

Siergiej B.Perminov

Upowszechnianie Technologii Handlu Elektronicznego w Rosji

1. Handel elektroniczny a budowanie instytucji rynkowych

W przeciwieństwie do niektórych gospodarek post-komunistycznych – Polski i Węgier – Rosja nie dokonała jeszcze znaczącego postępu na drodze ku gospodarce wolnorynkowej. W ciągu ostatniej dekady drastycznie spadł rosyjski PKB oraz stopa życiowa, choć wzrosły one nieznacznie w 2000 roku w związku z nadspodziewanie wysokimi światowymi cenami ropy naftowej.

W zasadzie nie ma przeszkód natury ekonomicznej dla szybkiego wzrostu gospodarczego w Rosji, dysponującej odpowiednimi zasobami naturalnymi, wykwalifikowaną siłą roboczą, potencjałem naukowo-badawczym oraz wolnymi mocami produkcyjnymi. Poziom PKB per capita stanowi jednak poniżej 15% poziomu w USA. Główna przyczyna natury ekonomicznej, to nierówna i nieuczciwa konkurencja, która powoduje niską wydajność we wszystkich praktycznie działach gospodarki rosyjskiej. Jest to cena, którą Rosja płaci za zbyt powolne kształtowanie nowoczesnych instytucji rynkowych.

W Rosji wykonano już ogromną pracę biurokratyczną (prawo własności, legislacja regulująca kwestie bankructwa, prawo o zobowiązaniach, itp.), jednak znacznie trudniejsze wydaje się spowodowanie, by nowoczesne mechanizmy rynkowe zaczęły praktycznie funkcjonować. Nie wystarczy opracować i opublikować odpowiednie ustawy, by zmienić ludzkie przyzwyczajenia i wzajemne relacje. Instytucje zmieniają się bardzo wolno, mają jednak poważny wpływ na wyniki gospodarcze. Dlatego też budowanie instytucji rynkowych stanowi kluczowy punkt polityki gospodarczej w krajach post-komunistycznych (G.Kołodko, 1999).

Niestety, prawo w Rosji nigdy nie funkcjonowało prawidłowo. Powszechnie wiadomo, że z perspektywy historycznej życie gospodarcze w Rosji było zawsze regulowane przez stosunki międzyludzkie, a nie przez prawo. Zbyt duża jest liczba ludzi gotowych do naruszenia prawa, zaś instytucje odpowiedzialne za przestrzeganie prawa – zbyt słabe i skorumpowane.

Uważamy, że technologie handlu elektronicznego umożliwiają Rosji dokonanie ogromnego i nieoczekiwanego skoku w budowaniu instytucji rynkowych oraz tworzeniu warunków dla stałego, długofalowego wzrostu gospodarczego. Jest to możliwe, ponieważ technologie handlu elektronicznego dysponują prężnym zapleczem technicznym, a ich upowszechniania nie można administracyjnie zakazać. Proces ten należy postrzegać jako główną siłę napędową tworzenia instytucji wolnorynkowych w Rosji oraz integrowania jej z rynkiem światowym. Co więcej, upowszechnianie handlu elektronicznego w Rosji należy i można intensyfikować bez poważnych nakładów inwestycyjnych.

Pod względem poziomu sprzedaży, handel elektroniczny w Rosji znajduje się obecnie 5 lat za rynkiem on-line w USA. Podobnie jak w przypadku innych technologii, upowszechnienie technologii handlu elektronicznego bez jakiegokolwiek zarządzania będzie procesem długotrwałym. W obecnym środowisku ekonomicznym technologie handlu elektronicznego

wymagają określenia i wdrożenia konkretnej polityki (programu), co pozwoliłoby na przyspieszenie całego procesu. Nie jest to wyłącznie kwestia edukacji ekonomicznej. Proces upowszechniania wymaga nadzoru i podejmowania odpowiednich decyzji.

Głównym powodem, dla którego kwestia ta ma takie znaczenie dla Rosji, jest naturalna zdolność handlu elektronicznego do promowania wolnej konkurencji. Problem wolnej konkurencji został poruszony we “Wspólnej Strategii Unii Europejskiej wobec Rosji” (przyjętej w czerwcu 1999 roku). Brutalna rzeczywistość wygląda następująco: nawet teraz – 10 lat po “pierestrojce” – trudno znaleźć w Rosji produkt, którego rynek nie byłby ściśle kontrolowany poprzez ustalanie cen oraz tworzenie barier dla nowych uczestników rynku. Zgodnie z szacunkami Rosyjskiej Izby Handlowo-Przemysłowej, istnieje tylko jeden rynek, który może być traktowany jako absolutnie wolny – rynek soli.

Znaczenie uczciwej konkurencji dla wydajności i długofalowego wzrostu ukazuje następujący przykład. W Rosji funkcjonują dwa rynki oprogramowania. Rynek standardowego oprogramowania znajduje się niewątpliwie w stadium stagnacji, ponieważ produkty są w zdecydowanej większości wersjami pirackimi. Drugi rynek – usługi w zakresie oprogramowania systemów sterujących – osiągnął 72% poziomu wydajności w USA (McKinsey, 2000). Główną przyczyną takiego stanu rzeczy jest fakt, że firmy produkujące takie oprogramowanie funkcjonują w warunkach równej konkurencji, ponieważ wyspecjalizowany charakter ich produktów chroni je przed piractwem komputerowym.

Weźmy pod uwagę inny przykład. W Moskwie funkcjonuje czterysta punktów sprzedaży detalicznej komputerów. Po uruchomieniu strony internetowej www.price.ru, która umożliwiła porównywanie cen produktów komputerowych, wojna cenowa znacznie nasiliła się, co doprowadziło do spadku cen detalicznych średnio o 10-15. Zjawisko to nie byłoby niczym dziwnym w innych krajach, jednak w przypadku Rosji przykład ten dowodzi, że sztuczemu ustalaniu cen można zapobiec, posługując się instrumentami ekonomicznymi lub – mówiąc bardziej precyzyjnie – za pomocą technologii handlu elektronicznego. W obecnym środowisku ekonomicznym w Rosji nowoczesne technologie handlu elektronicznego powinny stanowić radykalne rozwiązanie. Przykład detalistów komputerowych należy do najprostszych. Liczba konkurentów nie jest bowiem wystarczająco duża. Wejście na rynek nie wymaga posiadania znacznego kapitału, nie jest konieczne posiadanie specjalnych zezwoleń. W rezultacie bardzo prosta technologia handlu elektronicznego w łatwy sposób powstrzymała naturalne dążenie sprzedawców do podnoszenia cen.

