников имеют собственные адреса электронной почты.

Продолжение приложения 5

№ п.п.	Наименование показателей	Баллы			
		1	2	3	4
14	Возможности работы в области ИКТ	Мало местных фирм нанимает сотрудников с техническим образованием.	Многие сотрудники с опытом работы в области ИКТ либо должны оставить место жительства в поисках работы, либо не могут работать в своей области.	Технические способности в данной области становятся источником преимуществ и начинают привлекать инвестиции и новые рабочие места от внешних компаний.	Работодатели требуют технических знаний. Экономика основана на управлении и торговле в области информации. ИКТ рассматриваются как конкурентная стратегия.
15	Электронная коммерция Бизнес-Потребитель	Фирмы не имеют своих интернет – страниц и очень мало знакомы с он-лайн бизнесом. Все сделки между бизнесом и потребителями состоят из персональных и бумажных транзакций.	Некоторые местные организации имеют сайты. Основная информация статична и редко обновляется. Некоторые принимают платежи по телефону или факсу и распространяют книжные каталоги.	Многие предприятия выставляют информацию на веб-сайтах. Информация часто устаревшая. Покупки часто совершаются персонально, по телефону или факсу, хотя электронная почта иногда расширяет процесс. Некоторые предприятия могут иметь начальные возможности для он-лайн торговли.	Многие предприятия внедрили Интернет в свои системы продаж, услуг и потребительский сервис. Общий объем он-лайн продаж является существенным компонентом бизнес активности. Это можно заметить из рекламы в традиционных СМИ.
16	Электронная коммерция Бизнес-Бизнес	Бизнес имеет очень мало маркетинговой информации. Эффективность взаимодействий ограничивается недостатком прозрачности, как и перспективы новых возможностей.	Б-Б взаимодействие остается неэффективным с малой долей прозрачности. Факсы и телефоны являются обычными средствами для обслуживания заказов. Требуются некоторые бумажные переводы, требующие подписи.	Установка электронных систем увеличила эффективность и ясность и уменьшила накладные расходы в Б-Б взаимодействии. Электронные Б-Б транзакции составляют малую долю всей Б-Б коммерции.	Многие Б-Б транзакции являются существенными как результат использования электронных систем. Общий уровень электронных транзакций составляет существенную часть в общей доле Б-Б транзакций.
17	Электронное правительство	Не существует государственных он-лайн ресурсов. Нет даже понятия об интерактивном правительстве. Все сделки и договоры проводятся либо персонально, либо через бумажную переписку.	Существует очень мало государственных веб-страниц, часто обеспечивающих общую информацию, являющуюся, как правило, частью внешних источников. Эта информация статична и редко обновляется. Некоторое ограниченное взаимодействие с правительством возможно по телефону или факсу.	Некоторые государственные организации выставляют ключевую информацию на своих интернет - страницах, включая месторасположение служб, часы работы, официальные формы. Информация часто устаревшая. Транзакции часто проводятся персонально, по факсу или телефону, хотя могут быть сделаны и с помощью ИКТ.	Государство выставляет информацию на веб-страницах, внедрило Интернет в свою стратегию для взаимодействия с общественностью. Интерактивные правительственные веб-страницы позволяют обществу проводить транзакции, т.е. оплата налогов и т.п. через Интернет. Много государственных функций проводится с применением Интернета
18	Электронная коммерция Бизнес-Правительство	Государство практически не осуществляет госзакупок электронным путем, а все сделки состоят из персональных и бумажных транзакций. Отсутствуют электронные торговые площадки. Информацию о проводимых государственных закупках найти сложно или она устаревшая. Не используется электронная цифровая подпись. Законодательно электронная торговля не регулируется.	Появляются отдельные ЭТП для осуществления госзакупок. Информация о закупках доступна только зарегистрированным пользователям. Отсутствует единый сайт с информацией о проводимых конкурсах. Определен правовой статус ЭЦП. Разрабатывается реестр недобросовестных поставщиков.	Создан централизованный сайт для размещения информации о бюджетных заказах. Активно развиваются электронные торговые площадки. Распространена электронная цифровая подпись. Создан и постоянно поддерживается в актуальном состоянии реестр недобросовестных поставщиков. Электронные транзакции B2G составляют существенную часть всей электронной коммерции.	Практически все государственные закупки осуществляются в электронном режиме. Процедуры торгов понятны и прозрачны. Поставщики и заказчики доверяют друг другу.

