



КОНФЕРЕНЦИЯ ОРГАНИЗАЦИИ  
ОБЪЕДИНЕННЫХ НАЦИЙ  
ПО ТОРГОВЛЕ И РАЗВИТИЮ

Distr.  
GENERAL

TD/B/COM.3/16  
18 September 1998

RUSSIAN  
Original: ENGLISH

СОВЕТ ПО ТОРГОВЛЕ И РАЗВИТИЮ  
Комиссия по предпринимательству, упрощению  
деловой практики и развитию  
Третья сессия  
Женева, 23 ноября 1998 года  
Пункт 4 предварительной повестки дня

**Вопросы политики, касающиеся**

**ДОСТУПА К УЧАСТИЮ В ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛЕ**

Записка секретариата ЮНКТАД

**Резюме**

Настоящий документ преследует две основные цели: 1) оценить современное положение дел в области наличия у различных стран и групп стран возможностей подключения/доступа к электронной торговле на основе Интернета; и 2) определить основные области, в которых должны быть рассмотрены соответствующие вопросы политики, касающиеся расширения возможностей доступа к участию в электронной торговле.

Появление Интернета привело к подлинной революции в электронной торговле (и к ее быстрому росту). Что касается ее менее крупных участников (включая малые и средние предприятия и большинство развивающихся стран), то их способность участвовать во всемирной электронной торговле во многих аспектах будет напрямую зависеть от их возможностей в области подключения к Интернету. Имеющиеся данные наглядно свидетельствуют о расширении масштабов подключения к Интернету во всем мире, причем в развивающихся странах этот процесс происходит еще более высокими темпами. Вместе с тем в этой области продолжает сохраняться разительное неравенство, поскольку основной потенциал по подготовке, хранению и распространению информации с использованием Интернета продолжает оставаться сосредоточенным в более развитых странах. Сложившееся положение не изменится в случае сохранения современной структуры издержек: если в развивающихся странах доступ к Интернету будет оставаться ограниченным и дорогостоящим, то их участие в электронной торговле будет и далее ограничиваться традиционными "субподрядными" и "доконтрактными" отношениями.

Для того чтобы сформулировать и осуществлять соответствующую политику в области доступа к участию в электронной торговле, правительствам потребуется рассмотреть вопрос о том, в каких областях электронная торговля с большей степенью вероятности принесет выгоду их национальной экономике; в этой связи потребуется рассмотреть такие разновидности деловых операций, как операции между предприятиями, между предприятиями и потребителями и между предприятиями и правительственными органами.

### Введение 1/

1. Электронная торговля на основе Интернета требует пересмотра аналитических и практических основ международной торговли и их преобразования:

а) поскольку она может привести к глобальному сокращению транзакционных издержек, она позволит частично решить проблемы, связанные с традиционно невыгодным географическим расположением, особенно проблемы, порожденные большими расстояниями,

б) поскольку она создает условия для прямых контрактных отношений между продавцами и покупателями, она способствует появлению новых конкурентов на растущем числе рынков; малые фирмы (и небольшие страны) сегодня могут успешно конкурировать на международных рынках, и

с) поскольку в ее основе лежат информационные сети и потоки, она улучшает прозрачность рынков: покупатели и продавцы практически мгновенно получают информацию о ценах, качестве и условиях поставки, предлагаемых различными конкурентами.

2. Таким образом, электронная торговля на основе Интернета открывает широкие перспективы для торговли и развития, особенно для тех развивающихся стран, которые, например, все еще испытывают трудности в успешном осуществлении стратегий диверсификации и повышения эффективности торговли. Однако такая торговля не принесет всех ожидаемых положительных результатов до тех пор, пока не будут выполнены два условия:

а) как и любой другой новый рынок, электронная торговля нуждается в тщательно выверенном сочетании свободы и регулирования; в силу ее глобального характера она нуждается в хорошо сбалансированном комплексе глобальных правил для того, чтобы избежать появления запретительных ограничений на национальном уровне;

б) необходимо в первоочередном порядке устранить существующее неравенство между странами и предприятиями с точки зрения доступности, возможностей подключения и цен.

---

1/ Настоящий документ одновременно публикуется на сайте ЮНКТАД в Интернете (<http://www.unctad.org>). Многие ссылки на учреждения, предприятия, документы и т.д. в электронной версии данного документа идентифицируются в качестве "гиперсвязей", и пользователю, для того чтобы прямо войти в соответствующий сайт, достаточно навести курсор на высвеченный текст и нажать клавишу.

3. В настоящем документе основное внимание заостряется на описании существующего положения в области электронной торговли на основе Интернета как с глобальной, так и с региональной и национальной точек зрения. Приоритетное значение придается вопросам подключения, а также потенциальным видам использования новых инструментов электронной торговли предприятиями. В этой связи проводится анализ развития электронных каналов связи в целях оказания поддержки межфирменной торговле, розничной торговле и государственным закупкам. Такой анализ включает в себя обзор ряда современных инициатив по повышению эффективности торговли посредством применения телекоммуникационной и информационной технологии в различных секторах международной торговли.

#### **А. Обзор последних тенденций, касающихся электронной торговли на основе Интернета**

4. В последние несколько лет происходит бурное развитие использования Интернета в качестве канала глобальной торговли, упрощающего как виртуальную торговлю (например, интерактивной информации, программного обеспечения и услуг), так и товарную торговлю. И хотя в электронной торговле в той или иной степени участвуют предприятия и отдельные лица во многих развивающихся странах и странах с переходной экономикой, на сегодняшний день основное коммерческое значение она приобрела в Соединенных Штатах, Европе и Японии. В настоящее время во многих отраслях (например, туризма, биржевых операций, книжной торговли) пересматриваются традиционные методы сбыта товаров и обслуживания клиентов, с тем чтобы использовать преимущества интерактивной функциональности, упрощения обмена информацией и снижения издержек благодаря использованию распределительных каналов Интернета.

##### **1. Расширение использования Интернета**

5. Одним из ключевых факторов, обусловивших резкое расширение электронной торговли между индустриально развитыми странами, стало накопление критической массы интерактивных пользователей. По оценкам Корпорации международных данных (КМД), в настоящее время насчитывается 100 млн. пользователей Интернета, и по ее же прогнозам, этот показатель для всего мира к 2002 году вырастет до 320 миллионов. КМД также считает, что "в основном прирост числа пользователей WWW будет происходить за пределами Соединенных Штатов по мере расширения использования информационной технологии населением развивающихся стран".