Prawdziwym problemem jest natomiast implementacja tej technologii handlu elektronicznego w innych sektorach, które są skorumpowane oraz w których sztuczne ustalanie cen stanowi powszechną praktykę. Ma to miejsce, na przykład, w branży usług turystycznych. Jest to bardzo standardowy produkt, który na całym świecie z łatwością stał się przedmiotem handlu elektronicznego. Jednak w Rosji uruchomienie systemu rezerwacji on-line nie spowodowało znaczącej obniżki cen. Co więcej, biura podróży w Moskwie nadal stosują wysokie marże. Jedną z przyczyn jest konieczność uzyskania przez nowych operatorów stosownego zezwolenia władz lokalnych. Wiele innych sektorów napotyka na podobne trudności w zakresie upowszechniania technologii handlu elektronicznego.

Kolejny przykład to B2B – zamówienia rządowe za pośrednictwem aukcji internetowych. Mimo, że jest to bardzo przejrzysty i powszechnie stosowany schemat, jak dotąd nie został wprowadzony. Wiele wysiłku oraz nakładów finansowych pochłonęło wyjaśnienie rządowi oraz władzom regionalnym, na czym polega ta koncepcja. Jak jednak wspomniano wyżej, nie jest to wyłącznie kwestia edukacji. Ogólnie rzecz biorąc, zarządzający nie mają motywacji do stosowania tej technologii. Doświadczenie to potwierdza konieczność powołania specjalnych instytucji rynkowych, zajmujących się implementacją technologii handlu elektronicznego.

Dlaczego handel elektroniczny powinien stanowić nieodzowny element polityki gospodarczej?

Dominująca w minionej dekadzie prymitywna koncepcja liberalizacji rynków opartej wyłącznie na deregulacji, doprowadziła w Rosji nie do obniżenia cen i podniesienia jakości, a do powszechnego sztucznego ustalania cen sprzedaży i zakupu. Nauczka wynikająca z tej historycznej pomyłki jest następująca – polityka rządu w tej dziedzinie nie powinna opierać się na pustych deklaracjach, a precyzyjnie określonych, szczegółowych technologiach rynkowych i procedurach prawnych. Według nas, Rosja ma obecnie 3-5 lat, zanim dopiero co zbudowane, niewydajne instytucje rynkowe “dzikiego kapitalizmu” utrwala się na dobre. Później bardzo trudno będzie je zmienić. Z tego punktu widzenia, zaczątki handlu elektronicznego należy postrzegać jako “katalizator przemian”, którego zadaniem jest modernizacja przestarzałego środowiska ekonomicznego.

Należy mieć na uwadze, że w rosyjskim środowisku ekonomicznym upowszechnienie nowej technologii trwa znacznie dłużej niż w krajach rozwiniętych. Miało to miejsce w przypadku większości technologii przemysłowych (S.B.Perminov, E.A.Botwinova, 1992). Mimo to, problem ten ma przynajmniej dwie pozytywne strony: wysoki poziom edukacji oraz brak konieczności wysokich nakładów inwestycyjnych na implementację technologii handlu elektronicznego. W Rosji brak poza tym długiej tradycji rozwoju instytucji rynkowych, dlatego też odbywa się on praktycznie od zera. W warunkach gospodarki centralnie planowanej rosyjskie przedsiębiorstwa pozostawały w głębokiej izolacji. Dlatego też można oczekiwać, że po wyjściu z fazy wstępnej handel elektroniczny będzie się rozwijał dość szybko. Powinien on także przyczynić się do znacznego obniżenia kosztów transakcji w rosyjskiej gospodarce, które obecnie są nieporównywalnie wyższe od kosztów transakcji w krajach rozwiniętych.

Podobnie jak w innych krajach, nowe przedsięwzięcia internetowe w Rosji są niewielkie, tym niemniej mogą przyczynić się do rozwoju technologii handlu elektronicznego. Jednakże ich implementacja na szeroką skalę nie może odbyć się bez udziału wielkich graczy rynkowych, którzy praktycznie kontrolują wszystkie rynki. Niemal wszystkie sektory rosyjskiej gospodarki nadal cechuje wysoki stopień koncentracji, nie są one zbyt zainteresowane wolną konkurencją, a co za tym idzie – upowszechnianiem technologii handlu elektronicznego B2B oraz B2C. Dlatego też niezbędny jest specjalny program upowszechniania.

Wyróżnić można trzy fazy upowszechniania nowych technologii internetowych. Pierwsza faza obejmuje wyłącznie niewielką grupę innowatorów (do 3% ogółu). W drugiej fazie uczestniczy około 1/3 potencjalnych użytkowników. W trzeciej fazie technologia staje się powszechna dla prawie wszystkich. W przeciwieństwie do komputera czy samego Internetu, technologie handlu elektronicznego mają największe znaczenie tylko wówczas, gdy stają się powszechne. Zgodnie z

naszymi szacunkami, upowszechnianie handlu elektronicznego uległo w Rosji przyspieszeniu, ponieważ znajduje się dopiero w pierwszej fazie i daleko mu jeszcze do stadium dojrzałości i fazy stałego wzrostu. Ponieważ upowszechniania nie można wstrzymać administracyjnie, proces ten należy postrzegać jako główną siłę napędową budowania instytucji wolnorynkowych w Rosji oraz integrowania jej z globalnym rynkiem. W celu uzyskania maksymalnych skutków technologii handlu elektronicznego, należy je wdrażać jednocześnie w wielu regionach oraz na rynkach lokalnych. Polityka gospodarcza powinna koncentrować się zarówno na niewielkich projektach internetowych, jak i na wspieraniu wielkich przedsiębiorstw.

2. Sektor B2C: miną lata zanim stanie się zyskowny

Głównymi przeszkodami w skutecznym upowszechnianiu handlu elektronicznego B2C w Rosji są: ograniczona liczba użytkowników Internetu i kart kredytowych oraz przestarzały system podatkowy.

Liczba użytkowników Internetu w Rosji to zaledwie 2.5-3.0 mln osób, z czego większość mieszka w Moskwie lub innych dużych miastach (przeciętny użytkownik ma 26 lat, 60% legitymuje się dyplomem ukończenia uczelni wyższej). Poziom dostępu do Internetu nie osiągnął jeszcze wskaźnika 3% całej populacji¹, który w innych krajach uważany jest powszechnie za punkt wyjściowy do gwałtownego wzrostu oraz wydajnego pod względem komercyjnym korzystania z handlu elektronicznego (dla porównania, obecny wskaźnik dostępu w Europie wynosi ponad 10%). Wskaźnik 3% powinien zostać osiągnięty w Rosji w 2001 roku. Główna przyczyna niskiego wskaźnika to brak komputerów. W 1999 roku poziom dostępu do komputerów osobistych w Rosji wynosił zaledwie 4%, w porównaniu z poziomem 28% w Europie (Brunswick Warburg). Pod tym względem Rosja nie odbiega znacznie od innych wschodzących rynków. Z drugiej strony zaś, Rosjanie na ogół bardzo dobrze przyswajają technologie informatyczne. Dlatego też Rosja powinna stosunkowo szybko zastosować technologie handlu elektronicznego B2C.

