



УДК 316.344.42:004.738.52

© *О. Ю. Павленко, И. Д. Саначев, 2009*

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ ДЛЯ РОССИЙСКОЙ БИЗНЕС-ЭЛИТЫ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА (НА МАТЕРИАЛАХ ПРИМОРСКОГО КРАЯ)

Павленко О. Ю. – асп. Кафедры «Государственное и муниципальное управление», тел.: (4232) 40-41-73, e-mail: India04@mail.ru; *Саначев И. Д.* – д-р социол. наук, проф. завкафедрой «Государственное и муниципальное управление», тел.: (4232) 40-41-73 (ВГУЭС)

Статья посвящена мировому финансово-экономическому и социальному кризису 2009 г., роли в нем электронной коммерции и перспективам ее будущего развития, причинам, по которым Россия оказалась вовлеченной в этот глобальный процесс

The article is devoted to the world financial, economic and social crisis of 2009, the e-commerce role in it and the perspectives for e-commerce future development. The authors have also considered the reasons which caused Russia's involvement in this global process.

Ключевые слова: электронная коммерция, электронные деньги, электронные ценные бумаги, интернет, мировая электронная торговля, интернет-магазин, дивиденды, социум, социальные слои.

Мировым достижением последних десятилетий является, несомненно, создание и развитие международной электронной сети Интернет. Темпы роста пользователей Интернет за последние три года увеличились почти в пять раз. Аналитики предсказывают бурный рост в Интернет-сети и в ближайший период, не взирая на перманентный финансово-экономический кризис, разразившийся в 2009 г., и, по прогнозам американский аналитиков, обещающий «достичь дна» в 2012 г.. Каждый день в сети появляются около 500 тыс. новых пользователей. С невероятной скоростью Интернет распространился и в России, так или иначе охватив более 70 % населения страны и став важнейшим социальным явлением современности.

Интернет прочно вошел в нашу жизнь, став таким же обыденным явлением, как телефонная связь или телевизионное вещание. Этот новый феномен социального взаимодействия и социального общения с недавнего времени стал представлять большой социально-коммерческий интерес.

Сегодня в США до 70 % фирм и предприятий используют Интернет для совершения коммерческих сделок, и почти 89 % – для рекламы своей продукции, ее продвижения в самые широкие социальные слои населения. В Европе этот процент ниже – 50 и 60 % соответственно. Что касается Российской Федерации, то, к сожалению, полномасштабных исследований в ней не проводилось. Однако, например, проведенные автором социологические исследования крупнейших приморских компаний показывают, что все крупнейшие из них используют Интернет для рекламы своей продукции и лишь только 14,5 % – для установления коммерческих и бизнес-контактов [1].

Вместе с тем, упомянутый финансово-экономический кризис, поразивший мир в 2009 г. и обещающий достичь низшей точки падения в 2012 г., напрямую связан с системами, являющимися наивысшей формой электронной коммерции, и пока что – высшим достижением «мировой сети» в создании финансово-экономической системы будущего, работающей почти исключительно без вмешательства «системы человеческого менеджмента».

Билл Гейтс в свое время писал об идее мировой бизнес-сети, где идут виртуальные сделки с ценными бумагами и товарами в виртуальной форме и за виртуальные же деньги, имеющие свой валютный курс на биржах по отношению к доллару и корзинам валют [2]. Объемы операций и суммы доходов и дивидендов казались безграничными и почти не касались «реальных денег».

Вершиной электронной коммерции в мире стала система фондовых рынков США, получившая широкое признание благодаря тотальному внедрению «системы древотивов».

Не вдаваясь подробно в систему «древотивов» (электронные варианты и аналоги ценных бумаг фондового рынка, имеющие электронную котировку на биржах, систему электронных денег и пр.), следует отметить, что именно крах фондовых рынков, связанный с крахом системы «древотивов», высветил «узкие места» не только современной финансово-экономической системы и назревшие проблемы социального кризиса, но и самой системы электронной коммерции в мировом глобальном Интернете.

Выяснилось, что фирмы и банки, державшие рынки древотивов, не смогли удешевить сам процесс коммерции, поскольку выкачивали из рынка, спекулируя древотивами, вполне реальные, а не виртуальные, дивиденды и материальные блага.

Биржевым спекулянтам «показалось», что рынок древотивов бесконечен, и их можно создавать любое количество. Бесконечным показался и рынок электронных денег. Систему древотивов сгубила безудержная жадность компаний-держателей рынка. Рано или поздно безмерно раздувавшийся «мыльный пузырь» электронных акций и денег должен был лопнуть.