Продолжение приложения 5

№ п.п.	Наименование показателей	Баллы			
		1	2	3	4
19	Политика по регулированию телекоммуникаций	<p>Не существует планов по либерализации телекоммуникационного сектора. Нет регулирующих инструментов для продвижения универсального доступа к телекоммуникационному сервису. Весь телекоммуникационный сервис обеспечивается одним оператором - частным или государственным. Сервис голосовых или цифровых сообщений ограничен.</p>	<p>Планы по либерализации телекоммуникационного сервиса существуют или сформулированы. Работы по универсальному доступу к сервису проведены, хотя еще и неэффективны.</p>	<p>Планы по либерализации телекоммуникационного сектора разработаны и внедрены. Существенный прогресс достигнут в установлении универсального доступа, но всё еще много сложностей во внедрении. Такие службы, как мобильная телефония и пейджинг обеспечиваются различными конкурирующими провайдерами. Альтернативные поставщики услуг конкурируют за сервис частных услуг, выделенные линии или другие телекоммуникационные услуги. Обеспечение внутриофисных информационных сетей открыто для конкуренции через взаимосвязь или опубликованные обязательства.</p>	<p>Телекоммуникационный сектор либерализован с регулирующим режимом, способствующим открытой конкуренции. Регулирование эффективно в продвижении универсального доступа. Определён независимый регулирующий орган, который устанавливает и следит за телекоммуникационным регулированием. Граждане и организации имеют целый ряд возможностей для телекоммуникационного и цифрового обслуживания. Существует здоровая конкуренция среди поставщиков мобильных беспроводных систем. Спектр распределён соответственно международным стандартам и процесс лицензирования способствует вступлению новых участников рынка.</p>
20	Торговая политика в области ИКТ	<p>Торговля оборудован для телекоммуникационных технологий ограничена высокими тарифами и другими ограничениями, включая внутриофисные технические стандарты или требования к лицензированию. Сервисный сектор не открыт для торговли, создавая барьеры для электронной коммерции, созданию и функционированию информационных сетей. Местное регулирование де-факто создаёт барьеры для использования ИКТ. Очень малы или нет вообще прямых иностранных инвестиций.</p>	<p>Торговые барьеры для оборудования ИКТ были уменьшены, но всё еще относительно высоки. Был осуществлён некоторый доступ к сервису, относящемуся к электронной коммерции и сетям ИКТ. Прямые иностранные инвестиции разрешаются в информационно - сетевом секторе, но с некоторыми условиями.</p>	<p>Торговля в области оборудования ИКТ не ограничена посредством ненужной стандартизации или лицензирующих требований. Тарифы не высоки и формализованы. Данное сообщество, по крайней мере, временно согласно не применять непропорциональные тарифы на продукцию, доставляемую электронным способом. Достигнута значительная открытость сервиса, которая облегчает электронную коммерцию, а также оперирует ИКТ - сетями. Однако некоторые ограничения всё же существуют. Прямые иностранные инвестиции в сектор ИКТ осуществляются с некоторыми ограничениями.</p>	<p>Если специальные тарифы и существуют для ИКТ-товаров, то они незначительны. Торговые отношения в области сервиса полностью либерализованы. Данное сообщество убеждено, что оно не будет устанавливать непропорциональных тарифов на услуги и товары, доставляемые электронным способом. Иностранные инвестиции в сектор ИКТ поощряются и являются предметом небольших или малых ограничений.</p>

Приложение 6.