Jednakże druga faza przyspieszonego wzrostu handlu elektronicznego właśnie się w Rosji rozpoczyna. Podstawowa przyczyna, to wyjątkowo niskie bariery wejściowe w handlu elektronicznym w Rosji, co przyciągnęło lokalny kapitał do licznych projektów handlu elektronicznego.

Oczekuje się, że rynek handlu elektronicznego w Rosji wzrośnie z 2 mln USD w 1999 roku do 20 mln USD w roku 2000 (UFG Research). Boston Consulting Group jest jeszcze bardziej optymistyczna, zakładając wzrost do 400-600 mln USD w roku 2003. W celu zachowania realistycznego podejścia należy mieć na uwadze, że takie popularne wyszukiwarki, jak Rambler, Yandex, Mail.Ru odnotowały w ubiegłym roku podwojenie liczby odwiedzających je osób. Wątpliwe jest, by w najbliższych latach handel elektroniczny mógł odnotować szybsze tempo wzrostu.

Liczby bezwzględne są bardziej wymowne. Przeciętny Rosjanin wydaje w 2000 roku jedynie 1 USD miesięcznie na detalicznym rynku elektronicznym, w porównaniu z 24 USD w USA (UFG

¹ Poziom dostępu do komputerów osobistych w Rosji wynosi 5% i powinien osiągnąć 15% w roku 2005 (UFG Research, 2000).

Research). Zakłada się, że wskaźniki te wyniosą w 2005 roku odpowiednio 3 USD i 53 USD. Jak zatem widzimy, upłynie sporo czasu, zanim handel elektroniczny w Rosji stanie się "rynkiem masowym". Aby osiągnąć poziom sprzedaży rzędu miliarda dolarów, rynek ten musi dysponować liczbą 20 mln użytkowników wydających około 5 USD miesięcznie.

Jak wygląda przeciętne przedsięwzięcie B2C? Niemal wszystkie z 550 istniejących na terenie całego kraju sklepów internetowych pojawiło się w ciągu minionego roku. Ze względu na brak klientów, przedsięwzięcia te nie są jeszcze zyskowne. Przyszłość większości z nich stoi pod znakiem zapytania. Utrzymują się one dzięki temu, że koszty uruchomienia przedsięwzięcia w Rosji są znacznie niższe niż w Europie lub USA, co wynika z bardzo taniego programowania komputerowego.

Nieprzerwany wzrost handlu elektronicznego w Rosji wymaga wygenerowania poważnego przepływu kapitału. Powinien on opierać się przede wszystkim na poszerzeniu zakresu dostępu do Internetu. Dostęp ten jest z kolei uzależniony w znacznym stopniu od rozwoju telekomunikacji, której poziom stanowi prawdziwe "wąskie gardło" (większość populacji poza Moskwą w ogóle nie posiada telefonów).

Pierwsze próby z handlem elektronicznym B2C w Rosji objęły bardzo standardowe towary, takie jak książki, komputery, artykuły spożywcze, itp. Te sklepy internetowe powstały "od zera", czyniąc duże oszczędności na powierzchni sklepowej, zapasach oraz kosztach handlowych. Dzięki temu były w stanie zaoferować ceny o 10-15% niższe w stosunku do cenników obowiązujących w normalnych sklepach. Z drugiej strony, bardzo niskie są koszty uruchomienia takiego przedsięwzięcia. Zjawisko to można zatem postrzegać jako klasyczny przykład konkurencji cenowej. Rzadko zdarza się sztuczne ustalanie cen na rozliczne kategorie towarów. Interesujący jest fakt, że żaden ze sklepów internetowych nie powstał na bazie normalnych sklepów, co mogłoby być dla tych sklepów korzystne ze względu na obniżenie kosztów oraz zwiększenie sprzedaży. Wymaga to jednak zupełnie innej mentalności rynkowej. Fenomen ten potwierdza istnienie dominującego ducha przedsiębiorczości w przypadku zaczątków handlu elektronicznego w Rosji.

W przypadku detalistów internetowych z branży motoryzacyjnej, sklepy on-line powstały wyłącznie w oparciu o istniejącą sieć dealerską, nie posiadają one też niezależnej polityki cenowej. Ustalanie ceny sprzedaży w tej branży jest zatem zjawiskiem dość powszechnym.

Z prawdziwą przyjemnością można zaobserwować, że wiele internetowych rynków towarów konsumpcyjnych charakteryzuje zorientowanie na klienta oraz brak stagnacji pod względem zakresu i ilości dostępnych towarów. Dysponują one ogromnym potencjałem rozwojowym oraz wymuszą skutki makroekonomiczne w momencie, gdy ogólna liczba użytkowników Internetu osiągnie poziom 3-5% populacji. W ciągu kilku ostatnich lat nie było konieczności inwestowania kapitału narażonego na szczególne ryzyko. Wiąże się to z obecnością licznych, ale niewielkich sklepów internetowych, nieporównywalnych z powszechnie znanymi handlowcami internetowymi. Upowszechnienie sklepów internetowych na terenie całego kraju powinno zaostrić konkurencję cenową oraz przyczynić się do podniesienia jakości oferowanych usług. Wymagać to będzie zwiększenia nakładów kapitałowych. Internet w praktyce nie podlega żadnym regulacjom, dzięki czemu stanowi dobre pole gry dla zagranicznych i krajowych

przepływów inwestycyjnych. Obecnie dopiero wkraczamy w drugą fazę gwałtownego wzrostu, konieczne jest zatem zapewnienie stosownej infrastruktury. Jakie przeszkody występują na drodze do upowszechniania technologii B2C? Po pierwsze, brak systemu płatności (jak wspomniano wcześniej, główne karty kredytowe nie są w Rosji w powszechnym użyciu) oraz niska wiarygodność handlowców. Zbyt często dochodzi do nadużyć, co odstrasza potencjalnych nabywców. Dominującą formą płatności jest „płatne gotówką przy odbiorze”. Wiodący serwis płatności on-line Cyberplatt nie przekracza kwoty 1 mln USD miesięcznie. Ogólna kwota transakcji on-line wzrasta jednak miesięcznie o 20-30% (UFG Research, 2000). W tym kontekście należy pilnie modernizować instytucje rynkowe, co wiąże się z poważnymi nakładami finansowymi, a nie jest to wyłącznie kwestia natury handlowej. Konieczne jest wsparcie ze strony władz lokalnych i federalnych, a także instytucji międzynarodowych.

Rosyjski rynek reklamy internetowej osiągnął w 2000 roku kwotę 2-4 mln USD (PriceWaterhouseCoopers) lub 5 mln USD (Arthur Andersen). Stanowi to 0.6% PKB (w USA – 2%). Najważniejsze firmy zamieszczające reklamy to Intel, Microsoft, Compaq, Hewlett Packard oraz inne firmy z branży informatycznej (ponad 65% w 2000 roku²). Oczekuje się, że rynek reklamy internetowej wzrośnie do poziomu 378 mln USD w 2008 roku.

