

МЕЖДУНАРОДНАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ ДЛЯ МАЛЫХ И СРЕДНИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Аннотация. Статья посвящена вопросу разработки и внедрения системы взаимодействия малых и средних предприятий с международными электронными торговыми площадками. Особое внимание уделено освоению системы EDI FACT, как базовой технологии в международной торговле. Данная система разработана и поддерживается Центром Организации Объединённых Наций по упрощению процедур при принятии решений в международной торговле и на транспорте (CEFACT). EDI FACT в настоящее время является стандартом, который позволяет структурировать и идентифицировать информацию, осуществить передачу и обработку вне зависимости от её национальной принадлежности. На примере создания торговой площадки для горно-металлургического комплекса показана структура и технология взаимодействия продавцов и покупателей, в том числе и на международном уровне.

Ключевые слова: международная торговля, малые и средние предприятия, программно-техническая среда.

Постановка проблемы. В настоящее время общий объём электронной коммерции в мире составляет более 14%. Причём темпы развития этого сектора экономики находятся на очень высоком уровне. Достаточно отметить, что даже в развитых странах электронная коммерция показывает двузначный рост. Ожидается, что такая тенденция сохранится, как минимум, на ближайшие 5 лет.

Наибольшее распространение получили различные интернет магазины, начиная от крупных торговых центров ebay, amazon, alibaba и кончая сотнями тысяч региональных, корпоративных, профильных, специализирующихся на определённых услугах. Крупный бизнес также активно использует новые технологии электронной коммерции. В основном превалирует бизнес-модели B2B, которые активно, в онлайновом режиме, проводят биржевые торги, аукционы, тендера, оказывают друг другу логистические и прочие услуги, сопровождающие процесс купли-продажи.

Малый и средний бизнес также освоил многие доступные и эффективные технологии коммерции, однако, их применение ограничено, в основном, национальными масштабами. Что касается международной торговли, то её развитие для малых и средних предприятий сдерживается целым рядом причин. Основными из которых являются: языковой барьер, малочисленность штата и отсутствие квалифицированных специалистов в области международной торговли. Это относится к соблюдению соответствующих национальных и международных законодательных актов, таможенных процедур, страхования, логистики и пр.

Анализ последних исследований. Вместе с тем в мире разработаны соответствующие технологии и накоплен определённый опыт по решению многих организационно-правовых процедур международной торговли облегчающих взаимодействие именно для малых и средних предприятий.

Базовой технологией, в этом плане, является система EDI FACT [1], которая позволяет структурировать и идентифицировать информацию, осуществлять передачу, семантическую обработку между различными пользователями вне зависимости от их национальной принадлежности. EDI FACT (Electronic Data Interchange for Administration, Commerce and Transport) – это стандарт электронного обмена данными в областях управления (администрирования), торговли и транспорта. Данный стандарт создан, непрерывно развивается и поддерживается специальной рабочей группой (workingparty 4) при Организации Объединённых Наций (ООН). Имеется специальная рекомендация №25 ЕЭК ООН, определяющая область и условия применения EDI FACT. В соответствии с этой рекомендацией считается целесообразным, чтобы национальные правительства инициировали, поддержали и поощряли соответствующие меры по использованию стандарта EDI FACT для международных операций. К сожалению у нас эта работа проводится вяло и исключительно в отдельных областях по инициативе самих предпринимателей, тогда как во многих странах созданы специальные комитеты для внедрения и поддержки стандарта EDI FACT.

В широком плане отдельные процедуры EDI FACT и прежде всего электронный документооборот используется сегодня во многих областях деятельности. В первую очередь это торговля, логистика, администрирование. Примером успешного применения EDI FACT у нас является розничная торговля. Крупные торговые компании (ритейлеры) обмениваются стандартными электронными документами со своими партнёрами по бизнесу.

Обычно набор документов, которыми обменивается ритейлер со своими поставщиками включает в себя Purchase Order (заказ товара), Invoice (счёт за товар), Remittance Fdvice (подтверждение оплаты) и т.д.

Торговля обычно трактуется в широком плане. Это заказ самой продукции, её производство, оплата, грузовые перевозки, контроль отдельных этапов логистики и пр. С помощью стандартного описания любого документа, можно формализовать его в электронную форму и передать через Internet без опасения перехвата другими сторонами конфиденциальной информации. Составленные на русском или украинском языке документы будут автоматически транслированы и доставлены зарубежному партнёру на соответствующем европейском или азиатском языке.