Уровень развития информационных технологий в регионах ЮФО¹⁷⁸

Регион ЮФО	Индекс готовности к электронному правительству		Индекс-компонент использования ИКТ для развития: ИКТ в государственном управлении, бизнесе, культуре, здравоохранении, в домохозяйствах и частными лицами		Индекс готовности к информационному обществу		Индекс-компонент факторов электронного развития: ИКТ-инфраструктура, человеческий капитал и деловой климат для использования ИКТ		Уровень цифровизации местной телефонной сети: ГТ С+СТС
	место в рейтинге	значение по 7-балльной шкале	место в рейтинге	значение по 7-балльной шкале	место в рейтинге	значение по 7-балльной шкале	место в рейтинге	значение по 7-балльной шкале	
РЕСПУБЛИКА АДЫГЕЯ	38	3,00	53	2,58	54	2,81	51	3,04	49,62
РЕСПУБЛИКА ДАГЕСТАН	74	2,44	87	1,82	85	2,13	82	2,45	32,57
РЕСПУБЛИКА ИНГУШЕТИЯ	88	1,69	88	1,72	88	1,96	88	2,20	100,00
КАБАРДИНО-БАЛКАРСКАЯ РЕСПУБЛИКА	75	2,42	78	2,05	80	2,29	80	2,53	63,81
РЕСПУБЛИКА КАЛМЫКИЯ	87	1,80	83	1,89	81	2,27	75	2,66	50,22
КАРАЧАЕВО-ЧЕРКЕССКАЯ РЕСПУБЛИКА	83	1,86	82	1,91	83	2,26	78	2,61	42,21
РЕСПУБЛИКА СЕВЕРНАЯ ОСЕТИЯ	80	2,21	86	1,86	77	2,40	60	2,94	72,41
ЧЕЧЕНСКАЯ РЕСПУБЛИКА	н.д.	н.д.	н.д.	н.д.	н.д.	н.д.	н.д.	н.д.	82,44
КРАСНОДАРСКИЙ КРАЙ	28	3,24	31	3,00	39	2,97	44	3,10	74,72
СТАВРОПОЛЬСКИЙ КРАЙ	66	2,60	51	2,86	53	2,81	55	2,99	60,43
АСТРАХАНСКАЯ ОБЛАСТЬ	64	2,65	60	2,51	47	2,89	23	3,27	80,27
ВОЛГОГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ	63	2,70	55	2,57	48	2,89	35	3,20	60,81
РОСТОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	13	3,51	37	2,85	34	3,03	34	3,21	50,28
ЮФО	-	2,51	-	2,3	-	2,56	-	2,85	62,41

¹⁷⁸ Составлено автором по: Индекс готовности российских регионов к электронному правительству 2004-2005

www.inforegion.ru/ru/info/region/ratings/index_e_gov/index.php?afrom4=04.07.2004&ato4=04.07.2007&x=7&y=17&id4=44; Электронный регион. Использование ИКТ для развития российских регионов 2004-2005

www.inforegion.ru/ru/info/region/ratings/index_info_community/index.php?id4=43/; Электронный регион. Индекс готовности российских регионов к информационному обществу 2004-2005

www.inforegion.ru/ru/info/region/ratings/index_info_community/index.php?id4=41; Электронный регион. Факторы электронного развития российских регионов 2004-2005 //

www.inforegion.ru/ru/info/region/ratings/index_info_community/index.php?id4=42; Электронный регион. Уровень цифровизации местной телефонной сети. 2006 // www.inforegion.ru/ru/info/region/statistic/telefon/.

Приложение 7.

Основные направления политики Российской Федерации на 2006-2008 гг. и место ИКТ в их реализации

Направление политики	Роль и место ИКТ в реализации соответствующего направления политики	Объект использования ИКТ: органы власти и бюджетные организации (1), бизнес (2), граждане (3)
1	2	3
1. Модернизация здравоохранения	1.1. Развитие телемедицинских услуг, обеспечивающих возможность дистанционной диагностики, анализа данных результатов обследования, уточнения диагноза и консультирования, а также создание систем мониторинга состояния здоровья населения, (включая «Паспорт здоровья»), систем персонализированного учета медицинских услуг на основе внедрения телекоммуникационных технологий	1.1 Стимулирование использования ИКТ бюджетными учреждениями (внедрение ИКТ в государственные органы здравоохранения и бюджетные учреждения здравоохранения.) - (1)
2. Формирование рынка доступного жилья	2.1. Содействие развитию новых институтов инфраструктуры рынка жилья, в том числе страхованию ипотечных кредитов, созданию кредитных бюро, совершенствованию системы государственной регистрации прав на недвижимость и учета объектов недвижимости (повышение прозрачности, надежности и информационной доступности, снижение затрат и времени обслуживания)	2.1. Стимулирование использования ИКТ органами государственной власти (внедрение ИКТ в органы управления государственным и муниципальным имуществом, создание государственных web-сайтов) - (1)
3. Развитие агропромышленного комплекса и рыболовства	3.1. Улучшение рыночной сферы в агропромышленном комплексе и облегчение доступа производителей к рынкам готовой продукции и производственных ресурсов (земельных, финансовых, материально-технических, информационных)	3.1. Стимулирование использования ИКТ органами государственной власти (создание государственных web-сайтов) - (1)

