



---

**Статистическая комиссия****Тридцать третья сессия**

5–8 марта 2002 года

Пункт 7(d) предварительной повестки дня\*

**Мероприятия, не отнесенные к конкретным  
областям: определение и оценка электронной  
торговли****Развитие статистики электронной торговли****Записка Генерального секретаря**

В соответствии с просьбой, высказанной Статистической комиссией на ее тридцать второй сессии\*\*, Генеральный секретарь имеет честь препроводить Статистической комиссии доклады Австралийского статистического бюро, Центрального статистического бюро Канады и Центрального статистического управления Венгрии о работе, проделанной ими в области развития статистики электронной торговли, которые в сочетании с докладами, содержащимися в добавлениях к настоящей записке, должны дать членам Комиссии и национальным статистическим управлениям представление о том, как некоторые страны подходят к определению и оценке электронной торговли. Комиссия, возможно, пожелает принять к сведению работу, описанную в указанных докладах.

---

\* E/CN.3/2002/1.

\*\* См. *Официальные отчеты Экономического и Социального Совета, 2001 год, Дополнение № 4 (E/2001/24)*, глава I, раздел A.

**Доклады Австралийского статистического бюро,  
Центрального статистического бюро Канады и  
Центрального статистического управления Венгрии о  
работе, проделанной ими в области развития  
статистики электронной торговли**

**Содержание**

	<i>Стр.</i>
I. Оценка электронной торговли: опыт Австралийского статистического бюро . . . . .	3
II. Оценка электронной торговли: опыт Канады (Центральное статистическое бюро Канады) . . . . .	17
III. Развитие статистики электронной торговли в Венгрии . . . . .	24

## I. Оценка электронной торговли: опыт Австралийского статистического бюро

### Введение

1. В настоящем документе описывается работа Австралийского статистического бюро (АСБ) в области оценки электронной торговли. Для ознакомления читателей с работой, ведущейся в этой области, в документе вначале кратко описывается деятельность Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) по разработке статистических стандартов оценки электронной торговли. Затем в нем кратко описывается деятельность Австралии по разработке и сбору данных в области статистики электронной торговли и перечисляются важнейшие проблемы, с которыми пришлось столкнуться в ходе этой работы.

### Стандарты ОЭСР в области статистики электронной торговли<sup>1</sup>

2. ОЭСР рассматривает необходимость разработки международных стандартов в области статистики информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) на протяжении ряда лет. По рекомендации, вынесенной министрами на конференции по электронной торговле, проведенной в Оттаве в 1998 году, Рабочая группа ОЭСР по вопросам показателей для информационного общества учредила на своем совещании в апреле 1999 года группу экспертов по разработке определения и оценке параметров электронной торговли. Задача этой группы экспертов заключалась в разработке определений электронной торговли, которые были бы значимыми с точки зрения политики и конструктивными с точки зрения статистики.

### *Определение электронной торговли*

3. Кульминацией работы Секретариата и членов группы экспертов в следующем году была разработка модели, представленной Рабочей группе на ее совещании в апреле 2000 года. В этой модели устанавливались следующие аспекты определения электронной торговли:

- процессы (например, насколько операции в этой области связаны с денежными расчетами или передачей права собственности);
- носитель (коммуникационная инфраструктура);
- участвующие субъекты (например, являются ли они подразделениями или служащими компаний или третьими лицами).

4. Было предложено четыре определения:

- операции в сфере электронной торговли;

---

<sup>1</sup> При подготовке данного краткого описания работы ОЭСР использовались несколько источников, включая подготовленное автором изложение результатов совещаний и обсуждений в тех случаях, когда официальные резюме еще не выпущены или не содержат требуемой подробной информации; в частности, значительная часть сведений, содержащихся в настоящем документе, почерпнута из проведенных недавно в рамках ОЭСР обсуждений, материалы которых не были еще официально опубликованы на момент составления доклада. Соответственно, мнения, изложенные в настоящем документе, не должны рассматриваться как позиция ОЭСР или ее стран-членов.

- предпринимательская деятельность в сфере электронной торговли;
- торговые операции по Интернету;
- предпринимательская деятельность в сфере торговли по Интернету.

5. На своем совещании в апреле 2000 года Рабочая группа постановила продолжить работу над двумя определениями, содержащими понятие операций, при условии, что страны-члены проделают дополнительную работу по разъяснению отдельных аспектов этих определений, таких, как определение коммуникационной инфраструктуры.

6. Благодаря работе, проделанной странами-членами в 2000 — начале 2001 годов, в настоящее время выработаны согласованные широкое и узкое определения операций в сфере электронной торговли: широкое определение охватывает операции в сфере электронной торговли в целом, тогда как узкое определение охватывает лишь электронную торговлю по Интернету.

7. Широкое определение гласит:

Электронная операция — купля-продажа товаров или услуг предприятиями, домашними хозяйствами, физическими лицами, правительствами и другими государственными или частными организациями, осуществляемая по компьютеризированным сетям. Товары и услуги заказываются по этим сетям, однако расчеты за эти товары или услуги и их фактическая поставка могут производиться в онлайн-режиме или традиционными способами.

8. Узкое определение (представляющее собой частный случай широкого определения) гласит:

Операция по Интернету — купля-продажа товаров или услуг предприятиями, домашними хозяйствами, физическими лицами, правительствами и другими государственными или частными организациями, осуществляемая по Интернету. Товары и услуги заказываются по Интернету, однако расчеты за эти товары или услуги и их фактическая поставка могут производиться в онлайн-режиме или традиционными способами.

9. Хотя в настоящее время достигнут разумный консенсус в отношении определения операций в сфере электронной торговли, в области разработки более общей концепции электронной предпринимательской деятельности (определяемой Рабочей группой как особые виды предпринимательской деятельности с использованием Интернета или компьютеризированных сетей) удалось добиться меньшего прогресса. Несмотря на это, Рабочая группа выявила ряд электронных видов предпринимательской деятельности, которые в настоящее время оцениваются в рамках ряда обследований и по которым, соответственно, могут иметься международно сопоставимые данные, включая:

- получение и совершение онлайн-платежей за товары и услуги;
- осуществление в онлайн-режиме других финансовых операций, таких, как электронные банковские операции;
- цифровая доставка и получение продукции;
- маркетинг и реклама;

- использование онлайн-баз данных.

#### *Оценка электронной торговли*

10. Параллельно с разработкой определения электронной торговли секретариат ОЭСР предложил широкую модель оценки электронной торговли, предусматривающую следующие этапы:

- готовность к электронной торговле (или инфраструктура электронной торговли): подготовка технической, коммерческой и социальной инфраструктур, необходимых для обеспечения электронной торговли;
- интенсивность электронной торговли: активность, физический и стоимостной объемы и характер операций в сфере электронной торговли;
- влияние электронной торговли: оценка отдачи от электронной торговли с точки зрения повышения эффективности и создания новых источников богатства. Такая оценка может производиться на микро- или макроэкономическом уровне.

11. На своем совещании в апреле 2000 года Рабочая группа рассмотрела проделанную работу и утвердила модель оценки. Рабочая группа попыталась определить набор ключевых показателей электронной торговли для каждого этапа, предусмотренного в указанной модели, однако из-за проблем с оценкой договорилась на первых порах ограничиться предлагаемыми показателями для первых двух этапов: готовности к электронной торговле и интенсивности электронной торговли.

12. На своем совещании в 2001 году Рабочая группа приняла решение о комплексе ключевых показателей в сфере электронной торговли для предприятий и домашних хозяйств, по которым должны собираться данные. Первоначальный сбор данных по этим ключевым показателям был проведен в июне 2001 года, и некоторые из полученных данных были включены в издание ОЭСР "Science, Technology and Industry Scoreboard: Towards a Knowledge-based Economy" («Табло науки, техники и промышленности: на пути к наукоемкой экономике») (опубликовано в сентябре 2001 года).