Данная система непрерывно развивается, наполняется различными прикладными программами, которые упрощают обмен информацией в системах различного назначения [1].

Что касается малых и средних предприятий, то именно освоение данного стандарта и переход на новые технологии представления и обработки информации позволяет им активно участвовать в международной электронной коммерции.

Целью данной работы является исследование вопросов разработки и внедрения системы взаимодействия малых и средних предприятий с международными электронными торговыми площадками.

Изложение основного материала. Предлагается создание площадки, которая позволит проводить торговые мероприятия в электронной форме в том числе создавать открытые конкурсы, агрегировать заявки на участие среди игроков региональных площадок, оценивать логистические издержки, а также получать консультации по юридическому обслуживанию и валютным рискам сделки.

Основными целями работы площадки являются:

- объединить и поддерживать покупателей и поставщиков из разных стран;
- связать участников торговых мероприятий с консалтинговыми фирмами и международными перевозками;
- оказать информационную и юридическую поддержку;
- помочь молодым компаниям выйти на международный рынок с минимальными издержками.

Для покупателя, а часто и для продавца не только удобно, но и необходимо иметь дело с комплексной структурой, которая могла бы обеспечить надёжное оперативное проведение необходимых операций, связанных с приобретением и доставкой товара.

Поэтому целесообразно говорить о своеобразной инфраструктуре электронной площадки и её взаимодействии с поставщиками и потребителями.

Такая инфраструктура включает в себя:

1. Группу предприятий и организаций, участвующих в подготовке, заключении и реализации сделки. Это не только продавец и покупатель, но также транспортно-экспедиционные фирмы, страховые компании, банки, таможенные организации и др. Они должны быть аккредитованы на площадке с возможностью непосредственного доступа к ним со стороны продавцов и покупателей.

2. Технологию взаимодействия покупатель-продавец, а также функциональных вспомогательных структур, участвующих в сделке. Немаловажное значение имеет логистика осуществления операционных процедур в процессе подготовки, заключения и реализации сделки.

3. Программно-техническую среду электронной торговли (средства электронного обмена данными, сбора, обработки, накопления, поиска, предоставления производственно-коммерческой информации и т.д.).

4. Телекоммуникационную инфраструктуру взаимодействия потребителей и поставщика.

5. Систему безопасности и надёжности функционирования программно-технического комплекса.

Что касается технологии взаимодействия покупателя и продавца, то, на наш взгляд, это самая ответственная и самая сложная часть всей проблемы. Материализация технологий в систему программных и технических средств не представляет сегодня особых трудностей. А вот освоение организационных, законодательных положений, соответствующих стандартов взаимодействия – это задачи, которые предстоит настойчиво и последовательно решать, прежде всего, через обучение, с представителями малого и среднего бизнеса.

Такой подход безусловно расширит возможности национального бизнеса, создаст прозрачную конкурентную среду, позволит комплексно решить вопросы купли-продажи с минимальными издержками.

На рисунке представлен фрагмент структуры отраслевой площадки горно-металлургического комплекса.