##### **2. Рост числа сайтов Интернета во всем мире**

6. После проведения в 1995 году компанией "Нетуорк уизардз" первого обследования наблюдается быстрый рост числа узловых компьютеров в сети Интернета, т.е. подключенных к нему серверов. В таблице 1 ниже предлагаются краткие данные по общему числу узловых компьютеров.

Таблица 1: Число узловых компьютеров в Интернете во всем мире

Дата обследования	Январь 1995	Июль 1995	Январь 1996	Июль 1996	Январь 1997	Июль 1997	Январь 1998	Июль 1998
Узловые компьютеры (в тыс.)	5 846	8 200	14 352	16 729	21 819	26 053	29 670	36 739

Источник: NUA. How Many Online?; Nielsen/CommerceNet Survey.

7. Вместе с тем такой рост отнюдь не обеспечивает равенство: в приводимой ниже таблице 2 показана плотность узловых компьютеров Интернета в отдельных странах, выраженная в числе лиц, приходящихся на один сервер Интернета.

Таблица 2: Число лиц, приходящихся на один сервер Интернета, в разбивке по отдельным странам

Страна/территория	Число лиц, приходящихся на один сервер	Страна-территория	Число лиц, приходящихся на один сервер
Финляндия	25	Гонконг, Китай	310
Соединенные Штаты	50	Япония	470
Австралия	60	Южная Африка	930
Канада	70	Республика Корея	1 550
Нидерланды	90	Бразилия	8 000
Сингапур	125	Таиланд	15 000
Соединенное Королевство	130	Индонезия	87 000
Германия	180	Китай	561 000
Израиль	185	Индия	1 200 000

Источник: Killen & Associates; Network Wizards.

### 3. Рост доходов от электронной торговли

8. Электронная торговля неуклонно росла на протяжении 80-х и 90-х годов, однако вплоть до середины 90-х годов основная часть коммерческой деятельности осуществлялась на частных сетях, оказывавших дополнительные услуги (VAN), которые эксплуатировали, в частности, ГЕИС и ИБМ. Основная часть межфирменной торговли касалась размещения

заказов у своих поставщиков крупными производителями из таких отраслей, как автомобилестроение и розничная товарная торговля. Многие государственные учреждения также пользовались VAN для распространения среди продавцов информации о планируемых ими закупках и для получения предложений продавцов.

9. В это же время целый ряд фирм, занимавшихся предоставлением потребительских или коммерческих интерактивных услуг, такие, как "Компьюсерв", "Продиджи" и "Дайалог/Датастар", начали расширять свои собственные международные сети или предоставлять свои услуги зарубежным клиентам через коммерческие VAN.

10. В начале 1994 года сеть WWW стала использоваться для предоставления платных информационных услуг, а спустя очень небольшое время в ней появились компании, предлагающие к продаже потребительские и промышленные товары, а также предоставляющие посреднические услуги, такие, как получение квот для страхового покрытия. Согласно оценкам КМД, к 1997 году общий объем электронной торговли, осуществленной через Интернет, достиг 8 млрд. долл. США. По данным "Форрестер рисерч" и "Симба информэйшн" этот показатель за 1997 год составляет 9 млрд. долл. США. Согласно последним прогнозам КМД, общий объем поступлений от электронной торговли к 2002 году достигнет 400 млрд. долл. США, тогда как прогнозы "Симба" являются более умеренными - 102 млрд. долл. США.

11. Согласно прогнозам "Симба информэйшн", общий объем поступлений от электронной торговли (включая Интернет, VAN и КД-ПЗУ) в 1998 году достигнет 28,8 млрд. долл. США, при этом поступления, получаемые в рамках межфирменной торговли, составят 19 млрд. долл. США. Вышеуказанный источник прогнозирует, что последний показатель к 2002 году вырастет до 58 млрд. долл. США. Другие исследователи предполагают гораздо более активный рост: "Форрестер рисерч" прогнозирует, что доходы только от межфирменной электронной торговли к 2002 году должны достигнуть 327 млрд. долл. США.

12. Хотя упомянутые в настоящем документе исследовательские организации используют различные методологии и определения для составления прогнозов в области электронной торговли, все они ожидают, что темпы роста электронной торговли в ближайшем будущем будут выражаться в двузначных цифрах.

### **В. Региональные перспективы**

13. Несмотря на то, что использование Интернета и электронная торговля расширяются во всем мире, существуют весьма значительные различия в их абсолютном уровне и темпах роста как среди промышленно развитых стран, так и между развитыми и развивающимися странами. Ниже приводится анализ некоторых перспектив такого регионального развития, а также его воздействия на потребителей, коммерческую деятельность и государственные закупки.

## 1. Европа

14. Вначале по темпам роста использования Интернета Европа отставала от Соединенных Штатов, однако в последние годы резкое увеличение числа операторов Интернета (СОИ) и интерактивных услуг (например, AOL), привели к значительному расширению использования Интернета 2/.

15. Германия и Соединенное Королевство насчитывают самое большое число пользователей Интернета (соответственно 6,1 млн. и 7,2 млн.), хотя общий показатель проникновения на Интернет (доля населения, пользующегося интерактивным доступом к этой сети) составляет всего лишь соответственно 7,3% и 12,8%. Самая высокая доля проникновения населения на Интернет приходится на Скандинавию, включая Швецию (27% населения, пользующегося интерактивным доступом), Норвегию (32,5%) и Финляндию (35%). Во Франции насчитывается 3,8 млн. пользователей Интернета (6,5% населения), хотя сюда и не включаются миллионы пользователей Минителя, который превратился в значительный источник электронной торговли задолго до появления WWW.