W każdym bądź razie, pozytywnym zjawiskiem jest jednoczesne i niezależne wdrażanie technologii B2C przez wielu przedsiębiorców na terenie całego kraju. W perspektywie długofalowej jest to bardzo obiecująca tendencja. Poza tym, nie ma konieczności zastanawiania się, w jaki sposób rozpocząć ten proces – tak, jak to miało miejsce 10 lat temu w przypadku instytucji wolnorynkowych. Obecnie główny problem polega na tym, w jaki sposób przyspieszyć i upowszechnić ten proces, bazując na aktualnej „pozycji wyjściowej”.

Pozytywny jest także fakt, że handel elektroniczny jako rynek lokalny nie jest jeszcze kontrolowany przez jakąkolwiek wielką korporację i nadal rozwija się jako otwarta dla każdego wolna społeczność. Choć z trudem, jednak można wyobrazić sobie alternatywny scenariusz, w którym sektor B2C jest pod całkowitą kontrolą wielkich graczy lub rządu, pomimo „genetycznej” otwartości i elastyczności mediów internetowych. Niestety, sytuacja taka miała miejsce w Rosji w przypadku telekomunikacji oraz wielu innych dziedzin gospodarki.

3. Sektor B2B: potrzeba bodźca zewnętrznego

Konkretne trudności w skutecznym upowszechnianiu technologii handlu elektronicznego w sektorze B2B to:

- brak motywacji,
- monopolizacja rynku i korupcja,
- szerokość pasma telekomunikacyjnego,
- przestarzały system podatkowy.

Zgodnie z naszymi szacunkami, tylko jeden na dwudziestu dyrektorów przedsiębiorstw uważa handel elektroniczny za potężne narzędzie do zwiększania poziomu sprzedaży i zysków. Liczba ta jest znacznie niższa niż w wielu innych krajach. Rosyjski przemysł nie wykorzystuje tego źródła wzrostu, pozostając w praktyce poza globalnym rynkiem elektronicznym. Dyrektorów

² Dengi (Money), nr 14, maj 2000.

przedsiębiorstw niezbyt pociąga oczywista perspektywa krótkoterminowych korzyści – możliwości docierania do szerszego kręgu nabywców oraz dostawców spoza lokalnego środowiska ekonomicznego. Korzyść długofalowa – zdolność konkutowania na rynkach światowych – również nie jest dla nich zbyt atrakcyjna.

Wydaje się, że obecne pokolenie dyrektorów przedsiębiorstw nie jest w stanie pokonać barier mentalnych, nawet przy pomocy licznych programów edukacyjnych w zakresie handlu elektronicznego, realizowanych na terenie całego kraju. Co więcej, koncepcja handlu elektronicznego klóci się zdecydowanie ze sztucznym ustalaniem cen oraz nadużywaniem dominującej pozycji na rynku. Różnicy tej nie da się przełamać wyłącznie metodą edukowania. Jest to moment krytyczny, w którym należy zastosować nowe metody. Według nas, sektor B2B zdecydowanie wymaga podjęcia specjalnych działań, które stanowiłyby element polityki gospodarczej. Centralnym elementem mechanizmu handlu elektronicznego B2B w obecnym środowisku ekonomicznym w Rosji powinny być aukcje i giełdy internetowe.

Nasza propozycja jest następująca. Władze federalne lub lokalne powinny zobligować wszystkich producentów konkretnych towarów do sprzedaży poważnej części ich produkcji za pośrednictwem ogólnie dostępnych aukcji i giełd internetowych. Korzyści wynikające z takiego rozwiązania będą następujące:

1. Zapobieganie sztucznemu ustalaniu cen. Główni sprzedawcy powinni stopniowo tracić swą potęgę rynkową, stając się "stronami akceptującymi dane ceny".
2. Obniżenie kosztów agencji – wydatków związanych z rozbieżnymi interesami dyrektora oraz udziałowców. Rosyjskie przedsiębiorstwa ponoszą znaczne straty, ponieważ wielu dyrektorów wypompuje z nich majątek poprzez nieuczciwe ceny transferowe. Proceder ten jest niemożliwy w warunkach, gdy wszystkie transakcje są jawne i oparte na zasadach konkurencyjności.
3. Brak przeszkód natury technicznej dla jednoczesnego i szybkiego wprowadzania tej technologii na wszystkich skorumpowanych rynkach lokalnych. Technika ta sprawdziła się w ciągu 2-3 lat w USA (np. rynek energetyczny w Kalifornii) i innych krajach.
4. Jak wykazuje powszechna praktyka, technologia ta obniży ceny na rynkach lokalnych o 5-10%.
5. Pozwoli to na wyeliminowanie niezliczonych pośredników za pomocą regulatorów ekonomicznych, które są znacznie skuteczniejsze niż działania policji kryminalnej. Należy postrzegać to jako unikalną szansę na ograniczenie wpływów potężnych grup społecznych, które hamują reformy rynkowe. Eliminowanie tych grup metodami biurokratycznymi byłoby bardzo długotrwałym procesem.
6. Ograniczenie wydatków marketingowych oraz umożliwienie dyrektorom przedsiębiorstw skoncentrowania się na kwestiach wydajności produkcji oraz nowinkach technicznych.
7. Ustalenie uczciwych cen będzie odpowiednim sygnałem cenowym dla planowania produkcji i wprowadzania nowych technologii. Doprowadzi to do zintensyfikowania wolnej konkurencji w ramach przedsiębiorstw oraz zwiększenia wydajności produkcji.

8. Uczciwe ustalanie cen powinno zapobiec inflacji, bez uciekania się do narzędzi monetarnych, co jest znacznie bardziej korzystne z punktu widzenia długofalowego wzrostu gospodarczego.
9. Wspieranie zwiększania dochodów klientów poprzez poprawienie zdolności monitorowania łańcuchów dostaw. Zredukuje to koszty utraconych dochodów, czas potrzebny na wprowadzenie nowych produktów, koszty fakturowania, itp.

Aukcje internetowe obniżą bardzo wysokie koszty transakcji w gospodarce rosyjskiej. W praktyce wiele przedsiębiorstw na terenie całego kraju ma poczucie odizolowania nie tylko od rynków światowych, ale również innych regionów w Rosji. Nie są w stanie uzyskać uczciwych cen na swoją produkcję oraz nabywane surowce.