13. Сбор данных будет продолжаться на скользящей основе для построения структурированной базы данных по статистике электронной торговли, которую можно будет использовать в других публикациях ОЭСР. Ожидается, что ключевой набор показателей претерпит определенные изменения по мере накопления опыта работы с этими данными.

#### **Работа, проделанная Австралией в области оценки электронной торговли**

14. С 1994 года АСБ собирает данные об использовании информационных технологий (ИТ) домашними хозяйствами и физическими лицами, предприятиями и правительственными органами. С годами круг собираемых данных менялся: если раньше первоочередное внимание уделялось использованию компьютеров, то сейчас возросло значение данных об использовании Интернета, элементах веб-сайтов и торговле по Интернету.

15. До сих пор основное внимание в области оценки электронной торговли в Австралии уделялось торговым операциям по Интернету, а не по другим компьютеризированным сетям. Ожидается, что в будущем проводимые АСБ об-

следования использования технологий предприятиями будут расширены для сбора подробной информации обо всех видах электронной торговли, таких, как использование электронного обмена данными (ЭОД) на базе сетей, не связанных с Интернетом.

*Обследования использования технологий домашними хозяйствами*

16. В феврале 1994 года и в каждом квартале 1996, 1998, 1999 и 2000 годов в рамках монитора демографических обследований АСБ (МДО) проводились ежеквартальные обследования использования технологий домашними хозяйствами. МДО, проведение которого было прекращено в конце 2000 года, представлял собой всеобъемлющее обследование домашних хозяйств и предусматривал ежеквартальный сбор информации по целому ряду тем среди немногим более 3000 домашних хозяйств. Начиная с 2001 года вопросы использования технологий домашними хозяйствами включены в существующие ежегодные обследования домашних хозяйств. МДО и последующие ежегодные обследования предусматривают сбор информации об использовании ИТ домашними хозяйствами путем проведения личных опросов включенных в случайную выборку взрослых членов семей.

17. Данные, собираемые по домашним хозяйствам, охватывают ряд тем, касающихся использования компьютеров, Интернета и других технологий. Кроме того, собираются данные о пользовании отдельными взрослыми членами семей компьютерами и Интернетом дома, на работе и в других местах; подробная информация о совершаемых ими по Интернету покупках; факторах, препятствующих покупкам по Интернету; электронных финансовых операциях и работе из дома.

18. В рамках обследований домашних хозяйств, проводившихся с 1999 по 2002 годы, взрослым членам семей, включенным в случайную выборку, задавались вопросы о торговых операциях по Интернету. Опрашиваемым предлагалось ответить на следующие вопросы, формулировка которых в разные годы практически не менялась:

- Осуществляли ли Вы в последние 12 месяцев покупку или заказ товаров или услуг по Интернету для собственного личного потребления?
- Осуществляли ли Вы покупку или заказ товаров или услуг из Австралии или из-за рубежа? (*из Австралии, из-за рубежа, обе категории*)
- Производили ли Вы оплату товаров или услуг в онлайн-режиме?
- Сколько всего Вы примерно заплатили за товары и услуги, приобретенные по Интернету, в последние 12 месяцев? (*альтернативные диапазоны расходов в австралийских долларах*)
- Сколько Вы примерно заплатили в онлайн-режиме за товары и услуги, приобретенные по Интернету, в последние 12 месяцев? (*альтернативные диапазоны расходов в австралийских долларах*)
- Сколько раз Вы приобретали товары и услуги по Интернету в последние 12 месяцев? (*число*)
- Какого рода товары и услуги Вы приобретали по Интернету в последние 12 месяцев? (*приводится список товаров и услуг*)

- (Начиная с 2000 года) Назовите главную причину, по которой Вы не приобретаете товары или услуги для собственного личного потребления (*приводится список причин*)
- (Начиная с 2000 года) Совершали ли вы в последние 12 месяцев операции купли-продажи акций по Интернету?
- Использовали ли Вы в последние три месяца Интернет для оплаты счетов, перевода средств и т.д.?

#### *Обследование использования технологий предприятиями*

19. АСБ проводило общеэкономические обследования использования ИТ предприятиями, использующими наемный труд, в 1993–1994 годах, 1997–1998 годах, 1999–2000 годах и 2000–2001 годах. В обозримом будущем обследования использования технологий предприятиями будут проводиться ежегодно. Обследования охватывают все предприятия, использующие наемный труд, в Австралии, за исключением предприятий, занимающихся сельским, лесным и рыбным хозяйством, органов государственного управления и военных ведомств, а также учебных и религиозных организаций. Данные об использовании ИТ фермерами собираются благодаря включению соответствующих вопросов в ежегодно проводимые АСБ обследования сельскохозяйственных товарных производителей.

20. Главное место в проведенном в 1993–1994 годах обследовании использования технологии предприятиями занимали вопросы, касающиеся использования компьютеров, и доходов, расходов и занятости в связи с ИТ. В ходе обследования 1997–1998 годов был собран более широкий круг данных, причем основной упор впервые был сделан на использовании предприятиями Интернета, включая подробную информацию о совершении операций/использовании услуг по Интернету и о факторах, препятствующих доступу в Интернет. Была также предпринята попытка собрать данные о стоимостном объеме продаж по Интернету.

21. Обследование 1999–2000 годов было гораздо шире предыдущих двух обследований и охватывало 15 500 предприятий. В ходе этого обследования вновь собиралась информация о стоимостном объеме продаж по Интернету, причем использовалось следующее определение: «Заказы в онлайн-режиме, полученные по Интернету, вне зависимости от метода поставки или платежа». Был исключен ряд вопросов, фигурировавших в предыдущих обследованиях (например, поступления и расходы в связи с ИТ и число сотрудников, занимающихся ИТ), и добавлен ряд новых вопросов (например, вопросы о веб-сайтах и их использовании).

22. В рамках обследования 2000–2001 годов было опрошено около 14 000 предприятий, причем многие из вопросов фигурировали и в обследовании 1999–2000 годов. Главное различие между этими обследованиями заключалось в изменении подхода к оценке стоимостного объема торговых операций по Интернету, что было сделано для упрощения решения концептуальных проблем и вопросов отчетности, поднятых агентами и посредниками, такими, как организации по предоставлению финансовых услуг (вопрос заключался в том, должны ли они представлять отчетность о стоимостном объеме продаж/операций или о стоимостном объеме комиссии/сборов, полученных за эти

продажи, и т.д.). В рамках обследования 2000–2001 годов использовавшаяся ранее концепция «стоимостного объема заказов» была заменена концепцией «обусловленного дохода». Под «обусловленным доходом» понимается доход в денежном выражении, обусловленный продажами товаров или услуг по Интернету. Он может выражаться в виде совокупной величины или в виде доли, знаменателем которой является доход (включая доходы от неоперативной деятельности, но исключая единовременные статьи). Это изменение позволило использовать в анкете обобщенный подход ко всем предприятиям вне зависимости от отрасли, к которой они относятся.

23. В обследование 2000–2001 годов были также включены вопросы о преимуществах закупок по Интернету и о влиянии продаж по Интернету.

24. Анкета 2000–2001 годов включала следующие вопросы, касающиеся торговли по Интернету:

- Какие из перечисленных ниже операций осуществляло данное предприятие и какими услугами пользовалось по Интернету в течение года, закончившегося 30 июня 2001 года?