1	2	3
4. Повышение устойчивости демографического развития и миграционная политика	4.1. Модернизация системы иммиграционного контроля	4.1. Стимулирование использования ИКТ органами государственной власти (закупка компьютерного оборудования, программного обеспечения для государственных органов, отвечающих за миграционную политику) - (1)
5. Сокращение масштабов бедности и развитие социальной помощи	5.1. Повышение эффективности реализации социальных программ, в том числе на основе их совместного планирования и реализации, а также использования единых информационных баз данных о бедных домохозяйствах	5.1. Стимулирование использования ИКТ органами государственной власти (закупка компьютерного оборудования и программного обеспечения для государственных нужд) - (1)
6. Развитие рынка труда и реформирование системы оплаты труда	6.1. Совершенствование системы информирования населения о состоянии рынка труда и возможностях трудоустройства в различных отраслях экономики	6.1. Стимулирование использования ИКТ органами государственной власти (создание государственных web-сайтов) - (1)
7. Совершенствование пенсионной системы в России	7.1. Установление требований к раскрытию информации негосударственными пенсионными фондами	7.1. Стимулирование использования ИКТ негосударственными фондами (создания web-порталов негосударственных пенсионных фондов) - (3)
8. Развитие институтов гражданского общества	<p>8.1. Развитие механизмов образовательной и информационно-консультационной поддержки деятельности некоммерческих организаций.</p> <p>8.2. Развитие механизмов общественного мониторинга, в том числе содействие проведению общественного мониторинга реализации и результатов реформ</p>	<p>8.1. Стимулирование использования ИКТ органами государственной власти (создание государственных web-сайтов) - (1)</p> <p>8.2. Стимулирование использования ИКТ органами государственной власти (создание государственных web-сайтов) - (1)</p>

1	2	3
<p>9. Политика в сфере культуры и массовых коммуникаций</p>	<p>9.1. Обеспечение широкого доступа к культурным ценностям, знаниям и информации.</p> <p>9.2. Интеграция отечественной культуры в мировой культурный процесс и информационное пространство.</p> <p>9.3. Обеспечение доступа различных групп граждан к культурному наследию и информационным ресурсам с учетом включения услуг культуры в состав потребительской корзины.</p> <p>9.4. Поддержание и развитие инфраструктуры, обеспечивающей сохранность объектов культурного наследия, музейных, архивных и библиотечных ценностей, гарантирующей доступ к ним граждан.</p> <p>9.5. Переход на более высокий технологический уровень оперативного учета и контроля их использования.</p> <p>9.6. Повышение адресности и увеличение разнообразия услуг культуры и информационных услуг; разработка, внедрение и распространение новых информационных продуктов и технологий в сфере культуры и массовых коммуникаций.</p> <p>9.7. Обеспечение доступа населения к социально значимой информации путем создания на базе общедоступных библиотек общероссийской сети центров правовой, деловой и иной информации.</p> <p>9.8. Развитие информационных услуг, предоставляемых населению на базе центральных и муниципальных библиотек.</p> <p>9.9. Обеспечение граждан необходимой информацией, связанной с реализацией их законных прав и свобод, в том числе на получение различных видов социальной поддержки</p>	<p>9.1. Стимулирование использования ИКТ органами государственной власти (создание государственных web-сайтов) - (1)</p> <p>9.2. Стимулирование использования ИКТ органами государственной власти (внедрение ИКТ в межведомственное государственное взаимодействие) - (1)</p> <p>9.3. Стимулирование использования ИКТ органами государственной власти (создание государственных web-сайтов) - (1)</p> <p>9.4. Стимулирование использования ИКТ органами государственной власти (закупка компьютерного оборудования и модернизация каналов связи) - (1)</p> <p>9.5. Стимулирование использования ИКТ органами государственной власти (закупка компьютерного оборудования и программного обеспечения) - (1)</p> <p>9.6. Стимулирование использования ИКТ населением. - (3)</p> <p>9.7. Стимулирование использования ИКТ населением. - (3)</p> <p>9.8. Стимулирование использования ИКТ населением. - (3)</p> <p>9.9. Стимулирование использования ИКТ органами государственной власти и бюджетными учреждениями (создание государственных web-порталов) - (1)</p>