Вместе с тем, крупнейшие российские акторы государственного, экономического и социального рынков, несмотря на крайнюю неразвитость электронной коммерции в стране и полное отсутствие опыта работы в данной



сфере, решили принять активное участие в рынке американских ценных бумаг в силу кажущейся простоты его работы, дешевизны и гарантированности дивидендов.

К тому времени в Российской Федерации сложилась ситуация, когда Интернет воспринимался (и воспринимается) россиянами, во-первых, как источник информации, во-вторых, как средство связи, и, наконец, в-третьих, как источник развлечения [3], но то, что Интернет – это мощный инструмент развития бизнес- и деловой активности, пока еще почти не воспринято не только российским социумом в целом, но даже и российскими бизнес-элитами.

Более того, ни российское общество, ни российский бизнес в основе своей не представляют все возможности интернет-коммерции, хотя в стране созданы все основы для развития таковой.

Например, население Приморского края достаточно широко использует ресурсы Интернета в быту и на своих рабочих местах, не случайно Приморский край по количеству пользователей системы «Интернет» занимает второе место в Российской Федерации – после Москвы.

Вместе с тем, сам характер использования этих ресурсов вскрывает одну из главных проблем в области интернет-коммерции: интернет приморским социумом воспринимается не как серьезная область приложения деловых и творческих усилий, а как средство связи (нечто вроде усовершенствованного СМС-сообщения), как средство извлечения информации (почти на 65 % развлекательного характера), как средство роскоши, отдыха и компьютерных игр, т. е. явление во всех отношениях «несерьезное».

Большинство жителей края – вне зависимости от образования и рода деятельности – вообще не представляют, какие возможности в сфере бизнеса и обработки информации содержит в себе Интернет.

Сводные данные о представлениях приморцев о том, что такое Интернет и какими возможностями он обладает, приведены в табл. 1.

Отношение к Интернету как к «ожившей газете», «большому СМС» и средству развлечения породило, между всем прочим, и несерьезное отношение к нему в целом. С точки зрения массового сознания, с таким же успехом, как и через Интернет, контракты и сделки можно заключать посредством сотового телефона или «плэйстэйшн».

Те же немногие фирмы и предприятия, которые участвуют в электронной коммерции посредством Интернета, имеют вполне определенную направленность в своей деятельности, отраженную в табл. 2.

Однако оплата и финансовые расчеты и кооперация через Интернет пока совершенно неразвиты, и в этом Приморский край мало отличается от остальной России – особенность в том, что почти все сделки с интернет-оплатой носят межрегиональный характер, впрочем, как и почти 70 % интернет-активности компаний края.

Таблица 1

Основные направления использования жителями Приморского края сети Интернет и ее ресурсов [4]

Основные направления использования сети Интернет	2006 г.		2007 г.	
	Всего жители Приморья	В т.ч. работающие в сфере коммерции и услуг	Всего жители Приморья	В т.ч. работающие в сфере коммерции и услуг
Получение информации и новостей	100 %	100 %	100 %	100 %
Получение деловой, служебной информации, в т. ч. рекламы	13	14	21	24
Использование электронной почты	23	45	34	46
Использование средств электронной коммерции, включая заказы, платежи, консалтинг и пр.	1,5	2,6	1,2	4,5
Развлечения, игры	96	99	96	97
Общение с друзьями, знакомства	47	510	51	53
Кооперация для совместной работы, создания и предложения товаров и услуг	0,1	0,1	1	2,5

Таблица 2

Основные направления использования Интернет-бизнеса: сравнение российских и приморских данных (Россия – 2007 г., Приморье – 2007 г.) [5]

Основные направления использования сети Интернет	МП, %	ПБЮЮЛ, %	СТПМП, %	Приморье, %		
				МП, Приморье, %	ПБЮЮЛ, Приморье, %	СТПМП, Приморье, %
Распространение информации о продуктах	25	12	32	16	24	15
Продажа товаров через Интернет	13	1	23	9	13	15
Получение заказов через Интернет	23	5	29	10	15	18
Подтверждение заказов через Интернет	11	6	13	17	27	17
Оплата через Интернет	0	0	0	0	0	0
Получение платежей через Интернет	1	0	3	0	9	4,5
Кооперация для совместного предложения товаров и услуг	5	1	19	12	13	9



Это отличает приморский интернет-бизнес от российского бизнеса многих других регионов – той же Центральной России. Это связано, в первую очередь, с удаленностью края от Центра, при которой использование интернет-ресурсов в перспективе становится одним из наиболее простых способов связи с другими регионами.

Не случайно все крупнейшие предприятия из исследованных имеют свои персональные веб-сайты, 16 % ПБОЮЛ – свои страницы. В отличие от Москвы, приморские МП своих страниц не имеют, и слабо представлены в электронном бизнесе, хотя и пользуются интернет-услугами.