&Операции, связанные с закупкой товаров и услуг:

- заказывало товары и услуги;
- производило электронные платежи/уполномочивало произвести платежи;
- получало счета-фактуры;

&Операции, связанные с продажей товаров и услуг:

- получало заказы на товары и услуги;
- получало платежи/полномочия произвести платежи;
- направляло счета-фактуры клиентам;
- поставляло продукцию в электронной форме;
- обеспечивало послепродажное обслуживание;

&Прочие операции (относящиеся к электронной торговле):

- реклама данного предприятия или его продукции;
  - банковские и финансовые услуги;
  - электронное направление государственных форм, заявок, платежей и т.д.;
- Для каких целей использовался ваш веб-сайт по состоянию на 30 июня 2001 года?
    - реклама собственной продукции предприятия;
    - информация о счетах клиентов;
    - заказ продукции в онлайн-режиме;
    - система автоматизированного формирования и оформления заказа;
    - система контроля за прохождением заказов;



- система совершения платежей в онлайн-режиме;
- программа, обеспечивающая защищенный доступ или операции;
- интеграция с системами инвентаризационного контроля;
- Заказывало ли данное предприятие какие-либо товары и услуги по Интернету или «всемирной паутине» в течение нынешнего финансового периода?
- Обладал ли заказ товаров и услуг по Интернету или «всемирной паутине» какими-нибудь дополнительными преимуществами по сравнению с обычным способом заказа, и если да, то какими? (*перечень преимуществ*)
- Получало ли данное предприятие доход от продажи товаров и услуг, заказываемых по Интернету или «всемирной паутине», в течение данного финансового периода?
- Просьба указать долю доходов от продажи товаров и услуг по Интернету или «всемирной паутине» в совокупном объеме доходов данного предприятия (*вопрос о совокупном доходе фигурирует отдельно*).
- Объясняется ли тот факт, что данное предприятие начало принимать заказы по Интернету или «всемирной паутине», настоятельными требованиями покупателей или клиентов?
- Просьба указать, как способность принимать заказы на товары или услуги по Интернету или «всемирной паутине» сказалась на положении данного предприятия (*перечень позиций, по каждой из которых респондент должен указать характер изменения: уменьшилось, не изменилось, увеличилось или данная позиция неприменима*).

25. Со временем проводимые АСБ обследования использования технологий предприятиями будут меняться с учетом изменения потребностей пользователей в данных, развития международных стандартов и изменений в технологиях и их использовании. В соответствии с этими факторами ожидается, что в обследовании 2001–2002 годов будут включены такие темы, как:

- электронная торговля с использованием средств, отличных от Интернета, например частотность использования таких технологий, как электронный обмен данными;
- используемые технологии защиты ИТ;
- кадровые вопросы в связи с ИТ;
- методы ведения торговли по Интернету с точки зрения продавца (например, при помощи обычной электронной почты, с использованием более совершенных веб-сайтов, через «виртуальные магазины» в Интернете и т.д.);
- целесообразность классификации доходов от операций по Интернету в зависимости от категории клиента (разграничение на межфирменные операции и операции между предприятиями и розничными потребителями).

*Обследования использования технологий органами государственного управления*

26. Обследования использования технологий неспециализированными органами государственного управления проводились в 1993–1994 годах, 1997–1998 годах и 1999–2000 годах. Первые два обследования были построены таким образом, чтобы дополнять результаты обследований использования технологий предприятиями. В отличие от этих обследований, предусматривавших оценку комплекса мероприятий, осуществляемых только органами государственного управления (таких, как передача на внешний подряд и оказание электронных услуг), обследование 1999–2000 годов существенно отличалось от аналогичного обследования предприятий. Обследования использования технологий органами государственного управления охватывают органы государственного управления федерального уровня, уровня штатов/территорий и местного уровня в Австралии.

27. В обследовании органов государственного управления 1997–1998 годов содержались следующие вопросы, касающиеся электронной торговли:

- Какие из следующих функций осуществлялись с использованием Интернета?

&Закупки товаров и услуг:

- размещение заказ-нарядов;
- получение счетов-фактур;
- совершение платежей;

↓Продажи товаров и услуг:

- маркетинговая/рекламная деятельность;
- получение заказов на продажу;
- рассылка счетов-фактур;
- получение платежей;
- координация процедур доставки;

↓Прочие операции:

- электронная почта;
- направление государственных форм/заявок;
- прочее;

↓Предоставление клиентам терминалов для производства платежей путем электронного перевода средств.

28. Хотя многие из этих позиций актуальны для органов государственного управления, ощущалась необходимость в уделении большего внимания видам услуг, которые оказываются правительством в онлайн-режиме. Использование онлайн-услуг потенциально превращает правительство в один из ключевых факторов роста в информационной экономике, а также позволяет правительству повысить эффективность своей собственной деятельности.

29. АСБ разработало свое обследование 1999–2000 годов с учетом указанных потребностей. В результате:

- большое внимание в обследовании органов управления 1999–2000 годов было уделено электронным услугам, предлагаемым правительством, в частности по Интернету;
- к числу этих услуг относились операции по электронной торговле, такие, как способность получать электронные платежи самыми разными средствами (интерактивное устройство с речевым ответом, центры обработки звонков, веб-сайты и т.д.) и способность оформлять заказы в онлайн-режиме через веб-сайт;
- мы также собирали информацию об использовании ряда конкретных технологий, связанных с электронной торговлей, таких, как применение криптографических технологий, а также использование организацией метода онлайн-закупок.

### **Оценка торговли по Интернету: возникшие проблемы**

#### *Проблемы со сбором данных*

30. Оценка торговли по Интернету сопряжена с рядом проблем в области сбора данных, особенно с точки зрения предприятий (данная концепция гораздо проще для домашних хозяйств и физических лиц). Как показывает опыт АСБ, эти проблемы можно резюмировать следующим образом:

- разработка формы для сбора данных, которая учитывала бы разницу в уровнях технической квалификации респондентов, сопряжена со значительными сложностями и предполагает большой объем работ по тестированию. Важно, по возможности, избегать технических формулировок и концепций;
- определение структуры формы для сбора данных может быть сопряжено с проблемами. Наши формы включают позиции об использовании ИТ, начиная с пользования компьютерами и кончая сбытом по Интернету (при этом позиции располагаются по принципу возрастания сложности использования). Важно использовать вопросы-фильтры и тщательно продумывать очередность позиций, чтобы добиться логической последовательности и, по возможности, облегчить труд респондента. Наглядным примером проблем, неизбежно связанных с такими обследованиями, является вопрос об учете предприятий, которые не используют компьютеры. Следует ли их освободить от ответов на все последующие вопросы (как было сделано в обследовании 1999–2000 годов) или оставить в числе респондентов, исходя из того, что они могут использовать другие технологии, такие, как веб-сайты, через третьих лиц (мы руководствовались этой логикой при подготовке обследования 2000–2001 годов)?
- некоторые аспекты электронной торговли по-прежнему встречаются нечасто, и поэтому подготовка надлежащих оценок по этим аспектам требует обширной выборки. Это особенно справедливо в отношении показателей стоимостного объема торговли по Интернету. Например, в рамках обследования 1999–2000 годов наша анкета была разослана почти 15 000 предприятий, однако среднеквадратические ошибки были настоль-

ко велики, что мы смогли с достаточной степенью уверенности опубликовать только совокупный показатель стоимостного объема торговли по Интернету;

- практические методы ведения бухгалтерского учета не всегда совпадают с интересами пользователей статистических данных. Например, пользователей статистических данных сильно интересует соотношение электронной торговли между компаниями и между компаниями и их клиентами из числа физических лиц, однако проведенные нами ограниченные проверки по этому вопросу показывают, что сами предприятия, по-видимому, вряд ли могут разграничить операции с другими компаниями и операции с физическими лицами. Мы рассчитываем вернуться к рассмотрению этого вопроса в ходе сбора данных по предприятиям в 2001–2002 годах;
- концепция доходов, связанных с торговлей по Интернету, нуждается в тщательном осмыслении (см. обсуждение ниже).

31. Ниже излагается дополнительная информация по некоторым из этих вопросов.