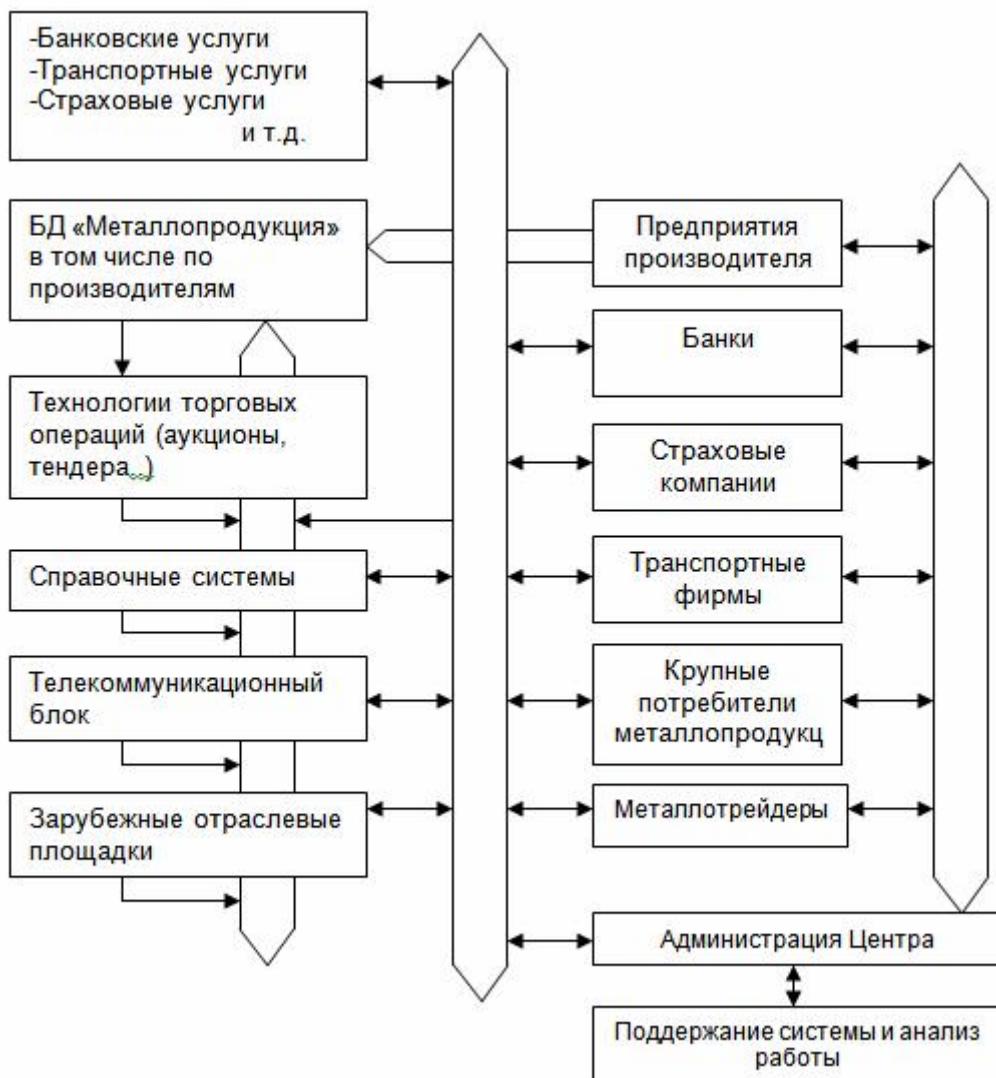


Рисунок 1

Выводы. Площадка была создана в начале 2000-ых годов (etender.in.ua), однако в силу ряда экономических и организационных причин её работа была остановлена. В настоящее время разрабатывается новая версия в соответствии с современными требованиями и условиями электронной торговли.

Полученный опыт [2,3] позволяет по-новому подойти к технологии взаимодействия с национальными и зарубежными торговыми площадками, унифицировать торговые операции, широко использовать международные технологии и стандарты EDI FACT.

ЛИТЕРАТУРА

1. Справочники Организаций Объединённых Наций по электронному обмену. Администрация, торговля, транспорт. ЭДИФАКТ ООН http://www.unece.org/trade/untdid/d11a/trmd/invoic_c.htm#1650
2. Якунин А.А. Создание инфраструктуры и технологии электронной торговли в чёрной металлургии Украины. Сборник материалов/Вестник государственных закупок. Киев, 2004
3. Якунин А.А. Желягин Е.А. Архитектурные принципы создания центра электронной торговли металлопродукцией в Украине. Системные технологии, 2(10)2000.

REFERENCES

1. Spravochniki Organizatsiy Ob'edinYonnyih Natsiy po elektronnomu obmenu. Administratsiya, torgovlya, transport. EDIFAKT OON http://www.unece.org/trade/untdid/d11a/trmd/invoic_c.htm#1650
2. Yakunin A.A. Sozdanie infrastrukturyi i tehnologii elektronnoy torgovli v chYornoj metallurgii Ukrayni. Sbornik materialov/Vestnik gosudarstvennyih zakupok. Kiev, 2004
3. Yakunin A.A. Zhelyanin E.A. Arhitekturnye printsipy sozdaniya tsentra elektronnoy torgovli metalloproduktsiy v Ukraine. Sistemnye tehnologii, 2(10)2000.