Неразвитость же финансовых операций с использованием возможностей Интернета связана, в том числе, и с фактором социального недоверия, «несерьезного отношения» к Интернету.

Российские государственные инвесторы, ринувшиеся на, как казалось бы, совершенно «понятный» и «прибыльный» (4 % годовых в валютных средствах), и «надежный» американский рынок электронной коммерции, причем в топовую его часть, обнаружили, что все операции такого рода проходят без гарантии государства, и вообще практически, без вмешательства такового, т. е. на собственный страх и риск инвестора.

Не сумев и не успев толком не то что наладить – просто изучить рынок электронной коммерции и его возможности в собственной стране (размах таких явлений, как Интернет и интернет-коммерция, как это ни парадоксально, почти не получил должного освещения в отечественной социологической литературе, и при всем размахе и масштабности явление, его научное осмысление находится в зачаточном состоянии). Практически не изучив зарубежный, в том числе и американский опыт (в Российской Федерации создано лишь сравнительно небольшое количество статей и некоторое количество справочной литературы, касающихся интернет-коммерции [6], причем почти вся она после «первого приступа» кризиса 2009 г. представляется устаревшей), государственные российские топ-акторы ринулись в колоссальную электронную финансовую авантюру.

Сегодня можно себе представить объемы российских средств, вложенных в систему дровотивов и в связанные с ними финансовые системы в следующих цифрах – всего в систему рискованных электронных инвестиций (или связанных с ними систем) было вложено 758,3 млрд долл., в том числе:

- 129,7 млрд долл. Резервного фонда страны;
- 37,2 млрд долл. Фонда будущих поколений;
- 595,5 млрд долл. международных резервов Банка России.

При этом крах топ-рынка электронной коммерции в США начался не в 2009 г., когда последовал обвал с разовым стократным обесценением электронных ценных бумаг и с последующим обесценением целого ряда компаний-производителей, державших свои активы в дровотивах, но и с крахом ряда государственных кредитно-финансовых систем.

Уже в 2007 г. система глобальной электронной коммерции американских фондовых рынков принесла России вместо ожидавшихся 4 % годовых 61,1 млрд руб. убытков, а в 2008 г. – более ста млрд руб. убытков, при этом средства «в сверхнадежную» систему электронной коммерции российской стороной продолжали вкладываться.

Общая цифра финансовых потерь в 2009 г. точно не известна, но, согласно мнению ряда аналитиков, достигла половины всех валютно-финансовых резервов Российской Федерации [7].

Интернет-коммерция, хотели мы того, или нет, стала глобальным социальным явлением, коснувшимся даже тех, кто вовсе не пользуется услугами системы «Интернет», и даже не слышал о ней. Кризис 2009 г. породил безработицу, чувство бесперспективности развития для целого ряда социальных категорий, снижение потребления, реальных доходов, уровня жизни, постепенную маргинализацию отдельных групп населения. В социальном плане общество потрясено до самых основ. В сущности, стоит поставить вопрос о начале формирования нового социума во всем мире в виде глобальной переструктуризации его социальных слоев, к трансформации и к переоценке всей системы социальных лифтов.

Библиографические ссылки

1. *Электронная* коммерция как социальное явление. На материалах Приморского края. Материалы исследования 35 ведущих предприятий края. Руководитель – Саначев И. Д., Павленко Н. М. Владивосток, 2005–2006.
2. *Гейтс Б.* Бизнес со скоростью мысли: Как добиться успеха в информационную эру. М., 2001.
3. *Соколова А. Н.* Электронная коммерция: мировой и российский опыт. М., 2003.
4. *Электронная* коммерция как социальное явление. На материалах Приморского края: материалы исследования 35 ведущих предприятий края. Руководитель – Саначев И. Д., Павленко Н. М. Владивосток, 2005–2006.
5. *Электронная* коммерция как социальное явление. На материалах Приморского края: материалы исследования 35 ведущих предприятий края. Руководитель – Саначев И. Д., Павленко Н. М. Владивосток, 2005–2006.
6. *Американские* рынки «B2B». Пучков В. // Business Online. 12-2002. С.34-35; Интернет-коммерция и преступления: мировой опыт Сидорова И. И. // E-commerce – Электронная торговля. 3. 2004.
7. *Саначев И. Д.* Ценностные ориентации в системе экономических инвестиций на Дальнем Востоке // Дальний Восток: Динамика ценностных ориентаций: материалы международной научно-практической конференции (г. Комсомольск-на-Амуре, 22–24 сентября 2008 г.) Комсомольск-на-Амуре, 2008.