32. *Домашние хозяйства и физические лица.* За прошедшие годы в связи с проведением обследований использования технологий домашними хозяйствами возникали лишь несущественные методологические вопросы. Сравнительно небольшие размеры ежеквартальной выборки, как правило, ограничивали круг получаемых ежеквартально результатов основными сводными показателями. Как представляется, у респондентов не возникает серьезных проблем, связанных с тем, что при ответе на вопросы они не могут вспомнить, что они делали последние 12 месяцев, включая вопросы о стоимостном объеме операций в сфере торговли по Интернету, задаваемые включенным в выборку взрослым членам семей. Вполне возможно, что указанную потенциальную проблему удалось отчасти снять благодаря тому, что в ответах на вопросы о расходах респондентам предлагалось выбрать диапазон. Вполне возможно также, что число случаев, когда респонденты не могут ответить на вопросы по причине забывчивости, будет возрастать по мере того, как покупки по Интернету станут более распространенным явлением (и поэтому каждая такая покупка станет менее запоминающейся).

33. *Предприятия.* В рамках обследования 1997–1998 годов главные проблемы в связи с позициями, касающимися торговли по Интернету, заключались в высоком уровне среднеквадратических ошибок и проблемах с отчетностью. Качество полученных по ряду позиций данных было сочтено недостаточно высоким, чтобы эти данные можно было опубликовать. Особо следует отметить данные о стоимостном объеме продаж по Интернету, для которых были характерны высокие среднеквадратические ошибки, недостатки в формулировке вопросов и ненадлежащие методы ведения учета. Лишь 315 из 6800 включенных в выборку предприятий, использующих наемный труд, положительно ответили на вопрос о том, получают ли они заказы на продажу по Интернету, причем значительная часть этих предприятий была вынуждена дать приблизительную оценку, поскольку не имела исходных данных. В обследовании 1999–2000 годов главная проблема, возникшая в связи с оценкой торговли по Интернету, заключалась в том, что некоторые респонденты, особенно предприятия, действующие в качестве агентов (например, биржевые брокеры и туристические агенты), и финансовые учреждения не разобрались, что следует включать

в данные о продажах по Интернету. Некоторые из них представили информацию о полученных ими комиссиях и сборах, тогда как другие сначала представили данные о стоимости всей сделки.

34. *Органы государственного управления.* В ходе проведения обследований использований технологий органами государственного управления выявился ряд методологических проблем. Главные проблемы касаются качества основы выборки, полноты охвата в отчетах государственных департаментов и наличия в отчетности определенных данных. Как правило, эти проблемы не являются отличительной особенностью оценки торговли по Интернету, а отражают сложности, неизбежно связанные с проведением обследований этого сектора.

*Учет доходов, получаемых от деятельности в Интернете*

35. Страны ОЭСР в целом придерживаются единого определения того, что понимается под операцией электронной торговли. В связанных с этим областях стоимостного объема электронной торговли и доходов от нее сделано гораздо меньше. В настоящее время Австралия проводит четвертое обследование использования технологий предприятиями. В ходе второго и третьего обследований собиралась информация о стоимостном объеме продаж по Интернету и совокупном стоимостном объеме всех продаж для расчета доли продаж по Интернету в совокупном объеме продаж. Мы стремились рассчитать этот показатель как для отдельных предприятий, так и для отдельных секторов и экономики в целом.

36. Мы обнаружили, что сделать это совсем непросто и что в этой связи возникает целый ряд вопросов относительно правильной концепции доходов, включая следующие:

- Каким должны быть числитель и знаменатель в показателе доли продаж по Интернету в совокупном объеме продаж?
- Будут ли они различаться в разных ситуациях и для разных секторов?
- Как следует учитывать финансовый сектор и сектор страхования?
- Как можно собирать эти данные, если предположить, что организации не обязательно располагают информацией о стоимостном объеме операций по Интернету, совершаемых от их имени?
- Что следует регистрировать: стоимостной объем продаж через агентов или сумму комиссионных, вырученных от этих продаж?

37. В ходе проведенного нами в 1999–2000 годах обследования использования технологий предприятиями мы применяли концепцию доходов на основе совокупного объема продаж товаров и услуг. Мы пытались включить в этот показатель данные о совокупном объеме продаж агентами от имени других организаций. В основе знаменателя, использовавшегося для расчета доли продаж через Интернет в совокупном объеме продаж, также лежала концепция брутто-продаж (т.е. включая продажи, производимые организациями от своего собственного имени или от имени других организаций). Использование этой концепции привело к тому, что форма анкеты стала трудной для заполнения и понимания.

38. По нашему мнению, проблема агентов относится к числу вопросов, решить которые крайне важно. Это объясняется не только тем, что в экономике функционирует большое число агентов (включая агентов по торговле недвижимостью, турагентов, букмейкеров и транспортных агентов), но и тем, что, по нашему мнению, они раньше других придут к выводу, что продажа через Интернет может повысить эффективность их работы, и, таким образом, одними из первых начнут использовать эту технологию.

39. Еще одной проблемной областью в связи с торговлей по Интернету являются финансовые операции (например, банковское дело, операции с ценными бумагами и страхование). Нас совершенно не интересовала информация о стоимостном объеме таких операций в случае, когда они производятся по Интернету, однако нам казалось, что необходима информация о размере комиссионных от таких операций.

40. На момент составления настоящего доклада еще нельзя было установить, удалось ли решить эти проблемы благодаря использованию в ходе обследования 2000–2001 годов подхода обусловленного дохода (см. пункт 22 выше).

#### *Вопросы разграничения технологий*

41. В целом определение операций электронной торговли, сформулированное Рабочей группой ОЭСР по вопросам показателей для информационного общества, не зависит от технического прогресса. Например, в узком определении просто упоминается Интернет, но при этом не перечисляются и не упоминаются Интернет-протоколы. Однако на своем совещании в 2001 году Рабочая группа приступила к обсуждению вопроса о том, является ли электронная почта допустимым средством совершения торговых операций по Интернету, что свидетельствует о возможном отходе от этого принципа.

42. Ряд стран, включая Австралию, утверждают, что включение в определение торговли по Интернету указания на используемые технологии осложнит долгосрочное использование этого определения и, соответственно, поддержание любых основанных на нем временных рядов статистических данных. Кроме того, это может сделать проблематичным понимание пользователями указанных концепций. Например, электронная почта может означать несколько вещей: это может быть простое сообщение (которое можно считать аналогичным факсимильному), направляемое по Интернету, сообщение, генерируемое нажатием кнопки на веб-сайте, или так называемое интерактивное электронное почтовое сообщение, когда получатель электронного почтового сообщения на самом деле получает изображение веб-страницы и простым нажатием кнопки может сделать заказ, который в конечном счете представляет собой заказ по Интернету. Другие страны — члены ОЭСР столь же решительно утверждают, что лишь интерактивное электронное почтовое сообщение может рассматриваться как средство совершения торговых операций по Интернету, поскольку это — единственная форма электронных почтовых сообщений, позволяющая добиться повышения эффективности путем автоматической интеграции процессов заказа продукции и инвентарного учета. Вероятно, работа над этим вопросом будет продолжаться до совещания Рабочей группы в 2002 году.

### **Выводы и будущая работа**

43. АСБ проделало значительную работу в области оценки электронной торговли и будет продолжать расширять и развивать деятельность в этой сфере. Стимулами к изменению служат, в частности, меняющиеся потребности пользователей в данных, изменение международных стандартов, появление новых технологий и изменения в структуре использования технологий.

44. В ближайшее время в программу обследования использования технологий предприятиями будут включены такие связанные с электронной торговлей темы, как:

- электронная торговля, осуществляемая средствами помимо Интернета;
- методы осуществления торговых операций по Интернету с точки зрения продавца;
- целесообразность классификации доходов от торговли по Интернету по видам покупателей.

45. Хотя в ближайшее время в обследования использования технологий домашними хозяйствами и органами государственного управления для оценки электронной торговли не планируется вносить никаких изменений, можно также ожидать, что эти обследования также будут пересматриваться с учетом изменений потребностей пользователей и развития технологий. К числу тем, которые, по-видимому, будут представлять интерес в будущем, относятся онлайн-новые закупки государственными органами и использование все более широкого круга услуг по Интернету, предлагаемых домашним хозяйствам.