1	2	3
<p>10. Реформа государственного управления</p>	<p>10.1. Модернизация системы информационного обеспечения органов исполнительной власти.</p> <p>10.2. Обеспечение информационной открытости деятельности органов исполнительной власти и участия в их деятельности гражданского общества.</p> <p>10.3. Внедрение информационных технологий в сфере государственного управления, создание элементов электронного правительства, включая обеспечение информационной открытости, развитие систем электронного документооборота, общегосударственных информационных ресурсов, расширение набора услуг, предоставляемых в электронной форме.</p> <p>10.4. Реализация административных регламентов в электронной форме, позволяющей обеспечить оперативность, информационную насыщенность управленческих решений и постоянный контроль их исполнения</p>	<p>10.1. Стимулирование использования ИКТ органами государственной власти (закупка компьютерного оборудования и программного обеспечения для государственных нужд) - (1)</p> <p>10.2. Стимулирование использования ИКТ органами государственной власти (создание государственных web-сайтов) - (1)</p> <p>10.3. Стимулирование использования ИКТ органами государственной власти (закупка компьютерного оборудования и программного обеспечения для государственных нужд, создание сайтов) - (1)</p> <p>10.4. Стимулирование использования ИКТ органами государственной и муниципальной власти (закупка компьютерного оборудования и программного обеспечения для государственных нужд, создание государственных web-сайтов) - (1)</p>
<p>11. Приватизация и управление государственной собственностью</p>	<p>11.1. Совершенствование порядка реализации государственного и муниципального имущества, в том числе повышение информационной прозрачности процесса приватизации.</p> <p>11.2. Обеспечение прозрачности деятельности федеральных органов исполнительной власти и государственных организаций по распоряжению государственным имуществом</p>	<p>11.1. Стимулирование использования ИКТ органами государственной власти (создание государственных web-сайтов) - (1)</p> <p>11.2. Стимулирование использования ИКТ органами государственной власти (создание государственных web-сайтов) - (1)</p>

1	2	3
12. Налоговая реформа	<p>12.1. Создание единой базы данных по утраченным паспортам.</p> <p>12.2. Развитие системы электронной обработки информации, содержащейся в счетах-фактурах.</p> <p>12.3. Модернизация информационных технологий и процедур, используемых налоговыми органами для мониторинга деятельности налогоплательщиков и оперативного выявления фактов уклонения от уплаты налога на добавленную стоимость.</p>	<p>12.1. Стимулирование использования ИКТ органами государственной власти (закупка компьютерного оборудования и программного обеспечения для государственных нужд) - (1)</p> <p>12.2. Стимулирование использования ИКТ органами государственной власти (закупка компьютерного оборудования и программного обеспечения для государственных нужд) - (1)</p>
13. Развитие механизмов частно-государственного партнерства	<p>13.1. Информационно-консультационная поддержка предпринимательской деятельности.</p> <p>13.2. Государственная поддержка технико-внедренческих парков, предусматривающая создание инфраструктуры, предоставление необходимой методической поддержки и распространение лучшей практики.</p>	<p>13.1. Стимулирование использования ИКТ органами государственной власти (создание государственных web-сайтов) - (1)</p> <p>13.2. Стимулирование использования ИКТ органами государственной власти (закупка компьютерного оборудования и программного обеспечения и совершенствование каналов связи для государственных нужд) - (1)</p>
14. Развитие государственной статистики	<p>14.1. Обеспечение общедоступности открытых статистических данных.</p> <p>14.2. Обеспечение общества достоверной, своевременной и полной статистической информацией о социально-экономическом положении страны.</p> <p>14.3. Совершенствование системы сбора, обработки и предоставления информации с использованием современных информационно-телекоммуникационных систем на основе применения высокоскоростных цифровых каналов связи и хранилищ данных большой емкости, а также развитие системы распространения данных и доступа к ним на основе интернет-технологий</p>	<p>14.1. Стимулирование использования ИКТ органами государственной власти (создание государственных web-сайтов) - (1)</p> <p>14.2. Стимулирование использования ИКТ органами государственной власти (создание государственных web-сайтов) - (1)</p> <p>14.3. Стимулирование использования ИКТ органами государственной власти (закупка компьютерного оборудования и программного обеспечения для государственных нужд, создание государственных web-порталов) - (1)</p>