16. Согласно прогнозам "Форрестер рисерч", объем электронной торговли в Европе в 1998 году составит приблизительно 1,2 млрд. долл. США, а к 2001 году вырастет до 64,4 млрд. долл. США, при этом основная часть прироста (88%) придется на межфирменную торговлю. Результаты последнего обследования 900 западноевропейских предприятий (всех размеров), проведенного МОРИ, указывают на то, что директора почти половины этих предприятий были убеждены в том, что "электронная торговля является наилучшим способом развития их деловой активности в будущем". Из всех опрошенных фирм, которые активно используют в своей деятельности Интернет, приблизительно 25% сообщили, что они уже получили прибыль от своей интерактивной деятельности и еще 58% сумели значительно снизить издержки благодаря использованию Интернета (электронной почты и WWW) при осуществлении своих операций.

17. Как представляется, возможности электронной торговли внимательно изучаются многими европейскими МСП. Опубликованное в августе 1998 года обследование, финансировавшееся компанией "Бритиш Телеком", показало, что 54% средних компаний и 33% малых компаний уже используют Интернет (электронная почта и/или WWW). Из всех фирм, имеющих доступ к Интернету, 66% сообщили, что электронная почта сегодня играет важнейшую роль в их деловых операциях. В ходе обследования, проведенного той же самой группой несколько ранее, 81% опрошенных фирм указали на то, что Интернет будет неотъемлемой частью их будущей хозяйственной деятельности.

---

2/ См. приложение I.

## 2. Африка

18. Положение в области подключения африканских стран к Интернету значительно улучшилось с начала 90-х годов, однако их показатели в этой области по-прежнему очень низки по сравнению с развитыми странами 3/. В настоящее время в Африке имеется почти 150 000 узлов компьютеров Интернета, а также более 250 ОИ. Основная часть пользователей находится в Южной Африке (600 000), в то время как во всех других регионах Африки Интернетом пользуется лишь один из 8 000 человек. К странам Африки, дальше других продвинувшимся в расширении использования Интернета, относятся Сенегал (2 500 пользователей), Тунис (3 500), Гана (4 500), Кения (5 000), Марокко (6 000) и Зимбабве (10 000).

19. В 1996 году к Интернету были подключены лишь 16 африканских стран. Сегодня более 75% всех 53 столиц африканских стран имеют полномасштабный доступ к Интернету. Приблизительно в десяти странах доступ к Интернету через местные линии связи имеется во втором по величине городе страны, а еще более чем в десяти других странах, доступ к Интернету через местные линии связи имеется на всей территории страны. Вместе с тем подключение к Интернету в сельских районах Африки остается проблематичным.

20. В африканских странах стоимость доступа к Интернету даже через телефонный коммутатор продолжает оставаться довольно высокой. В приведенной в приложении III таблице приводятся краткие данные о годовой стоимости пользования Интернетом всего лишь в течение пяти часов в месяц в отдельных африканских странах. Ее величина колеблется от 136 долл. США в Ботсване до 1 740 долл. США в Анголе. Согласно последнему докладу ОЭСР 4/, в Соединенных Штатах Америки средняя стоимость пользования Интернетом в течение 20 часов (оплата услуг за пользование телефонной линией и сбор ОИ) составляет 29 долл. США в месяц (348 долл. США в год), в Германии – 74 долл. США (888 долл. США в год), а в Соединенном Королевстве – 65 долл. США (780 долл. США в год). С учетом различий в величине дохода на душу населения стоимость доступа к Интернету в Африке по-прежнему остается очень высокой для местных жителей. Поскольку во многих сельских регионах Африки телефонных линий связи вообще не существует, то в этих районах доступ к Интернету можно получить лишь через сотовую телефонную связь, беспроводную местную связь или спутниковую телефонную связь, использование которых обычно является еще более дорогостоящим.

---

3/ См. приложение II.

4/ Dismantling the Barriers to Global Electronic Commerce, OECD Briefing Paper (1997).

### 3. Ближний Восток

21. В странах Ближнего Востока, разрешающих населению доступ к Интернету, произошел значительный прирост числа интерактивных пользователей 5/. В этом регионе ведущие позиции с точки зрения числа пользователей Интернета и проникновения на него занимает Израиль, где насчитывается 300 000 пользователей (5,5% населения), за которым следуют Объединенные Арабские Эмираты – 88 600 пользователей (3,0%), Египет – 61 000 пользователей (0,1%) и Ливан – 43 800 пользователей (1,1%). В Израиле насчитывается 88 000 узловых компьютеров сети Интернет по сравнению с немногим менее 14 000 в Объединенных Арабских Эмиратах, 5 600 в Кувейте и немногим более 2 000 в Египте.

22. Согласно результатам последнего обследования, проведенного группой ДИТ, общий объем электронной торговли на Ближнем Востоке в 1997 году составлял 9–11,5 млн. долл. США. Лишь незначительное меньшинство опрошенных в ходе обследования операторов Интернета (ОИ) принимали платежи через свои сайты в сети WWW или другие сайты, которыми они управляют в интересах своих клиентов. Лишь 20% опрошенных ОИ имеют возможности для обеспечения безопасности при осуществлении сделок. В итоге, согласно результатам обследования, в прошлом году в данном регионе покупки через Интернет осуществляли лишь 4% пользователей Интернета, причем в основном у компаний, находящихся за пределами Ближнего Востока. Вместе с тем ставшие объектом отдельной части обследования арабские компании, занимающиеся разработкой программного обеспечения, сообщили, что, по их предположениям, в ближайшие 2–3 года до одной трети всех их сделок будут осуществляться через Интернет 6/.

### 4. Латинская Америка и Карибский бассейн

23. В течение последних лет в Латинской Америке отмечается быстрый рост использования Интернета. Согласно различным оценкам, сегодня насчитывается от 4,5 млн. (по оценкам "Нуа") до более 8,5 млн. (по оценкам "Наска Саатчи и Саатчи") латиноамериканцев, пользующихся интерактивным доступом к Интернету. Согласно прогнозам "Наска Саатчи и Саатчи", к 2000 году в этом регионе число

---

5/ См. приложение IV. Данные по Египту включены в эти показатели, а также в отдельные оценки для Африки, представленные в приложении II.

6/ В отдельных странах, таких, как Египет, услуги на основе использования Интернета уже предлагаются целым рядом поставщиков информации и коммерческих фирм. Например, в одном из универсамов Каира был создан сайт WWW, через который не имеющие времени клиенты могут в интерактивном режиме заказывать продовольственные товары с доставкой на дом.