Lokalne giełdy elektroniczne powinny przede wszystkim handlować elektrycznością, gazem, ropą naftową oraz innymi produktami związanymi z energetyką. Istnieją ku temu cztery podstawowe powody. Po pierwsze, w większości przypadków ceny te są nieuczciwe. Niektórzy nabywcy przepłacają za energię, inni otrzymują ją za darmo. Po drugie, rynek ten jest skorumpowany. Po trzecie, nieuczciwe ceny stanowią błędne sygnały dla polityki w zakresie wydajności energetycznej (spżycie energii na jeden dolar PKB w Rosji jest trzykrotnie wyższe niż w krajach rozwiniętych). Po czwarte, nieuczciwe ceny powodują kryzysy energetyczne w wielu regionach Rosji.

Naszym zdaniem, niezbędna jest decyzja polityczna, która uruchomiłaby cały proces. Nawet w USA, w warunkach dojrzałej gospodarki rynkowej, wiele giełd elektronicznych powstało w wyniku decyzji lokalnych władz stanowych, ponieważ jest to inwestycja infrastrukturalna, która w normalnych warunkach nie może być zrealizowana wyłącznie przez sektor prywatny.

Ważne jest, że władze i opinia publiczna mogą w łatwy sposób monitorować tempo upowszechniania tej technologii oraz jej wydajność, ponieważ wszystkie transakcje, średnie ceny oraz wolumen obrotów mogą być bezpłatnie udostępniane i analizowane.

Takie aukcje internetowe pod nadzorem władz lokalnych powinny odegrać rolę “katalizatora przemian” oraz doprowadzić do pojawienia się całkowicie prywatnych giełd internetowych oraz złożonych rozwiązań B2B w zakresie handlu i zamówień elektronicznych.

Wspomniane wyżej aukcje i giełdy staną się punktami krystalizacji oraz przyciągną małe przedsiębiorstwa jako podwykonawców. Na nowoczesnym rynku elektronicznym bardzo wydajnym rozwiązaniem jest umożliwienie małym dostawcom przez wielkie korporacje (np. Microsoft, Ford, itp.) umieszczania swoich ofert bezpośrednio na stronie internetowej danej korporacji. Zaostrza to znacznie konkurencję cenową i jest korzystne dla obu stron. W obecnej sytuacji w Rosji jest to jednak niemożliwe i potrzeba – według naszych szacunków – 3-5 lat, by rozwiązanie to zyskało na popularności. Jednocześnie zaś, z technicznego punktu widzenia, jest to niedrogi dodatek.

Najlepsze rezultaty gwarantuje stworzenie stosunków B2B w wielu łańcuchach wartości dodanej. Łatwa koordynacja decyzji w tych łańcuchach stanowi klucz do ograniczania zapasów oraz przyspieszenia cyklu produkcyjnego. Zmieniłoby to w poważny sposób krajobraz ekonomiczny.

Przykładem godnym naśladowania jest przemysł komputerowy, który przeszedł przez to w 1999 roku, po wejściu w życie nowych procedur dostosowawczych, możliwych dzięki technologiom handlu elektronicznego. Doprowadziło to do skrócenia okresów realizacji oraz ograniczenia kosztów produkcji w całej branży. Taki skutek może mieć w Rosji decydujące znaczenie. Nasze badania wykazują, że cykl produkcyjny w rosyjskim sektorze półprzewodników wynosi około 8 tygodni, choć ogólna suma wszystkich operacji to zaledwie 10 dni. Oznacza to, że półprodukty oczekują na przetworzenie przez 80% całego czasu! Jest to śmieszne z punktu widzenia nowoczesnych technologii, jednak możliwe do wyeliminowania bez poważnych nakładów inwestycyjnych – głównie za pomocą odpowiednich technologii komputerowych.

W 2001 roku handel elektroniczny B2B w Rosji rozwinie się w dwu kierunkach. Po pierwsze, w kierunku uruchomienia dużych projektów internetowych w stylu lokalnych giełd elektronicznych, które wymagają poważnych nakładów inwestycyjnych oraz wsparcia z zewnątrz. Po drugie, w kierunku upowszechniania bardzo prostych stron internetowych, oferujących każdej firmie taną obecność w Internecie. Tego rodzaju działalność odbywa się bez jakiegokolwiek wsparcia lub nadzoru, jednak jej skutki mają mniejsze znaczenie.

Wyróżniamy dwie fazy handlu elektronicznego B2B. Pierwsza faza przyczynia się przede wszystkim do ograniczenia kosztów marketingowych, co jest szczególnie pożyteczne dla firm rosyjskich, które dopiero co wchodzi w tę fazę. Najlepsze rezultaty osiągane są w drugiej fazie, w której firmy przechodzą do koordynowania swych decyzji produkcyjnych. Umożliwia to znaczne ograniczenie zapasów, skrócenie okresów przetwarzania, ograniczenie bieżących potrzeb kapitałowych oraz innych kosztów. Ta bardziej złożona forma handlu elektronicznego B2B jest zjawiskiem bardzo nowym dla przedsiębiorstw rosyjskich.

Handel elektroniczny B2B może być również postrzegany jako inkubator dla małych przedsiębiorstw, które odgrywają decydującą rolę w budowaniu instytucji wolnorynkowych oraz przyczynianiu się do wzrostu gospodarczego. Elektroniczne środowisko ekonomiczne jest dla małych przedsiębiorstw bardziej przewidywalne, ponieważ umożliwia im nawiązywanie wzajemnych, długofalowych związków oraz uczciwe konkurowanie przy pozyskiwaniu kontraktów ze strony wielkich korporacji. Mechanizm ten jest popularny w krajach rozwiniętych, stanowiąc bardzo efektywną formę działalności gospodarczej w warunkach, gdy wielkie korporacje (Sony, Hitachi, itp.) oferują przetargi oraz inne schematy konkurencyjne na swych stronach internetowych oraz współpracują z najlepszymi małymi przedsiębiorstwami – podwykonawcami. Jest to korzystne dla obu stron. Pierwsze przykłady tych form powinny pojawić się na początku 2002 roku w rosyjskim przemyśle samochodowym.

Zakładamy, że w Rosji rząd federalny lub władze lokalne powinny odegrać kluczową rolę w sektorze B2B. Jak podkreśliśmy powyżej, rząd powinien występować jako główna siła napędowa w procesie budowania instytucji rynkowych, szczególnie zaś najpotężniejszego narzędzia – aukcji internetowych. Wprowadzanie aukcji elektronicznych w Rosji napotyka na wiele trudności, wynikających przede wszystkim z oporu biurokratów. Ta grupa społeczna najwyraźniej straci na znaczeniu wraz z upowszechnieniem aukcji internetowych. Obecnie obowiązujący system zamówień rządowych bardzo rzadko wykorzystuje publiczne aukcje i przetargi, zaś brak jawności otwiera szerokie możliwości w zakresie sztucznego ustalania i

manipulowania cenami. Zgodnie ze standardami UE, zagraniczni uczestnicy powinni mieć takie same prawa, jak lokalni nabywcy i sprzedający.