46. В будущем мы ожидаем расширения сотрудничества в Азиатско-Тихоокеанском регионе по вопросам оценки информационных технологий и телекоммуникаций (ИТиТ), включая электронную торговлю. Эта работа активизировалась в мае 2001 года, когда было проведено первое техническое совещание статистиков Азиатско-Тихоокеанского региона по вопросам статистики ИТиТ. Совещание было проведено в Брисбене, Австралия, и в нем приняли участие представители следующих стран или районов: Сингапура; Японии; Республики Корея; Гонконга, Китай; Новой Зеландии; и Австралии.

47. Общая цель этого совещания заключалась в обмене опытом и совместной работе для углубления понимания вопросов и будущих направлений статистической деятельности в этой области. На совещании был согласован ряд предложений, охватывающих статистические классификации и стандарты, статистическую базу и свод данных по ряду тем ИТиТ.

### **Дополнительная информация**

48. Дополнительную информацию о деятельности АСБ в области статистики информационных технологий и телекоммуникаций можно получить у:

Директора Отдела статистики, науки и техники  
Австралийского статистического бюро  
Шеридан Робертс

Адрес э/почты: [sheridan.roberts@abs.gov.au](mailto:sheridan.roberts@abs.gov.au)

49. АСБ выпускает следующие публикации об использовании ИТ в Австралии:

- Government Use of Information Technology, Australia (каталог № 8119.0);
- Business Use of Information Technology, Australia (каталог № 8129.0);
- Household Use of Information Technology, Australia (каталог № 8146.0);
- Use of Information Technology on Farms, Australia (каталог № 8150.0).

50. Сводная информация о публикациях по ИТ имеется на веб-сайте АСБ (см. “Main Features” на сайте [www.abs.gov.au](http://www.abs.gov.au)).

51. Страница по теме «Статистика информационных технологий» на веб-сайте АСБ содержит гиперссылки на вышеупомянутую сводную информацию и другие данные о программе статистических обследований ИТиТ. На эту страницу можно выйти с веб-сайта АСБ (выйти на страницу [www.abs.gov.au](http://www.abs.gov.au), из расположенного на левой странице меню выбрать раздел “Themes”, а затем выбрать страницу “Information technology”).

52. Дополнительную информацию о совещании статистиков Азиатско-Тихоокеанского региона по вопросам статистики ИТиТ можно получить на странице “Information technology” на веб-сайте АСБ.



## **II. Оценка электронной торговли: опыт Канады (Центральное статистическое бюро Канады)**

### **1. Введение**

1. Вопросы масштабов и «преобразовательного» эффекта электронной торговли вызывают значительный интерес с точки зрения политики. В попытке удовлетворить этот интерес Центральное статистическое бюро Канады с 1999 года занимается оценкой масштабов электронной торговли с участием как предприятий, так и домашних хозяйств: оно рассчитывает как долю частных предприятий, домашних хозяйств и предприятий государственного сектора, занимающихся электронной торговлей, так и стоимостной объем продаж по Интернету. Кроме того, мы собираем информацию о технологиях, ведущих к электронной торговле или обеспечивающих возможность ее осуществления, таких, как использование компьютеров, пользование Интернетом, наличие веб-страниц и ЭОД по частным сетям. Эту статистическую программу мы разрабатывали не в одиночку. Содержание и концептуальная база разрабатывались совместно с нашими партнерами в министерстве промышленности Канады и в сотрудничестве с ОЭСР. В результате собираемая информация используется при разработке политики и отличается международной сопоставимостью.

2. В настоящем документе описывается, как Центральное статистическое бюро Канады проводит оценку электронной торговли. В первой части содержится справочная информация о политических условиях, побудивших правительство разработать проект интернетизации (частью которого является оценка электронной торговли). Во-вторых, приводится описание программ обследований, в рамках которых производится оценка электронной торговли с участием предприятий и домашних хозяйств. Наконец, излагается ход обсуждения вопроса о будущем развитии программы электронной торговли.

### **2. Сложившиеся условия**

3. В 1998 году правительство Канады приняло на вооружение политику «Интернетизации Канады». Эта политика предусматривала пропаганду универсального доступа частных предприятий, домашних хозяйств и общин к Интернету для содействия онлайн-продаже или поставке товаров и услуг как государственного, так и частного секторов.

4. Стратегия правительства в области электронной торговли предусматривала создание определенных «базовых условий», которые обеспечили бы формирование режима, благоприятствующего осуществлению торговых операций по Интернету, включая установление технологически нейтрального режима налогообложения, разработку политики в отношении криптографирования и инфраструктуры публичных ключей, совершенствование руководящих принципов защиты интересов потребителей и законодательства об охране информации личного характера.

5. С активизацией деятельности правительства в области интернетизации совпало повышение интереса к этой теме в ОЭСР. На конференции министров ОЭСР в 1998 году в Оттаве были выявлены проблемы в данных официальной статистики, и Рабочей группе ОЭСР по вопросам показателей для информационного общества было предложено подготовить рабочие определения электронной торговли и руководящие принципы по их использованию, а также ти-

повые обследования использования ИКТ и электронной торговли. Рабочая группа разработала определения электронной торговли в 2000 году, а в 2001 году слегка видоизменила их и добавила руководящие принципы их применения. Определения, руководящие принципы и типовое обследование предприятий были опубликованы ОЭСР в ноябре 2001 года. Продолжается работа над подготовкой типовых обследований других секторов. Канада плодотворно использует преимущества согласованных на международном уровне концепций и определений, а статистики и руководители Канады, в свою очередь, активно участвуют в процессе формирования международного консенсуса.

6. Параллельно с этим Центральное статистическое бюро Канады предложило правительству создать «фонд» (на деле представляющий собой статью ассигнований из годового бюджета), главная цель которого заключалась бы в финансировании работ по сбору информации по вопросам, представляющим непосредственный и актуальный интерес с точки зрения политики для федеральных департаментов. Информационные «пробелы» определялись бы междепартаментской группой, однако окончательное решение об осуществлении любого проекта принималось бы главным статистиком Канады. Правительство одобрило создание этого фонда, и один из проектов, финансировавшихся по линии этой инициативы, заключался в разработке годовой программы социально-экономических показателей интернетизации, частью которой является электронная торговля. В результате удалось добиться развития сотрудничества на основе установления партнерских отношений между департаментом, занимающимся вопросами политики, и статистическим бюро, что сыграло решающую роль в обеспечении успеха программы электронной торговли и гарантировало, что вновь создаваемые ряды данных будут использоваться при анализе вопросов политики.

### 3. Статистическая программа и некоторые результаты

7. Хотя продажа товаров и услуг по Интернету нередко считается олицетворением электронной торговли, это далеко не единственный ее аспект. Интернет также используется в качестве инструмента для содействия разработке продукции, поддержания связи с поставщиками, организации производства и поставки и обеспечения послепродажного обслуживания. Точно так же с точки зрения домашних хозяйств данные о заказах, размещенных по Интернету, нельзя рассматривать отдельно от других связанных с этим видов деятельности, таких, как пользование Интернетом в целом и использование Интернета для *облегчения* коммерческих операций (т.е. поиск предложений по Интернету, или изучение ассортимента). Официальная статистика дает некоторое представление о масштабах электронной торговли в экономике Канады.

8. Центральное статистическое бюро Канады использует разработанное ОЭСР определение операций по Интернету, которое охватывает заказы, размещенные по Интернету, вне зависимости от того, осуществляются ли расчеты или поставка в онлайн-режиме.

#### *Покупки по Интернету из дома*

9. В самих домашних хозяйствах электронная торговля может рассматриваться как определенная последовательность действий. Точно так же, как ребенок сначала начинает ползать и лишь потом ходить и бегать, любой человек,

прежде чем размещать заказы по Интернету, должен, как правило, пройти через несколько этапов: научиться пользоваться компьютером, затем стать пользователем Интернета, изучить товары и услуги, предлагаемые по Интернету, и т.д. В рамках обследования использования Интернета домашними хозяйствами (ОИИДХ) Центральное статистическое бюро Канады оценивает все эти этапы.