пользователей Интернета достигнет 34 млн. человек, а к 1999 году число латиноамериканских сайтов, в основном коммерческой направленности, на WWW вырастет до 500 000 7/.

24. Либерализация торговли и экономический рост высвободили огромный скрытый спрос на информационную технологию на уровне коммерческих предприятий и потребителей. Так, например, в 1993 году в Бразилии было продано всего лишь 44 000 персональных компьютеров, в то время как в 1997 году этот показатель достиг 2,5 млн. Как представляется, латиноамериканские потребители в меньшей степени, чем потребители других регионов, сомневаются в возможностях покупки товаров через Интернет. Согласно результатам обследования, проведенного "Наска Саатчи и Саатчи" 29% респондентов покупали товары или услуги через Интернет: эта цифра меньше аналогичного показателя в 48% для рынка Соединенных Штатов, однако она указывает на большие потенциальные возможности электронной торговли на потребительском уровне в Латинской Америке.

25. В данном регионе ведущие позиции на рынке Интернета занимает Бразилия, в которой по различным оценкам насчитывается от 1 до 1,3 млн. интерактивных пользователей. Однако данный показатель по-прежнему низок по сравнению с общей численностью населения (менее 1%). Большое число пользователей Интернета имеется в Мексике (370 000), Чили (200 000), Колумбии (120 000) и Аргентине (170 000), хотя лишь в Коста-Рике доля пользователей Интернета (50 000 человек) превышает 5% общей численности населения. Таким образом, критическая масса, необходимая для эффективного развития электронной торговли, еще не достигнута.

26. Результаты одного из последних академических обследований деятельности в области электронной торговли в Латинской Америке 8/ указывают на то, что операторы Интернета (ОИ) всячески стимулируют развитие электронной торговли в данном регионе. В докладе, подготовленном по результатам этого обследования, перечисляются приблизительно 30 латиноамериканских и расположенных в Соединенных Штатах испаноязычных ОИ, которые в дополнение к основному доступу к Интернету предлагают услуги по проектированию сайтов, разработке интерактивных каталогов и различные условия платежа, а также услуги по подготовке персонала и системному интегрированию. Как представляется, в настоящее время основная часть этой деятельности предназначена для рынка межфирменных операций.

---

7/ См. приложение V.

8/ Charles Davis, *Electronic Commerce In Spanish-Speaking Latin America: Actors, Issues and Challenges*; Charles Davis; University of New Brunswick, Canada, 1998.

## 5. Азия и Тихоокеанский регион

27. В настоящее время, согласно оценкам, общее число пользователей в данном регионе составляет 22 млн. человек, причем самые большие группы интерактивных пользователей находятся в Японии (12,1 млн.), Австралии (3,3 млн.), Республике Корея (1,5 млн.) и Китае (1,175 млн.). Наибольшие масштабы проникновения Интернета отмечаются в Австралии (где интерактивный доступ к Интернету имеет 18% населения), за которой следует Новая Зеландия (15,8%) и Сингапур (14,7%). В Японии интерактивный доступ к Интернету имеет 9,6% населения, хотя страна и занимает первое место по числу узловых компьютеров сети Интернета (1,4 млн.), опережая Австралию (750 000) 9/.

28. КМД недавно провела обследование 1 000 ведущих компаний в регионе и установила, что 75% из них в настоящее время имеют корпоративные сайты в сети WWW. Этот показатель за последний год увеличился более чем в два раза и в настоящее время приближается к соответствующим оценкам для рынка Соединенных Штатов, согласно которым в Соединенных Штатах 81% компаний с числом занятых более 100 человек имеют корпоративный сайт в сети WWW.

29. Согласно прогнозам КМД, в обследованных ею нижеуказанных странах Азии доходы от электронной торговли к 2001 году достигнут следующих уровней:

Таблица 3. Электронная торговля - предполагаемые доходы в 2001 году

Страна	Доходы от электронной торговли (в млн. долл. США)
Малайзия	1 000
Сингапур	800
Таиланд	200
Индонезия	<200
Филиппины	<200

Источник: IDC Research, 1997.

## 6. Соединенные Штаты Америки и Канада

30. Согласно результатам обследования в области использования Интернета в Соединенных Штатах и Канаде, недавно проведенного компанией "Нильсен/Коммерснет", в этих странах

9/ См. приложение VI.

по состоянию на июнь 1998 года насчитывалось 79 млн. пользователей Интернета (в возрасте 16 лет и старше). Это означает увеличение на 36% по сравнению с результатами предыдущего обследования, проведенного в сентябре 1997 года, и среднемесячное увеличение на 2,5% с начала 1997 года. Число отдельных лиц, покупающих товары и услуги через Интернет, также увеличилось на 37% и достигло приблизительно 20 млн. человек, при этом еще 28 млн. человек используют Интернет для выяснения цен и сравнения товаров.

31. В результате недавно проведенного в Соединенных Штатах Америки обследования малых предприятий выяснилось, что 37% из них (т.е. приблизительно 2,6 млн.) в настоящее время осуществляют свои сделки в интерактивном режиме. Как представляется, в 1998 году к их числу присоединится еще один миллион малых предприятий. Обследование использования Интернета малыми предприятиями при осуществлении деловых операций показало, что 80% всех малых предприятий, имеющих интерактивный доступ к Интернету, ведут поиск информации о товарах и услугах, 65% ежедневно используют электронную почту, 84% отправляют электронные сообщения своим клиентам и 38% покупают товары и услуги через Интернет. Согласно результатам недавно проведенного компанией ИБМ обследования 1 000 малых предприятий, 67% из них имели доступ к Интернету, а 24% имели свой сайт в сети WWW. Таким образом, Соединенные Штаты Америки достигли критической массы, необходимой для оказания поддержки развитию широкомасштабной электронной торговли.

### **С. Перспективы развития в деловом секторе**

32. Электронная торговля уже привела к глубинным изменениям организации самых различных экономических секторов и будет продолжать оказывать свое влияние на четыре основные области в коммерческой деятельности, в том числе: 1) межфирменные отношения; 2) отношения между фирмами и потребителями; 3) отношения между фирмами и государством; и 4) отношения между потребителями и государством. Ниже приводится анализ первых трех вышеуказанных видов отношений, а анализ четвертого вида выходит за рамки настоящего документа.