Złożone formy handlu elektronicznego B2B wymagają transferu technologii. Z naszego punktu widzenia, najbardziej realistyczne byłoby uwzględnienie takiego transferu jako znacznej części inwestycji zagranicznych. Rosja dysponuje jednak znacznie mniejszym udziałem przedsiębiorstw z kapitałem zagranicznym (jedynie ok. 1%), w porównaniu z 30% we Francji oraz 66% w Irlandii. Powszechnie wiadomo, że firmy zagraniczne dwukrotnie więcej na badania i rozwój. Konieczne są ponadto bezpośrednie inwestycje zagraniczne w infrastrukturę handlu elektronicznego B2B. Byłby to najlepszy sposób na promowanie reform rynkowych w Rosji, a jednocześnie tworzenie ogromnego rynku dla eksportu zaawansowanych technologicznie produktów z USA i Europy. Punktami wyjściowymi oraz "katalizatorami przemian" będą zaś wspomniane przez nas wcześniej lokalne giełdy elektroniczne.

1. Elektroniczny rynek papierów wartościowych: brakujący element

Rosyjski rynek kapitałowy jest nie tylko polem upowszechniania nowych technologii handlu elektronicznego, ale również czynnikiem pobudzającym rozwój handlu elektronicznego.

Niestety, w Rosji nie istnieje specjalna giełda dla przedsiębiorstw typu NASDAQ, reprezentujących branże zaawansowane technologicznie. Ten rodzaj giełdy papierów wartościowych odgrywa specyficzną rolę w akumulacji i alokacji kapitału pomiędzy przedsiębiorstwami zajmującymi się handlem elektronicznym. Wiadomo, że inwestowanie w przedsiębiorstwa jest 3-5-krotnie bardziej efektywne niż inwestowanie w projekty. Giełda papierów wartościowych dla przedsiębiorstw reprezentujących branże zaawansowane technologicznie odgrywa kluczową rolę w rozwoju Nowej Gospodarki. Państwa europejskie, w których inwestycje w przedsiębiorstwa przekroczyły poziom 20 mld USD, dokonały ogromnego postępu w tej dziedzinie.

W tym celu konieczne jest stworzenie w Rosji nowoczesnej infrastruktury rynku papierów wartościowych. Główną przyczyną braku kapitału w gospodarce rosyjskiej (całość inwestycji zagranicznych nie przekracza kwoty 10 mld USD rocznie) jest niewydolność instytucji rynku papierów wartościowych oraz stosownych regulacji prawnych. Gwarancje własności nie są wystarczające w nowych warunkach. Pozbawione autoryzacji rozdrabnianie akcji stało się w Rosji zjawiskiem powszechnym, co jest wyjątkowo niekorzystne dla zagranicznych udziałowców. Rosyjskie giełdy papierów wartościowych cechuje śmiesznie mały poziom obrotów (średnio poniżej 20 mln USD dziennie), który nie przyciąga poważnych inwestorów. Akcje są w zasadzie niełatwe do upłynnienia, zaś "jawność" informacyjna przedsiębiorstw praktycznie nie istnieje. Rosyjskie giełdy papierów wartościowych odegrały dominującą rolę w procesie prywatyzacji w pierwszej połowie lat 90-ych, jednak obecnie nie są w stanie wypełniać swych funkcji w warunkach Nowej Gospodarki, tj. koncentrować kapitał na najważniejszych i najbardziej nowoczesnych kierunkach. Lokalne przedsięwzięcia internetowe wymagają transferów kapitału oraz inwestycji, które mogą być udostępnione z funduszy przedsiębiorstw oraz za pośrednictwem międzynarodowych instytucji finansowych.

Infrastruktura kapitałowa uległa gwałtownej deformacji w ciągu ostatnich 10 lat, w związku z masowymi przypadkami kradzieży i przesuwania kapitału na cele nieprodukcyjne. Stało się tak ze względu na brak kontroli ze strony udziałowców. Co więcej, większość społeczeństwa nadal nie dysponuje żadnymi udziałami, ograniczając się do sprzedaży siły roboczej. W USA natomiast ponad połowa społeczeństwa dysponuje udziałami oraz opcjami akcyjnymi. Sytuacja ta nie stwarza wystarczającej motywacji do wyteżonej pracy, niezbędnej w warunkach nowoczesnej gospodarki. Ponadto, kontrola ze strony udziałowców nadal pozostawia wiele do życzenia.

W celu usunięcia przeszkód dla kształtowania Nowej Gospodarki konieczne jest zatem umożliwienie osobom prywatnym oraz zagranicznym i lokalnym inwestorom instytucjonalnym łatwego dostępu do rosyjskich elektronicznych rynków papierów wartościowych. Może to przybrać formę wspólnych przedsięwzięć z zachodnimi partnerami oraz powinno być postrzegane przez instytucje międzynarodowe jako absolutny priorytet.

Ważną cechą elektronicznych rynków papierów wartościowych jest jawność informacji na temat przedsiębiorstw, dostępnych dla inwestorów. Nowoczesna technologia umożliwia łatwe spełnienie tego wymogu. Podobnie jak w innych krajach (np. www.free-edgar.gov), wszystkie spółki publiczne powinny być prawnie zobligowane do przedkładania za pomocą poczty elektronicznej kwartalnych sprawozdań. Z drugiej strony, taka baza danych musi być dostępna za pośrednictwem Internetu dla analityków i opinii publicznej. Pozwoli to wyeliminować nadużycia oraz poprawić efektywność decyzji inwestycyjnych. Rozwiązania te nie wymagają znacznych nakładów kapitałowych, potrzebna jest natomiast decyzja polityczna. Rosyjska rzeczywistość podąża jednak w przeciwnym kierunku. Brak scentralizowanych zbiorów lub baz danych. Nadal bardzo trudno uzyskać informacje na temat jakichkolwiek przepływów kapitałowych lub podjętych decyzji inwestycyjnych.

2. Misja rządu oraz integracja z rynkami międzynarodowymi

We wszystkich krajach archaiczna mentalność oraz słabe rozumienie instytucji wolnorynkowych prowadzi do braku możliwości realizowania zasad "Nowej Gospodarki" oraz ogólnej stagnacji.

Wyróżnić można następujące pozytywne skutki makroekonomiczne upowszechnienia handlu elektronicznego. Po pierwsze, technologie handlu elektronicznego powinny być postrzegane jako narzędzie służące obniżaniu kosztów transakcji oraz podnoszeniu konkurencyjności rosyjskiej gospodarki, co ma kluczowe znaczenie dla długofalowego wzrostu gospodarczego. Ograniczone możliwości konkurowania na rynkach światowych stanowią najsłabszy punkt rosyjskich przedsiębiorstw. Przeprowadzona niedawno prywatyzacja nie rozwiązała tego problemu, ponieważ omyłkowo pomijała kwestię ustanowienia właściwych instytucji rynkowych, które nie mogą pojawić się i rozwijać bez pomocy z zewnątrz. Uważamy, że handel elektroniczny stanowi dla Rosji drugą szansę na przejście do modelu post-industrialnego społeczeństwa wolnej konkurencji.