10. ОИИДХ, впервые проведенное в 1997 базисном году, было разработано для оценки использования Интернета в различных районах, а его результаты классифицировались по различным характеристикам домашних хозяйств (доходу, виду семьи, месту жительства и характеристикам кормильца). В 1999 году рамки обследования были расширены для сбора информации о покупках по Интернету. В ходе проведения ОИИДХ в 1999 и 2000 годах собиралась информация об электронной торговле домашних хозяйств, имеющих, как правило, доступ в Интернет из дома (в отличие от тех, кто пользовался Интернетом на работе, в школе или в других местах), которые приобретали товары и услуги исключительно для потребления данным домашним хозяйством. Элементом выборки является домашнее хозяйство, причем обследование предполагает опрос одного из членов семьи на предмет онлайн-заказов, сделанных всеми членами данного домашнего хозяйства.

11. ОИИДХ проводится в качестве дополнения к подвыборке обследования рабочей силы. Поскольку обследуемая выборка охватывает 43 000 домашних хозяйств, его результаты репрезентативны для граждан в возрасте 15 лет и старше, проживающих в 10 провинциях Канады, которые не состоят на военной службе и не находятся в местах лишения свободы<sup>2</sup>.

12. Обследование в его нынешней форме страдает двумя недостатками. Во-первых, данные собираются лишь по домашним хозяйствам, а не по отдельным физическим лицам. Хотя домашние хозяйства можно разделить по географическому признаку, уровню доходов и виду доступа в Интернет (например, телефонное или скоростное подсоединение), их нельзя классифицировать по возрасту, полу или уровню образования (т.е. по индивидуальным характеристикам физических лиц). Кроме того, информация об электронной торговле собирается лишь применительно к домашним хозяйствам, которые регулярно пользуются Интернетом из дома; покупки по Интернету из других мест исключены.

13. Несмотря на эти недостатки, все же удалось получить убедительную картину состояния электронных покупок в Канаде. В 2000 году из всех домашних хозяйств в Канаде, которые регулярно пользовались Интернетом из дома, более половины (55 процентов) использовали Интернет для обоснования своего решения о покупке того или иного товара или услуги: либо для углубленного изучения этого товара (анализ ассортимента), либо для размещения заказа в онлайн-режиме. В свою очередь, 56 процентов домашних хозяйств, использовавших Интернет для совершения покупок, размещали заказ в онлайн-режиме. Домашние хозяйства Канады разместили по Интернету из дома 9,1 млн. заказов на общую сумму 1,1 млрд. долл. США. Почти четыре пятых этих домашних хозяйств, участвовавших в электронной торговле, производили платеж за свои покупки в онлайн-режиме. Покупки у национальных про-

---

<sup>2</sup> Исключая жителей Юкона, Северо-Западных территорий и Нунавута; исключая также лиц, проживающих в индейских резервациях, кадровых военных, служащих в Канадских вооруженных силах, и заключенных.

изготовителей составляли немногим более половины (55 процентов) заказов, и на них пришлось 58 процентов потраченных в Интернете средств.

14. Цикл 14 общего социального обследования предусматривал оценку использования Интернета не домашними хозяйствами, а отдельными физическими лицами; в ходе его проведения было обнаружено, что в 2000 году пользователи Интернета были, как правило, моложе, имели более высокие доходы и были более образованными, чем те, кто Интернетом не пользовался. Кроме того, англоязычные канадцы чаще пользуются Интернетом, чем франкоязычные. В ходе обследования было также обнаружено, что банковские операции или покупки по Интернету, как правило, совершают люди в возрасте около 30 лет или чуть старше. Кроме того, мужчины чаще приобретают товары и услуги по Интернету.

15. Пользователей Интернета серьезно беспокоят вопросы конфиденциальности и защищенности. Франкоязычные жители также нередко указывают, что одним из факторов, препятствующих покупке товаров и услуг или совершению банковских операций по Интернету, является язык. Мужчин несколько меньше беспокоят вопросы защищенности, чем женщин. Кроме того, более молодые пользователи Интернета, как правило, уделяют проблемам конфиденциальности и защищенности меньше внимания.

#### *Электронная торговля предприятий*

16. С 1999 года Центральное статистическое бюро Канады проводит обследования для количественной оценки характера использования ИКТ предприятиями: использование компьютеров, пользование Интернетом, создание веб-сайтов и использование Интернета для прямой торговли.

17. В 1999 году было проведено обследование информационно-коммуникационной технологии и электронной торговли (ИКТЭТ), в рамках которого главное внимание уделялось использованию ИКТ и электронной торговли всеми предприятиями государственного и частного секторов<sup>3</sup>. С самого начала была разработана весьма подробная анкета для оценки разных видов использования различных ИКТ и электронной торговли (продаж и покупок). Обследование должно было проводиться на уровне заведений в качестве дополнения к обследованию капитальных расходов. Это традиционное обследование проводится на уровне заведений и охватывает практически все отрасли государственного и частного секторов.

18. Последующие события показали, что такое решение было ошибочным. С самого начала в ходе сбора данных организаторы обследования столкнулись с низкой активностью респондентов. Кроме того, сразу же выявились две проблемы. Во-первых, заведения — неправильный организационный уровень для сбора основной части запрашиваемой информации (т.е. данных о продажах по Интернету). Во-вторых, респонденты, охваченные обследованием капитальных расходов, не всегда являются надлежащими респондентами для ИКТЭТ. Для исправления положения были приняты две меры: была разработана краткая

---

<sup>3</sup> В рамках этого обследования из обследуемой выборки были исключены сельскохозяйственные и строительные отрасли, а также органы муниципального управления.

форма анкеты и была пересмотрена методология расчета оценочных показателей на уровне предприятий<sup>4</sup>.

19. Данные этого обследования, опубликованные в августе 2000 года, стали базовым показателем использования компьютеров, электронной почты и Интернета частными и государственными предприятиями Канады. Они показывают, насколько широко государственный и частный сектора занимаются ведением веб-сайтов и участвуют в электронной торговле, и включают информацию о стоимостном объеме продаж по Интернету. Кроме того, в ходе обследования были выявлены факторы, препятствующие развитию электронной торговли (Bakker, 2000).

20. Обследование было вновь проведено в 2000 году в качестве обследования электронной торговли и технологии. Во избежание некоторых проблем, с которыми пришлось столкнуться за год до этого, число затрагиваемых в анкете тем было уменьшено, и при этом особое внимание было уделено вопросам, на которые мог бы ответить один человек за все предприятие: например, анкета содержала вопросы о продажах по Интернету, но не о покупках, которые, как правило, производятся децентрализованно. Хотя обследование по-прежнему проводилось по выборке обследования капитальных расходов, некоторые аспекты методологии были пересмотрены. Элементом сбора информации стало предприятие (что устранило необходимость укрупнения данных о заведениях до уровня предприятия)<sup>5</sup>.

21. В дополнение к перечисленным выше элементам данных результаты обследования 2000 года включали использование внутренних сетей, внешних сетей, беспроводной связи, ЭОД по частным сетям и электронных переводов средств. Обследование 2000 года позволило также получить больше данных об электронной торговле, включая не только стоимостной объем продаж по Интернету, но и долю этих продаж, приходящуюся на домашние хозяйства (продажи предприятиями розничным клиентам) и другим предприятиям (межфирменные продажи), а также долю экспортных продаж.

22. По результатам обследования 2000 года были получены некоторые важные данные. В 2000 году объем продаж частного сектора по Интернету составил 7,2 млрд. долл. США, что на 73 процента превышает аналогичный показатель 1999 года. Однако доля этих продаж в совокупном объеме поступлений от оперативной деятельности составила 0,4 процента, что на 0,2 процента выше показателя 1999 года. Стоимостной объем продаж по Интернету был незначителен.