#### **1. Межфирменная электронная торговля: от ЭОД к WWW**

33. Как указывалось выше, каналы электронной торговли используются уже в течение многих лет, в основном крупными корпорациями и правительствами, с целью упрощения коммерческих сделок. Вместе с тем большинство малых и средних предприятий, считая издержки, связанные с внедрением прикладных программ в области ЭОД на основе использования частных VAN, чрезмерно высокими, не пользовались такими каналами, за исключением тех случаев, когда этого требовал покупатель (например, правительство или крупный производитель). В некоторых случаях, особенно в сфере государственных закупок в Соединенных Штатах Америки, многие VAN получали значительную прибыль от преобразования сообщений ЭОД в формат факсимильных или бумажных документов.

34. Преимуществом этих систем является то, что они были специально созданы для оказания поддержки функционированию распределительных сетей крупных производителей и, таким образом, получали выгоду от наличия у этих крупных покупателей узкого выбора возможностей по ведению своей текущей хозяйственной деятельности. Это стимулировало поставщиков соответствующих товаров, особенно изготовителей отдельных компонентов и производителей-субподрядчиков, становиться абонентами VAN, для того чтобы получать заказы на поставки от крупных промышленных клиентов этих сетей.

35. Соединенные Штаты Америки были не единственным регионом, в котором на снабженческие сети, эксплуатировавшиеся на основе ЭОД, приходился значительный объем операций; согласно исследованию, проведенному Всемирным банком в 1995 году, в Европе насчитывалось около 30 000 пользователей ЭОД, приблизительно 10-15% которых использовали ЭОД для упрощения своих международных торговых сделок. В Азии, и особенно Японии, Республике Корея и Сингапуре, также отмечается значительный уровень активности в области ЭОД, хотя многие компании используют частные форматы данных вместо стандартных сообщений ЭДИФАКТ ООН. Сети торговых возможностей, такие, как система создания возможностей для электронных торговых операций (ВЭТО) Программы центров по вопросам торговли Организации Объединенных Наций, также появились в контексте использования сетей, оказывавших дополнительные услуги.

36. Значительное улучшение возможностей подключения к Интернету во всем мире привело к переориентации этих частных сетевых коммерческих программ на новую среду и быстрому росту числа компаний, использующих сети торговых и бытовых возможностей и материально-технического снабжения для расширения своей деловой деятельности. Большинство из этих прикладных программ были модернизированы, с тем чтобы потребители нуждались лишь в стандартных программах просмотра WWW для получения доступа к информации или осуществления сделок.

37. Например, в настоящее время в WWW имеется целый ряд сетей торговых возможностей, эксплуатируемых международными организациями и ассоциациями, в том числе:

- Система ВЭТО БРЦТ ООН, которая, как утверждают, является крупнейшей с точки зрения объема сообщений. Более 10 000 организаций во всем мире получают информацию о ВЭТО через электронную почту.
- Интерактивная сеть Всемирной ассоциации торговых центров (ВАТЦ), являющаяся преемником "NETWORK".
- Сеть TIPS Network, которая первоначально была создана ПРООН. Сеть Global Business Exchange, финансируемая консорциумом, в который входит Международное бюро торговых палат.

38. Кроме того, во всем мире насчитывается более 100 служб электронных оферт, принадлежащих частным компаниям и агентствам по развитию торговли, действующих на базе сети WWW и электронной почты. Многие интерактивные службы торговой информации, например службы, эксплуатируемые Центром по вопросам торговли США и Центром по вопросам торговли Финляндии, в дополнение к возможностям торговых операций предлагают и другие виды платной и бесплатной торговой информации, такой, как рыночные исследования, справочники компаний и руководства по ведению коммерческой деятельности.

39. За немногочисленными исключениями эти сети возможностей торговых операций не ориентированы на какой-то один сектор или номенклатуру товаров; более эффективные службы используют сложные поисковые технологии и структуризованные форматы данных, для того чтобы пользователи могли быстро находить соответствующие возможности. Получившие широкое распространение, особенно в Латинской Америке, системы возможностей торговых операций обычно ориентированы на товары или продукты, предназначенные для конечного потребления, и поэтому они в большей степени привлекают торговые дома и снабженческие компании, чем покупателей из различных отраслей промышленности.

40. Опирающиеся на ЭОД снабженческие сети крупных транснациональных корпораций также были расширены за счет включения в них Интернета. Одной из наиболее известных инициатив в этой области является сеть Trading Process Network (TPN), эксплуатируемая отделом информационных услуг компании "Дженерал электрик" и насчитывающая более 40 000 сетевых клиентов во всем мире. Сеть TPN, которая была введена в действие в 1996 году, позволяет корпорациям, занимающимся закупками, устанавливать с помощью Интернета надежные каналы связи со своими основными поставщиками и предлагать другим потенциальным поставщикам во всем мире выставлять свои оферты. Первоначально эта служба начала применяться отделением "Дженерал электрик", занимавшимся осветительными приборами, и при осуществлении других операций этой компании, и благодаря использованию этой сети удалось сократить время осуществления закупок на 50%, а стоимость закупаемой продукции почти на 30%. В настоящее время сеть TPN используется другими транснациональными корпорациями, такими, как "Хьюлетт Паккард", "Текстрон аутомотив" и "Крайслер". Кроме того, во всем мире ее услугами пользуется более 1 400 МСП, и стоимость ежегодно осуществляемых ими сделок через данную сеть, согласно сообщениям, превышает 1 млрд. долл. США. Например, небольшая венгерская компания "Деллкомикс" получает более 20% своей годовой прибыли через сеть TPN.

41. В дополнение к созданию сетей возможностей торговых операций и материально-технического снабжения на использование сети Интернета с применением технологии WWW и электронной почты были переведены многие методы отраслевого маркетинга, такие, как распространение каталогов и рекламных сообщений. Сложная новейшая поисковая технология позволяет производителю, имеющему тысячи схожих, но различных товаров, например компании АМП, занимающейся производством электронного оборудования,

создавать интерактивные каталоги, при помощи которых потенциальные клиенты могут быстро найти необходимую им конкретную конфигурацию. Базирующаяся в США, но имеющая прочные египетские корни компания "Саккара системс" усовершенствовала прикладную систему АМП и в настоящее время является лидером на рынке электронных каталогов.