Po drugie, handel elektroniczny może stanowić poważną, pozamonetarną przeciwwagę dla inflacji. Technologie handlu elektronicznego (np. aukcje internetowe) przyczyniają się do ujednoczenia dystrybucji potęgi rynkowej oraz ograniczenia zjawiska arbitralnego podnoszenia cen przez sprzedających. W tym kontekście handel elektroniczny wpływa w decydujący sposób

na stabilizację cen, która jest poważnym czynnikiem umożliwiającym wzrost rosyjskiej gospodarki.

Naszym zdaniem, obecna sytuacja w Rosji przypomina koniec XIX wieku, kiedy to zbudowano ogromną sieć kolei żelaznych łączących najbardziej odległe zakątki kraju. Doprowadziło to do wzajemnego połączenia odizolowanych wcześniej rynków lokalnych. W rezultacie doszło do znaczącej obniżki cen oraz zmiany wzajemnych relacji między przedsiębiorstwami.

Ogromna większość rosyjskich przedsiębiorstw ma trudności z dostosowaniem się do warunków Nowej Gospodarki, przede wszystkim z dopasowaniem panującej w przedsiębiorstwach kultury do szybszego tempa oraz zrozumieniem korzyści wynikających z nowych technologii. Ponadto, w Rosji nie przyjęto jeszcze ustawy regulującej kwestie związane z handlem elektronicznym.

Niestety, kwestia ta nie jest traktowana priorytetowo przez rząd federalny i władze lokalne. Jak dotąd, brak jakiegokolwiek deklaracji lub inicjatywy na najwyższym szczeblu, tak jak to miało miejsce w USA czy Unii Europejskiej. Jednocześnie zaś infrastruktura handlu elektronicznego dość szybko staje się nieodłącznym elementem wszystkich nowoczesnych instytucji rynkowych. Dlaczego rosyjski rząd powinien wspierać handel elektroniczny?

Po pierwsze, wiele kapitałochłonnych instytucji rynkowych nie można budować na czysto komercyjnych zasadach, albowiem projekty te nie są na tyle zyskowe. Infrastruktura handlu elektronicznego jest tak zwanym dobrem publicznym, przynoszącym korzyści całemu społeczeństwu, dlatego też zasługuje na odpowiednie wsparcie.

Po drugie, w Rosji funkcjonują potężne grupy społeczne, w których interesie leży nadużywanie dominującej pozycji na rynku oraz sztuczne ustalanie cen. Z naszego punktu widzenia, jedynie rząd federalny i rządy lokalne są w stanie przeciwstawić się tym interesom.

Po trzecie, rząd powinien podjąć aktywne działania w celu maksymalnego wykorzystania okresu najbliższych 3-5 lat na radykalne unowocześnienie instytucji rynkowych, co jest niezbędne dla zapewnienia długofalowego, szybkiego wzrostu gospodarczego.

Handel elektroniczny jest korzystny dla większości podmiotów gospodarczych: kupujący skorzystają na obniżeniu cen, zaś sprzedający na ograniczeniu kosztów marketingowych oraz podniesieniu poziomu sprzedaży. W zasadzie potrzebny jest jedynie początkowy bodziec ze strony rządu.

Z praktycznego punktu widzenia, rosyjski rząd powinien określić rynki krytyczne, na których obowiązują wyjątkowo nieuczciwe ceny oraz nadmierne zyski monopolistyczne. Są to przede wszystkim rynki zasobów naturalnych – ropy naftowej, gazu ziemnego oraz innych nośników energii. Bardzo obiecująco zapowiadają się pierwsze działania podjęte już przez rząd federalny – aukcje na kontyngenty eksportowe ropy naftowej.

Inną przeszkodą uzależnioną od polityki rządu jest słaby poziom (pod względem ilości linii oraz dostępnych zakresów) telekomunikacji na terenie całego kraju, choć rynek ten oceniano w 1999 roku na 3 mld USD. W Rosji telefony komórkowe posiada 1.3 mln osób, zaś na 100 obywateli przypada 19 telefonów stacjonarnych (w USA – 64). Słaby rozwój telekomunikacji jest jeszcze

bardziej widoczny w sieciach bezprzewodowych. Naszym zdaniem, rosyjskie Ministerstwo Telekomunikacji popełnia poważny błąd preferując standard GSM, a ignorując niemal całkowicie inne standardy – CDMA, itp., znacznie bardziej obiecujące z punktu widzenia bezprzewodowego dostępu do Internetu, a zwłaszcza handlu elektronicznego za pośrednictwem telefonów komórkowych.

Niektóre obowiązujące zasady księgowania również negatywnie wpływają na wzrost handlu elektronicznego. Może się to wydawać śmieszne, jednak w Rosji majątek związany z Internetem – oprogramowanie, bazy danych, strony internetowe, itp. – podlegają amortyzacji dopiero po dwudziestu latach, podobnie jak budynki oraz inne środki trwałe. Owa absurdalna regulacja przynosi powoduje poważne szkody, stanowiąc w praktyce formę dodatkowego opodatkowania przedsięwzięć internetowych!

Rząd, przy pomocy organizacji międzynarodowych, powinien zbudować odpowiednie instytucje rynkowe, zapobiegające sztuczemu ustalaniu cen oraz nadużywaniu dominującej pozycji na rynku. Przyczyniłoby się to w znacznym stopniu do promowania B2B, obniżenia kosztów transakcji, zwiększenia konkurencji oraz przyspieszenia tempa wzrostu gospodarczego. Nawet najbardziej efektywne technologie handlu elektronicznego wymagają bowiem stworzenia odpowiednich warunków do ich przyspieszonego upowszechniania.

Szkielet polityki gospodarczej w tej dziedzinie stanowić powinien Długofalowy Program Federalny, określający cele w zakresie wolumenu implementacji licznych technologii handlu elektronicznego.

Niektóre trudności w rozwoju handlu elektronicznego wynikają ze słabej pozycji Ministerstwa Antymonopolowego Federacji Rosyjskiej. W praktyce ten organ do spraw konkurencji nie dysponuje uprawnieniami umożliwiającymi egzekwowanie ustawy o konkurencji oraz wydawanie decyzji przeciwko przedsiębiorstwom, np. rozbijania firm oraz zapobiegania nadużywaniu dominującej pozycji na rynku. Dlatego też wiele przedsięwzięć prowadzących handel elektroniczny przy próbie wejścia na nowe rynki napotyka na potężną presję ze strony wielkich przedsiębiorstw. Ministerstwo to nie egzekwuje przestrzegania zasad konkurencji w sektorze telekomunikacyjnym, kluczowym dla rozwoju handlu elektronicznego. Dla przykładu – w 2000 roku nowe licencje dla operatorów łączności bezprzewodowej w Moskwie wydano prywatnie, z pogwałceniem zasady otwartej konkurencji.