1	2	3
15. Защита прав собственности	15.1. Обеспечение публикации в информационных системах общего пользования сведений обо всех судебных актах, принимаемых судами, кроме случаев, предусмотренных федеральными законами	15.1. Стимулирование использования ИКТ органами государственной власти (создание государственных web-сайтов) - (1)
16. Совершенствование корпоративного управления	16.1. Ужесточение требований к раскрытию информации и ответственности за содержание раскрываемой информации для публичных компаний. 16.2. Создание общедоступной системы раскрытия информации	16.1. Стимулирование использования ИКТ публичными компаниями (создание web-порталов публичными компаниями) - (2) 16.2. Стимулирование использования ИКТ органами государственной власти (создание государственных web-сайтов) - (1)
17. Развитие финансовых рынков	17.1. Обеспечение раскрытия информации о результатах управления средствами пенсионных накоплений на основе единых стандартов, позволяющих сравнивать результаты управления указанными средствами	17.1. Стимулирование использования ИКТ органами государственной власти (создание государственных web-сайтов) - (1)
18. Развитие банковского и страхового сектора	18. Повышение эффективности и прозрачности банковской деятельности: 18.1. Сокращение форм отчетности кредитных организаций и переход на предоставление отчетности в электронном виде. 18.2. Обеспечение открытости в деятельности кредитных организаций	18.1. Стимулирование использования ИКТ в деятельности кредитных организаций - (2) 18.2. Создание web-порталов кредитных организаций - (2)

1	2	3
<p>19. Развитие рынков земли и недвижимости</p>	<p>19.1. Формирование полноценного реестра объектов налогообложения и развитие института массовой оценки недвижимого имущества. 19.2. Формирование единого государственного кадастра недвижимости. 19.3. Введение сведений об объектах недвижимости в единый государственный кадастр недвижимости, в том числе перенос информационных ресурсов из ранее созданных баз данных государственного земельного кадастра, технического учета объектов градостроительной деятельности, иных кадастров и реестров в базу данных единого государственного кадастра недвижимости. 19.4. Создание органами местного самоуправления на базе данных единого государственного кадастра недвижимости информационных систем обеспечения градостроительной деятельности</p>	<p>19.1.-19.3. Стимулирование использования ИКТ органами государственной власти (закупка компьютерного оборудования и программного обеспечения для государственных нужд) - (1)</p> <p>19.4. Стимулирование использования ИКТ органами государственной власти (закупка компьютерного оборудования и программного обеспечения для государственных нужд, создание государственных web-порталов) - (1)</p>
<p>20. Антимонопольная политика</p>	<p>20.1. Обеспечение прозрачности деятельности антимонопольного органа</p>	<p>20.1. Стимулирование использования ИКТ органами государственной власти (создание государственных web-сайтов) - (1)</p>

1	2	3
<p>21. Реформирование науки и стимулирование инноваций</p>	<p>21.1. Использование информационно-коммуникационных технологий, позволяющих повысить производительность труда и оптимизировать управленческие и производственные процессы.</p> <p>21.2. Развитие производственно-технологической инфраструктуры инновационной деятельности (особые экономические зоны, технопарки, инновационно-технологические центры, бизнес-инкубаторы, центры трансфера технологий и т.п.).</p> <p>21.3. Внедрение информационно-коммуникационных технологий в организацию и обеспечение учебного процесса в учреждениях начального, среднего и высшего образования, подключение к сети Интернет всех средних учебных заведений и учреждений специального образования для детей с недостатками физического развития, распространение технологий дистанционного обучения на основе информационно-коммуникационных технологий.</p> <p>21.4. Совершенствование законодательства об электронной цифровой подписи.</p> <p>21.5 Внедрение технологий электронной коммерции в систему государственных закупок.</p> <p>21.6 Снятие ограничений на разработку и применение гражданами и организациями средств криптографии</p>	<p>21.1. Стимулирование использования ИКТ бюджетными учреждениями (внедрение ИКТ в бюджетные учреждения) - (1)</p> <p>21.2. Стимулирование использования ИКТ юридическими лицами - (2)</p> <p>21.3. Стимулирование использования ИКТ бюджетными учреждениями - (1)</p> <p>21.4. Стимулирование использования ИКТ в жизнедеятельности общества - (3)</p> <p>21.5. Стимулирование использования ИКТ органами государственной власти (создание государственных web-сайтов) - (1)</p> <p>21.6. Стимулирование внедрения ИКТ в деятельность юридических лиц - (2)</p>
<p>22. Развитие малого предпринимательства</p>	<p>22.1. Создание и развитие инфраструктуры поддержки малого предпринимательства (бизнес-инкубаторов), в том числе в особых экономических зонах</p>	<p>22.1. Стимулирование использования ИКТ юридическими лицами - (2)</p>
<p>23. Реформа технического регулирования</p>	<p>23.1. Развитие информатизации в сфере технического регулирования.</p> <p>23.2. Формирование единой информационной системы по техническому регулированию, включающей Федеральный информационный фонд технических регламентов и стандартов</p>	<p>23.1. Стимулирование использования ИКТ органами государственной власти (создание государственных web-сайтов) - (1)</p> <p>23.2. Стимулирование использования ИКТ органами государственной власти (закупка компьютерного оборудования и программного обеспечения для государственных нужд) - (1)</p>