42. Ряд технологических компаний разработали сложные системы заказов через WWW, позволяющие клиентам определять в интерактивном режиме точную конфигурацию необходимого им конечного продукта, который затем выполняется на заказ и поставляется им. Компания "Делл компьютерс" ежедневно продает более 6 млн. компьютеров через свой сайт в сети WWW, а стоимость заказов, ежедневно поступающих в интерактивном режиме в компанию "Сиско системс", в настоящее время превышает 20 млн. долл. США.

43. Достижения в области электронной торговли позволяют повысить эффективность заключения сделок в международной торговле, что является одной из ключевых целей инициативы ЮНКТАД в области повышения эффективности торговли, однако правительствам и участникам международной торговли предстоит еще немало сделать в этой области. Различия, существующие между странами с точки зрения их коммерческого законодательства и правил, особенно в отношении законности электронных документов и цифровых подписей, сдерживают усилия по дематериализации хотя бы небольшого числа документов, используемых в сделках международной торговли 10/.

## **2. Электронная торговля по линии фирма - потребитель: глобальный рынок**

44. Рост розничной торговли с использованием Интернета во многих развитых странах является одним из следствий бума в торговле через почтовые каталоги, который начался в 70-х и 80-х годах. Многие из торговцев, использовавшие для торговли вышеуказанные каталоги, а также телевизионные торговые каналы (например, QVC), без особых трудностей переориентировались на сеть WWW, поскольку они обычно торгуют товарами, которые можно доставлять по почте или через Интернет (например, программное обеспечение). Кроме того, ряд новых предприятий, таких, как "Вирчуэл вайнъярдз", "Ауто-бай-тел" и "КД-НАУ", воспользовались появившимися возможностями представлять

---

10/ В осуществлении программы "Болеро" примут участие 13 стран, включая Бельгию, Бразилию, Германию, Гонконг (Китай), Испанию, Италию, Норвегию, Сингапур, Соединенное Королевство, Соединенные Штаты Америки, Тайвань (провинция Китая), Францию и Японию. Эта программа будет охватывать такие рыночные сектора, как оптовые партии сельскохозяйственных товаров, химикаты, автомобильные товары, одежду, игрушки, хозяйственные товары, сырую нефть, компьютерные товары и обработанные пищевые продукты.

клиентам подробную информацию о конкретных категориях товаров или оказывать услуги по сравнению цен на потребительские товары в различных магазинах. Многие из этих продавцов, такие, как "Амазон.ком" и "1-800-Флауэрз", также нашли возможности обслуживать иностранных клиентов и предлагать информацию на иностранных языках.

45. Возможности развития международной розничной торговли в значительной степени зависят от предлагаемого ассортимента, условий поставки и размера затрат по "локализации" соответствующего сайта в сети WWW для иностранных клиентов.

### **3. Электронная торговля по линии фирма - правительство: примеры осуществления**

46. Правительства на национальном, региональном и даже муниципальном уровне используют каналы электронной торговли для повышения эффективности своих операций и улучшения качества услуг, предлагаемых ими своим гражданам. С точки зрения деловых отношений наибольший интерес для них, в частности, представляет расширение использования Интернета и VAN для распространения информации о предполагаемых закупках и получения предложений от продавцов, заинтересованных в реализации товаров и услуг.

47. Традиционно информация о предполагаемых закупках сообщалась либо в форме краткого перечня, распространявшегося среди заранее отобранных продавцов, либо через газеты или правительственные публикации. В 80-х годах и начале 90-х годов некоторые передовые правительственные учреждения начали использовать услуги электронных досок объявлений для обеспечения интерактивного распространения информации об их текущих потребностях в области закупок. Однако данный подход требовал того, чтобы продавец приобретал и устанавливал совместимое программное обеспечение для передачи данных, позволяющее ему знакомиться с такой информацией. Другие учреждения, особенно министерство обороны США, нуждались в том, чтобы информация о тысячах его заявок на закупки тех или иных товаров распространялась на общенациональном или даже международном уровне. Как результат, указанные организации начали использовать коммерческие VAN для распространения информации об их потребностях в закупках среди потенциальных продавцов. Данное решение также требовало от поставщиков подписываться на пользование сетевыми услугами соответствующих операторов, а также использовать специальные средства связи и программное обеспечение ЭОД для загрузки информации о закупках в свои внутренние системы ввода заказов и для осуществления деловых операций.

48. После появления сети WWW тысячи государственных учреждений создали в ней свои сайты для упрощения связи со своими поставщиками. Примерами правительств, которые сегодня используют Интернет для осуществления своих закупок, являются правительства таких стран, как:

- Австралия: Transigo ([www.transigo.net.au/wci/home](http://www.transigo.net.au/wci/home))
- Канада: MERX ([www.merx.cebra.com/](http://www.merx.cebra.com/))
- Европейский союз: Tenders Electronic Daily ([www2.echo.lu/echo/databases/ted/en/ted](http://www2.echo.lu/echo/databases/ted/en/ted))
- Гонконг, Китай: Government Supplies Department ([www.info.gov.hk/gsd/tender.htm](http://www.info.gov.hk/gsd/tender.htm))
- Польша: Office of Public Procurement ([www.uzp.gov.pl/a\\_index.html](http://www.uzp.gov.pl/a_index.html))
- Соединенные Штаты: General Services Administration ([www.fss.gsa.gov/index.html](http://www.fss.gsa.gov/index.html))

49. Заключение соглашения о создании Всемирной торговой организации с целью усиления международной конкуренции в области основных государственных закупок привело к тому, что сегодня многие государственные учреждения используют Интернет для распространения информации о планируемых крупных закупках в общемировом масштабе. Кроме того, все чаще пользуются Интернетом в своей закупочной деятельности и различные многосторонние учреждения по вопросам развития. Например, Организация Объединенных Наций в скором времени начнет использование прикладной программы Development Business Online, предназначенной для распространения информации о закупочных планах крупнейших многосторонних банков развития и других международных учреждений по вопросам развития.