Ewolucja handlu elektronicznego zakłada swobodny dostęp oraz równe prawa dla zagranicznych nabywców i dostawców. Swobodny dostęp dla zagranicznych przedsiębiorstw przyspieszyłby lokalną konkurencję oraz zmusił rosyjskie przedsiębiorstwa do wdrożenia nowych technologii. Za najwyższy priorytet uznajemy jak największy udział europejskich projektów w dziedzinie handlu elektronicznego. Unia Europejska jest najważniejszym partnerem handlowym Rosji (ponad 1/3 obrotów). Do kryzysu w 1998 roku, Rosja była trzecim co do wielkości partnerem handlowym UE – po USA i Japonii, wyprzedzając jednak Chiny. Stosunki handlowe rozwijają się w oparciu o podpisane w 1994 roku Porozumienie o Partnerstwie i Współpracy (PCA – Partnership and Cooperation Agreement), na mocy którego wymiana handlowa miała mieć charakter liberalny oraz oparty na standardach Światowej Organizacji Handlu (WTO).

Niektóre programy UE można wykorzystać w celu wspierania rozwoju handlu elektronicznego w Rosji. Najważniejszy z nich – program “Tacis” (pomoc techniczna) – przewiduje wydatki rządu 200 mln € rocznie na wspieranie procesu reform ekonomicznych i demokratycznych w Rosji. Z naszego punktu widzenia, program Tacis powinien w znacznie większym stopniu koncentrować się na technologiach handlu elektronicznego. Jednym z podstawowych obszarów zaangażowania Tacis mogłyby być standardowe “gotowych rozwiązaniach w zakresie handlu elektronicznego”.

Współpraca techniczna powinna opierać się na następujących założeniach. Rosyjskie przedsiębiorstwa wolałyby nie opracowywać własnego oprogramowania do obsługi handlu elektronicznego. Zachodnie przedsiębiorstwa mogłyby być natomiast zainteresowane masowym eksportowaniem do Rosji technologii handlu elektronicznego (konsulting, oprogramowanie, sprzęt).

Rosyjski sektor technologiczny – podstawa Nowej Gospodarki – przyniósł w 1999 roku wpływy rządu 2.5 mld USD (szacunkowe dane Brunswick Warburg). Oczekuje się, że w najbliższych latach wpływy gwałtownie wzrosną w związku z usługami internetowymi oraz operacjami online. Istnieją dwa podstawowe kierunki eksportowe dla rosyjskich przedsiębiorstw należących do tego sektora Nowej Gospodarki. Potencjał wzrostu w przypadku eksportu sprzętu jest bardzo ograniczony, ponieważ sprzęt produkowany w Rosji (głównie komponenty elektroniczne) może konkurować wyłącznie na niewielkich, wyspecjalizowanych rynkach (np. mechanizmy do zegarków, mikroukłady do kalkulatorów). Poważnym wyzwaniem jest natomiast eksport oprogramowania oraz usług w zakresie programowania. Niektóre rosyjskie firmy wytwarzające oprogramowanie uzyskują do 30% swych dochodów z tytułu realizacji zamówień zagranicznych. Jednak wartość rosyjskiego eksportu usług w zakresie programowania wynosi zaledwie 70 mln USD, w porównaniu z 4 mld USD w Indiach w 1999 roku (Brunswick Warburg).

Nie jest jeszcze jasne, który model rozwoju handlu elektronicznego wybierze Rosja. Z jednej strony występują przykłady modelu USA, tj. niezależne przedsięwzięcia internetowe. Z drugiej strony zaobserwować można europejskie struktury handlu elektronicznego, w których znane korporacje (przedsiębiorstwa telekomunikacyjne, centra medialne, itp.) tworzą sieć swych filii.

Najpoważniejszym problemem dla przedsiębiorstw czysto internetowych jest kwestia finansowania, ponieważ nie funkcjonuje jeszcze rynek papierów wartościowych dla branż zaawansowanych technologicznie, zaś zachodnie fundusze inwestycyjne unikają rosyjskich przedsięwzięć internetowych ze względu na zbyt wysoki stopień ryzyka politycznego. Dlatego też tak ważne jest, by rosyjskie przedsięwzięcia internetowe opierały się na strukturach, które są w stanie od samego początku wygenerować przepływ gotówki.

Rozważmy następujący przykład. W 1998 roku powstał pierwszy rosyjski detalista zajmujący się sprzedażą książek – Ozon.ru. Oferuje on około 35,000 tytułów książkowych i kaset wideo, głównie w języku rosyjskim. Jego wpływy szacuje się na 120-150 tys. USD miesięcznie. Jest to zbyt niska kwota (przy marży 5-7%), by spłacić początkowe nakłady inwestycyjne lub chociażby pokryć bieżące wydatki.

Ponadto, około 60% nabywców to przedstawiciele społeczności rosyjskojęzycznych zamieszkałych poza Rosją. Przykład ten ukazuje, że obecne zaczątki handlu elektronicznego

opierają się głównie na długofalowej wizji oraz chęci zaistnienia i zdobycia znaczącego miejsca na perspektywnym rynku usług internetowych.

Zakładamy, że w ciągu najbliższych lat sektor usług internetowych w Rosji będzie borykać się z problemami finansowymi do momentu pojawienia się strategicznego zainteresowania tym sektorem ze strony inwestorów zagranicznych. Może to nastąpić, gdy wskaźnik penetracji Internetu przekroczy 5%. Naszym zdaniem, najbardziej praktyczną i efektywną formą pozyskania znaczących inwestycji zagranicznych byłyby spółki z zachodnimi przedsiębiorstwami. Jednak w swej obecnej postaci rosyjskie przedsiębiorstwa zajmujące się handlem elektronicznym nie są zbyt atrakcyjne dla potencjalnych partnerów zachodnich, ponieważ do momentu przekroczenia krytycznego wskaźnika penetracji Internetu, perspektywy wzrostu w ciągu najbliższych kilku lat są bardzo ograniczone.

Bibliografia

1. Grzegorz W. Kołodko. Ten Years of Postsocialist Transition: the Lessons for Policy Reforms. Kozagazdasagi Szemle. 1999.
2. Unlocking Economic Growth in Russia, McKinsey Global Institute, 2000.
3. S.B. Perminov, E.Botwinova. Diffusion of Numerically Controlled Machine Tools in the USSR, In: "Computer Integrated Manufacturing Models, Case Studies and Forecasts of Diffusion", Chapman & Hall, 1992.
4. S.B. Perminov. Information and Market Technologies. In: "Research and Development in Russia", Moscow, Science, 2000.