23. Кроме того, в период с 1999 по 2000 год доля предприятий, осуществляющих продажи в онлайн-режиме, упала с 10 до 6 процентов. Что касается предприятий, включенных в выборку в 1999 и в 2000 годах, то на каждые

---

<sup>4</sup> Для этого данные на уровне предприятий рассчитывались на основе собранной информации по заведениям. После этого данные по предприятиям разукрупнялись по всем заведениям в составе данного предприятия (вне зависимости от того, были ли они включены в выборку). Затем данные по включенным в выборку заведениям использовались так, как первоначально предполагалось в модели выборочного обследования заведений (Whitridge and Beaucage, 2000).

<sup>5</sup> Несмотря на то, что элементом сбора информации является предприятие, элементом выборки осталось заведение; соответственно, для расчета оценочных значений использовался тот же метод распределения весов.

два предприятия, начавших в 2000 году осуществлять продажи в онлайн-режиме, пять предприятий прекратили эту практику. Наконец, на долю предприятий, осуществлявших продажи по Интернету, в 2000 году приходилось 25 процентов совокупной экономической деятельности, тогда как за год до этого их доля составляла 17 процентов. Как представляется, электронная торговля сосредоточивается в руках все более узкого круга крупных предприятий. Центральное статистическое бюро Канады первым из всех организаций государственного или частного секторов Канады опубликовало эти данные, которые оказали заметное влияние на публичное обсуждение вопроса об электронной торговле в Канаде. Из этого вывода ясно следует, что, несмотря на столь активное на первый взгляд развитие, электронная торговля характеризуется полной непредсказуемостью.

#### 4. Последующие шаги

##### *Домашние хозяйства*

24. ОИИДХ было первоначально разработано для оценки использования Интернета домашними хозяйствами, а не в качестве специального инструмента для измерения масштабов электронной торговли. Как указывалось выше, в 1999 и 2000 годах в ходе этого обследования оценивались масштабы электронной торговли из дома. При проведении обследования в 2001 базисном году его рамки будут расширены, с тем чтобы включить в него заказы по Интернету из любого места (из дома, с работы, из школы, из публичных библиотек).

25. Один из до сих пор не устраненных недостатков этого обследования заключается в том, что оно позволяет оценить лишь характеристики домашнего хозяйства или кормильца: оно не дает возможности оценить характеристики отдельных пользователей Интернета. В настоящее время разрабатываются планы по пересмотру программы обследований на 2003 базисный год для сбора информации о продажах по Интернету, которые можно было бы классифицировать по характеристикам как отдельных лиц, так и домашних хозяйств.

##### *Предприятия*

26. Выборка для обследования 2001 года была составлена на уровне предприятий независимо от выборки для обследования капитальных расходов, что позволит уменьшить число включенных в выборку предприятий более капиталоемких отраслей (например, обрабатывающей промышленности) и увеличить долю других отраслей (оптовой и розничной торговли и услуг). Элементом выборки является предприятие, что устраняет необходимость использования специальной методологии для пересчета данных обследования, проводимого на уровне заведений, в данные обследования по предприятиям.

27. Результаты обследования 2001 года будут также содержать определенную информацию о межфирменных связях. Следует напомнить о том, что на каждые два предприятия, начавшие в 2000 году продавать свою продукцию в Интернете, пять предприятий прекратили эту практику. В ответ на вопрос о том, какие факторы препятствуют развитию электронной торговли, респонденты, как правило, заявляли, что их продукция не может продаваться по Интернету или что они предпочитают придерживаться существующих моделей деловой деятельности (предусматривающих непосредственное общение с клиентами). Предприятия, переставшие в 2000 году заниматься электронной торговлей, ча-

ще указывали, что их покупатели или поставщики еще не готовы к такой торговле. Углубление понимания того, как распространяется информация и осуществляются электронные торговые операции по цепочке поставок товаров и услуг, даст ценную информацию, позволяющую выявить возможные «узкие места».

## 5. Заключение

28. Центральное статистическое бюро Канады разрабатывает годовую программу оценки электронной торговли и связанных с ней технологий в домашних хозяйствах, предприятиях и государственном секторе. База, лежащая в основе этой статистической деятельности, разрабатывалась в тесном сотрудничестве с департаментом политики и ОЭСР. Разработаны планы по совершенствованию данных и расширению сферы охвата, что должно внести дополнительный вклад в публичное обсуждение вопросов политики.

### Справочная литература

Bakker, Cathy (2000). *Information and Communications Technologies and Electronic Commerce in Canadian Industry*. Ottawa, Statistics Canada, catalogue 88F0006XIB, No. 4.

Ellison, J., C. Earl and S. Ogg. (2001). Internet shopping in Canada. *Connectedness Series*. Ottawa, Statistics Canada, catalogue 56F0004MPE, No. 3.

Gault, F. and G. Peterson (2001). Measuring the diffusion of information and communications technology in society and its effects: Canadian experience. Paper presented at an International Association for Official Statistics satellite meeting on statistics for the information society. Tokyo, 30 and 31 August 2001.

OECD (2000). *Defining and measuring electronic commerce: a provisional framework and follow-up strategy*. Paris.

Peterson, G. (2001). Electronic commerce and technology use. *Connectedness Series*. Ottawa, Statistics Canada, catalogue 56F0004MPE, No. 5.

Whitridge, P. and Y. Beaucage (2000). Statistics Canada's electronic commerce survey. Paper presented at a meeting of the Statistics Canada Advisory Committee on Statistical Methods, Ottawa, 6 October 2000.

### **III. Развитие статистики электронной торговли в Венгрии**

#### **1. Важное значение измерения электронной торговли**

1. Вследствие изменений, которые по важности можно сравнить с изменениями, происходившими в период промышленной революции, в центре общественного внимания оказались вопросы, связанные с развитием информационного общества. Руководящие работники в политической, деловой и научной сферах все больше и больше сознают историческую важность нынешнего процесса. На арене появился новый стратегический вид сырьевых товаров — знания, которые становятся доступными благодаря использованию новых информационно-коммуникационных технологий и смогут в долгосрочной перспективе служить одним из факторов, определяющих перспективы развития, темпы роста и экономическую силу стран, а также качество жизни их населения. Растущее число правительств сознает, что идет процесс формирования нового мирового порядка, что происходит изменение в соотношении сил и что, если отстающие в настоящее время регионы и страны не воспользуются новой возможностью для ликвидации разрыва, их отставание в долгосрочной перспективе станет еще большим.

2. Поэтому все большее число правительств считает необходимым неуклонно содействовать распространению этого процесса административными средствами. Быстро реагирующие правительства предпринимают серьезные усилия для разработки национальных стратегий и планов действий, поиска необходимых источников финансовых средств и создания возможностей для статистического измерения.

3. Мировая значимость информационного общества обусловлена также важным значением составляющих его крупных подсистем, которые нередко оказываются в центре внимания, даже по отдельности. Основную роль в распространении этого процесса играет применение ИКТ, и электронная торговля является приоритетной областью, которая выделяется среди возможных практических видов использования. Многие считают электронную торговлю самым важным катализатором развития бизнеса в долгосрочной перспективе.

4. Можно надеяться, что благодаря внедрению электронной торговли ускорятся деловые и финансовые процессы, повысятся темпы товарного и денежного оборота, сократятся затраты на хранение товарно-материальных запасов и финансирование и снизится себестоимость предлагаемых товаров и услуг.

5. Потребителям потребуется гораздо меньше времени для итоговой оценки предложения, ценовые и качественные параметры станут полностью совместимыми, усилятся рыночные позиции покупателя, и в результате можно ожидать понижения цен.

#### **2. Усилия правительства по стимулированию процесса**

6. Поданная Венгрией официальная заявка на присоединение к Европейскому союзу (ЕС) означала не только решение стать членом, но и обязательство взять на себя бремя, связанное с достижением темпов развития, сопоставимых с темпами развития в странах ЕС, что означает также приверженность формированию информационного общества, основанного на знаниях. Развитие электронной торговли имеет для Венгрии первостепенное значение.