50. Участие государственных учреждений в закупках через электронные каналы связи может стимулировать развитие локальных сетей электронной торговли в соответствующей стране. Даже в странах с наиболее выраженной рыночной ориентацией правительство обычно входит в число крупнейших покупателей товаров и услуг у частного сектора. Участие правительств в электронной торговле в качестве интерактивных покупателей может, таким образом, способствовать вовлечению в нее и поставщиков. Это особенно актуально для менее крупных продавцов, которым в иных условиях весьма сложно обосновать потребности в необходимых технологических инвестициях в случае отсутствия широкого круга клиентов, желающих совершать закупки через электронные каналы связи.

51. Нарращивание критической массы интерактивных покупателей с целью оказания поддержки созданию жизнеспособной электронной торговли требует активного участия в этом процессе правительства не только в качестве органа регулирования, но также и в качестве коммерческого участника и, в идеале, в качестве источника получения средств для подготовки сотрудников нарождающихся фирм в области электронной торговли и оказания им технической помощи. Именно так обстояло дело в Соединенных Штатах Америки, где тысячи компаний использовали коммутационные и сетевые технологии передачи данных для



осуществления продаж правительству еще задолго до появления Интернета в качестве альтернативного канала электронной торговли. То же самое происходило и в ряде других стран.

### Выводы

52. С точки зрения развивающихся стран обеспечение доступа к участию в электронной торговле затрагивает целый ряд вопросов политики 11/, включая:

а) создание надлежащих нормативных, фискальных и экономических основ для изменения современной стоимостной структуры использования Интернета: в данном контексте политика должна быть направлена на распространение информации среди потенциальных пользователей (особенно среди малых и средних предприятий), поощрение конкуренции между операторами Интернета (ОИ), использование знаний, накопленных более опытными участниками, и оказание содействия укреплению потенциала (включая подготовку кадров) местных участников;

б) уделение приоритетного внимания обеспечению тех электронных товаров и услуг, которые с большей степенью вероятности будут содействовать повышению эффективности торговли на местах (например, в области закупок, таможенных операций или платежей) или конкурентоспособности (например, посредством выявления имеющихся на рынке ниш или глобального распространения электронных каталогов или ВЭТО); это также позволило бы лучше увязать в рамках национальной экономики участие в электронной торговле с достижением целей национальной торговой политики.

---

11/ Указанные выше направления необходимо будет рассматривать в более широком контексте ведущихся международных переговоров по вопросам электронной торговли, в частности в рамках ВТО; также необходимо будет рассмотреть последние предложения, касающиеся создания "глобальных основ для электронной торговли", с точки зрения их возможного влияния на торговлю и развитие. С этой целью подготовлен документ TD/B/COM.3/17.

Приложение I

Использование Интернета в отдельных европейских странах

Страна	Дата оценки	Число пользователей Интернета	Процентная доля в общей численности населения	Источник	Узловые компьютеры сети Интернета*
Австрия	8/98	442 000	5,5%	IDC Research	132 202
Бельгия	8/98	558 000	5,5%	IDC Research	153 760
Чешская Республика	9/97	200 000	1,9%	Virtual Info Park	65 672
Дания	5/98	800 000	16,0%	Politiken	190 293
Эстония	7/97	8 300	1,8%	Baltic Media Facts	18 948
Финляндия	5/98	1 790 000	35,0%	Gallup Media	513 527
Франция	12/97	3 800 000	6,5%	NOP Research	431 045
Германия	3/98	6 100 000	7,3%	NOP Research	1 154 340
Греция	1/98	111 000	1,0%	IDC Research	40 061
Венгрия	5/98	200 000	2,0%	ISYS Hungary Kft (Est.)	73 987
Исландия	2/98	121 600	45,0%	Gallup	20 678
Ирландия	1/98	145 000	4,2%	IDC Research	44 840
Италия	1/98	1 380 000	2,2%	IDC Research	320 725
Нидерланды	4/98	1 390 000	8,3%	Nipo	514 660
Норвегия	11/97	1 400 000	32,5%	MMI Internet Barometer 97	312 441
Польша	11/97	700 000	1,8%	Nua Estimates	98 798
Португалия	1/98	188 000	1,9%	IDC Research	45 113
Российская Федерация	7/98	1 000 000	0,7%	Russian N.P. Center for Internet Tech.	130 422
Словакия	11/97	190 000	5,0%	Net Projekt	14 154
Испания	6/98	1 850 000	4,7%	AIMC	243 436
Швеция	5/98	2 400 000	27,0%	Relevatn Knowledge	380 634
Швейцария	6/98	870 000	9,4%	Swisscom	205 593
Соединенное Королевство	12/97	7 200 000	12,8%	NOP Research	1 190 663

Составитель: Nua - How Many Online?; Network Wizards.

\* Включает лишь узловые компьютеры, использующие имена домена высшего уровня (ДВУ); узловые компьютеры, использующие имена домена ".com", ".net" и т.д., не учитываются. То же самое относится и к приложениям II, IV, V и VI.