1	2	3
24. Стратегия внешнеэкономической интеграции Российской Федерации	<p>24.1. Организация элементов инфраструктуры в области транспорта, телекоммуникаций, доступа к информационным ресурсам.</p> <p>24.2. Совершенствование информационной системы в области международной торговли и механизмов распространения такой информации.</p> <p>24.3. Формирование единого валютного, научного, технологического и информационного пространства, фондового рынка и рынка труда</p>	24.1.-24.3. Стимулирование использования ИКТ органами государственной власти (закупка компьютерного оборудования и программного обеспечения для государственных нужд, совершенствование каналов связи) - (1)
25. Региональное развитие	<p>25.1. Создание системы федерального мониторинга социально-экономического развития регионов и муниципальных образований.</p> <p>25.2. Создание на федеральном уровне системы принятия управленческих решений с учетом территориальных аспектов</p>	25.1.-25.2. Стимулирование использования ИКТ органами государственной власти (закупка компьютерного оборудования и программного обеспечения для государственных нужд, совершенствование каналов связи) - (1)
26. Развитие науки и инноваций до 2010 года	26.1. Развитие инфраструктуры инновационной системы, включающее развитие сети технопарков, инновационно-технологических центров и бизнес-инкубаторов, создание центров трансфера технологий, развитие венчурного и посевного финансирования, создание системы государственной поддержки новых инновационных компаний на этапе старта, создание системы страхования рисков компаний на начальных стадиях их развития при осуществлении технологических инвестиций	26.1. Стимулирование использования ИКТ юридическими лицами - (2)

1	2	3
<p>27. Развитие и использование информационных и коммуникационных технологий до 2012 года</p>	<p>27.1. Повышение информационной открытости и эффективности деятельности органов государственной власти и бюджетных учреждений. 27.2. Удовлетворение потребностей населения в современных информационно-коммуникационных сервисах на всей территории страны. 27.3. Превращение отечественного производства в сфере информационных и коммуникационных технологий в движущую силу экономического роста страны. 27.4. Совершенствование законодательства в сфере развития и использования информационных и коммуникационных технологий, приведение его в соответствие с мировой практикой. 27.5. Стимулирование спроса на продукцию и услуги в сфере информационных и коммуникационных технологий. 27.6. Формирование «электронного правительства»</p> <p>27.7. Информатизация организаций бюджетной сферы для обеспечения нового качества предоставляемых населению государственных услуг</p>	<p>27.1. Стимулирование использования ИКТ органами государственной власти и бюджетными учреждениями (создание государственных web-сайтов) - (1) 27.2. Стимулирование использования ИКТ органами власти - (1) 27.3. Стимулирование использования ИКТ в жизнедеятельности общества - (3) 27.4. Стимулирование использования ИКТ в жизнедеятельности общества - (3) 27.5. Стимулирование использования ИКТ населением - (3) 27.6. Стимулирование использования ИКТ государственными органами власти (закупка компьютерного оборудования и программного обеспечения для государственных нужд и т.д.). 27.7. Стимулирование использования ИКТ организациями бюджетной сферы - (1)</p>
<p>28. Стратегия развития авиационной промышленности до 2015 года</p>	<p>28.1. Перевод систем управления предприятий на сквозную информационную технологию организации и управления разработками, производством и послепродажной поддержкой продукции</p>	<p>28.1. Стимулирование использования ИКТ юридическими лицами. - (2)</p>