## Приложение II

## Анализ положения в области подключения к Интернету в странах Африки

Страна	Число ОИ	Число узловых компьютеров сети Интернета*	Число пользователей Интернета	Общая численность населения (в млн. чел.)	Численность населения, приходящаяся на одного пользователя Интернета
Алжир	3	19	500	28,50	57 000
Ангола	5	2	1 500	11,20	7 467
Бенин	7	13	2 000	5,50	2 750
Ботсвана	6	578	500	1,40	2 800
Буркина-Фасо	3	93	700	10,40	14 857
Бурунди	1	0	75	6,30	84 000
Камерун	4	5	2 000	13,50	6 750
Центральноафриканская Республика	1	0	200	3,20	16 000
Чад	3	0	50	5,60	112 000
Конго, Демократическая Республика	1	8	100	44,00	440 000
Кот-д'Ивуар	3	265	1 000	14,80	14 800
Джибути	1	0	400	0,43	1 075
Египет	28	2 043	20 000	60,70	3 035
Экваториальная Гвинея	1	0	200	0,42	2 100
Эритрея	4	0	300	3,70	12 333
Эфиопия	4	76	3 000	60,80	20 267
Габон	2	1	1 000	1,20	1 200
Гамбия	4	0	150	0,99	6 600
Гана	9	241	4 500	17,80	3 956
Гвинея	5	0	300	6,60	22 000
Гвинея-Бисау	1	13	200	1,10	5 500
Кот-д'Ивуар	3	265	1 000	14,80	14 800
Кения	16	692	5 000	29,10	5 820
Лесото	1	17	100	2,00	20 000
Мадагаскар	5	18	700	13,90	19 857
Малави	3	0	400	9,70	24 250
Мали	5	1	400	9,40	23 500
Мавритания	2	22	100	2,30	23 000
Маврикий	6	370	960	1,10	1 146
Марокко	17	478	6 000	29,20	4 867
Мозамбик	6	83	3 500	18,40	5 257
Намибия	6	665	2 000	1,70	850
Нигер	2	5	200	8,90	44 500
Нигерия	6	91	1 000	101,20	101 200
Руанда	1	0	100	8,60	86 000
Сенегал	9	189	2 500	9,00	3 600
Сейшельские Острова	1	7	1 000	0,08	80
Сьерра-Леоне	1	0	50	4,80	96 000
Южная Африка	75	140 577	600 000	39,00	65
Судан	1	0	300	30,00	100 000
Свазиленд	3	397	900	0,97	1 078
Танзания	14	137	2 500	28,70	11 480
Того	2	83	300	4,40	14 667
Тунис	4	57	3 500	8,90	2 543
Уганда	4	41	2 000	20,40	10 200
Замбия	3	236	2 000	9,50	4 750
Зимбабве	17	836	10 000	11,10	1 110
Общий средний показатель	256	148 372	684 185	718,49	1 050

Источник: Mike Jensen, Network Wizards.

## Приложение III

## Годовая стоимость пользования Интернетом в отдельных африканских странах

Страна	Годовая стоимость в долл. США	Страна	Годовая стоимость в долл. США
Ботсвана	136	Джибути	640
Южная Африка	226	Бурунди	645
Буркина-Фасо	288	Марокко	660
Сенегал	290	Гвинея	780
Маврикий	300	Алжир	880
Мозамбик	348	Камерун	965
Эфиопия	384	Бенин	1 247
Габон	440	Мадагаскар	1 341
Мавритания	582	Кения	1 681
Сьерра-Леоне	600	Ангола	1 740
Центральноафриканская Республика	616	В среднем	704

Источник: Mike Jensen.

Примечание: стоимость указана из расчета 5-часового коммутационного доступа в месяц, включая оплату местной телефонной линии связи с ОИ.

## Приложение IV

## Использование Интернета в отдельных странах Ближнего Востока

Страна	Дата оценки	Число пользователей Интернета	Процентная доля в общей численности населения	Источник	Узловые компьютеры*
Бахрейн + Саудовская Аравия	1/98	40 200	1,5	DIT Group	379
Египет	1/98	61 000	0,1	DIT Group	2 043
Израиль	5/98	300 000	5,5	Internet Israel	87 642
Иордания	1/98	21 200	0,5	DIT Group	360
Кувейт	1/98	42 400	2,2	DIT Group	5 597
Ливан	1/98	43 800	1,1	DIT Group	1 400
Оман	1/98	20 900	1,0	DIT Group	666
Катар	1/98	17 300	3,1	DIT Group	23
Объединенные Арабские Эмираты	1/98	88 600	3,0	DIT Group	13 519

Составитель: Nua - How Many Online?; Network Wizards

## Приложение V

## Использование Интернета в Латинской Америке и Карибском бассейне

Страна	Дата оценки	Число пользователей Интернета	Процентная доля в общей численности населения	Источник	Число узловых компьютеров*
Аргентина	6/97	170 000	0,5	CommerceNet	57 532
Боливия	10/97	8 000	0,1	ITU/Siemens	506
Бразилия	5/98	1 300 000	0,8	ITC Brazil	163 890
Чили	6/97	200 000	1,3	CommerceNet	22 889
Колумбия	6/97	120 000	0,3	CommerceNet	11 864
Коста-Рика	6/97	50 000	5,8	CommerceNet	2 844
Эквадор	10/97	5 000	0,04	ITU/Siemens	1 227
Мексика	10/97	370 000	0,4	CommerceNet	83 949
Парагвай	10/97	1 000	0,01	ITU/Siemens	855
Перу	10/97	31 000	0,1	CommerceNet	3 763
Уругвай	10/97	9 000	0,3	ITU/Siemens	16 345
Венесуэла	6/97	35 000	1,2	CommerceNet	6 825

Составитель: Nua - How Many Online?; Network Wizards

## Приложение VI

## Использование Интернета в Азиатско-Тихоокеанском регионе

Страна или территория	Дата	Число пользователей Интернета	Процентная доля в общей численности населения	Источник	Узловые компьютеры сети Интернета*
Австралия	6/98	3 280 000	18,0	Morgan Research	750 327
Бангладеш	9/97	7 000	0,005	Nando Techserver	N/A
Китай	6/98	1 175 000	0,08	Nando Times	205 593
Гонконг, Китай	6/98	850 000	13,4	A.C. Nielsen	72 232
Индия	7/97	80 000	0,01	Reuters	10 436
Индонезия	5/98	80 000	0,3	Indonesian IT	10 691
Япония	1/98	12 100 000	9,6	Nikkei BP	1 352 200
Республика Корея	3/98	1 500 000	2,5	AsiaBiz Tech	174 800
Малайзия	1/98	600 000	3,0	Jaring Network	40 758
Новая Зеландия	1/98	560 000	15,8	A.C. Nielsen McNair	177 753

<b>Страна или территория</b>	<b>Дата</b>	<b>Число пользователей Интернета</b>	<b>Процентная доля в общей численности населения</b>	<b>Источник</b>	<b>Узловые компьютеры сети Интернета*</b>
Филиппины	8/97	100 000	0,01	Paul Budde Com.	7 602
Сингапур	9/97	500 000	14,7	A.C. Nielsen	59 469
Тайвань, провинция Китая	1/98	480 000	2,0	IDC Research	103 661
Таиланд	1/98	131 000	0,22	IDC Research	25 459
Вьетнам	6/98	6 000	0,008	Nikkei BP/AsiaBiz	25

Составитель: Nua - How Many Online?; Network Wizards