7. В целях активизации этого процесса правительство играет в последние годы растущую роль:

- в 2000 году для координации работы по формированию информационного общества была создана независимая государственная организация — Управление правительственного комиссара по ИКТ;
- в 2001 году специалисты из различных областей, в наибольшей степени вовлеченных в процесс формирования информационного общества, подготовили первый вариант стратегии создания национального информационного общества;
- в начале 2002 года будет завершена разработка системы статистического наблюдения для оценки эффективности предпринимаемых стратегических мер;
- в 2001 году было начато осуществление Плана Сеченьи — долгосрочной программы национального развития, в которой в отдельную главу выделена программа формирования информационного общества и экономического развития. Для достижения поставленных целей в Плане намечены конкретные программы действий и определены ресурсы.

8. Значительные успехи достигнуты и в формировании нормативно-законодательной базы. Среди прочего, были приняты законы по следующим вопросам:

- телекоммуникация;
- электронная торговля, наряду с любыми видами услуг, связанными с информационным обществом;
- электронные подписи.

9. Что касается внедрения электронной торговли, то первостепенной задачей является создание надлежащих условий с точки зрения инфраструктуры и людских ресурсов, для решения которой были предприняты вышеуказанные правительственные усилия. Некоторые из условий можно считать уже созданными, в том числе внедрение относительно развитой сети телефонной мобильной и коммутаторной связи, непрерывное совершенствование информационно-коммуникационной техники в деловом секторе и наличие интеллектуального капитала и его конкурентоспособность на международном рынке. Другим благоприятным условием является успешное создание в течение последних 10 лет телекоммуникационной инфраструктуры в Венгрии. Благодаря в высшей степени целенаправленным усилиям по внедрению телекоммуникационных услуг основные показатели их использования достигли среднего уровня, отмечаемого в странах Европейского союза. Цифровая передача данных, электронный бизнес и электронная торговля уже используются венгерскими компаниями. Однако процесс ликвидации отставания идет недостаточно быстрыми темпами и оказывает неодинаковое воздействие на субъектов экономической деятельности в зависимости от вида и размера предприятий. Хотя многие крупные компании оснащены самыми современными сетями электронной связи, число малых и средних предприятий, оперирующих такими сетями, незначительно.

### 3. Положение в области электронной торговли в Венгрии

10. Поскольку данные официальной статистики о положении в области электронной торговли в Венгрии будут получены только в 2002 году, настоящий документ основан на данных обследований, проведенных хорошо известными в профессиональных кругах частными компаниями, специализирующимися на анализе рыночной конъюнктуры, и международными организациями.

11. По данным обследования, проведенного компаниями «Беллрисёрч» и «Тин консалтинг», специализирующимися на анализе рыночной конъюнктуры, в первой половине 2001 года 70 процентов венгерских предприятий с численностью работников более 10 человек имели доступ к Интернету. Доступ к Интернету имели 100 процентов крупных компаний, 80 процентов средних компаний и 62 процента малых компаний. В 2001 году предприятия с численностью работников более 10 человек израсходовали на оплату услуг по подключению к Интернету 14 млрд. венгерских форинтов. Сорок пять процентов компаний, имеющих доступ к Интернету, располагают собственными веб-страницами, однако при анализе всей совокупности компаний этот показатель составляет только 32 процента. Около половины компаний, не имеющих собственных веб-страниц, планируют обзавестись ими в 2002 году; поэтому показатель охвата может достичь к концу года 50 процентов. В большинстве случаев предприятия используют Интернет для отправки сообщений по электронной почте, рекламы своих товаров и услуг, поиска информации в веб-сети и сбора рыночной информации. Интересно, что в Венгрии малые предприятия производят через Интернет большую долю электронных закупок в процентном отношении к общему объему закупок, чем крупные компании. Несмотря на сравнительно широкое распространение Интернета и большое число веб-страниц, только около 5 процентов обследованных компаний подключены к средствам электронной торговли.

#### *Структура товаров, которые предлагались клиентам на веб-сайтах электронной торговли в 2000 году*

12. Как и в других странах, книжные магазины и магазины, занимающиеся продажей компакт-дисков, первыми в Венгрии воспользовались возможностью для продажи своих товаров по Интернету. Ассортимент товаров постоянно растет, и по сети можно купить практически все: инфокоммуникационную технику, техническое оборудование, продовольственные товары, продукцию сетевых закусовых, цветы, канцелярские принадлежности, ювелирные изделия, аппаратуру связи, билеты в кино и в театр, запчасти для автомашин, пр. В Венгрии работает приблизительно 100–140 электронных магазинов. Для оформления своих электронных магазинов большинство предпринимателей пользовались услугами популярных поставщиков информации. Работой виртуальных магазинов и торговых точек заведуют компании, уже занимающиеся торговой деятельностью.

13. Электронная торговля в Венгрии относится к той же категории, что и другие виды торговой деятельности, и считается аналогичной торговле товарами, заказываемыми по почте. До настоящего времени торговые операции между удаленными контрагентами регулировались указом № 17/1999 (II.15), основанным на руководящих принципах ЕС. Как указывалось выше, этот указ будет вскоре заменен новым законом, регулирующим электронную торговлю.

*Межфирменная электронная купля-продажа в Венгрии, 1998–2001 годы*

14. Межфирменная электронная торговля в Венгрии относительно развита, и стоимостной объем операций, осуществляемых по сети, неуклонно растет. По оценкам, ожидается рост объема межфирменной электронной торговли со 135 млрд. венгерских форинтов в 2000 году до 387 млрд. венгерских форинтов в 2002 году. К 2004 году объем электронной купли-продажи в Европе достигнет, согласно прогнозам, приблизительно 350 млрд. долл. США, из них 1–2 процента придется на долю рынка электронной торговли Венгрии. На двух имеющихся в настоящее время электронных рынках Венгрии — marketline.hu и Первый венгерский электронный рынок — в качестве поставщиков уже зарегистрировано несколько сотен компаний. Однако операции пока не начались, так что отсутствуют даже прогнозы относительно будущего объема электронной купли-продажи. Среди владельцев этих двух рынков имеются многонациональные компании, занимающиеся вопросами телекоммуникаций, разработки систем и поставки информационной техники и систем. С другой стороны, характерная особенность межфирменных операций заключается в том, что они осуществляются не на открытом рынке, а между многонациональными компаниями, а также компаниями и банками, отобранными на основе традиционных критериев качества. Наглядным примером служит компания «Дженерал электрик», имеющая значительный объем продаж в Венгрии, которая планирует осуществлять растущую долю своих закупок по электронным каналам.

*Электронная купля-продажа между компаниями и клиентами в Венгрии, 1998–2001 годы*

15. Электронная торговля между компаниями и клиентами в Венгрии развита довольно слабо. Помимо ограниченного распространения Интернета среди населения это объясняется прежде всего недостаточным доверием к сетевым видам расчетов и неопределенностью в вопросах доставки товаров. Объем электронной торговли между компаниями и клиентами в 2000 году составил около 171 млн. венгерских форинтов, менее 0,1 процента общего оборота розничной торговли. Первыми объектами продаж между компаниями и клиентами в Венгрии были книги, компакт-диски, авиабилеты, билеты в кино, информационная техника и канцелярские принадлежности. Объем выручки от продаж по Интернету пока крайне низок.

16. По данным, представленным компанией «Карнейшн консалтинг», можно ожидать динамично развивающегося, но едва ли значительного оборота (с точки зрения итогового стоимостного объема). В этих данных не учитываются торговые операции в банковской сфере и операции с ценными бумагами. Желательным видом расчетов на 80 с лишним процентах веб-сайтов является оплата наличными при доставке. Для доставки товаров клиентам 94 процента поставщиков пользуются услугами Венгерской почтовой службы. 1,4 процента взрослого населения (по результатам опросов) с удовольствием пользуются депозитными и кредитными карточками для покупки товаров по Интернету, и 3,8 процента ответивших уже приобретали товары по Интернету. На венгерском рынке операций между компаниями и клиентами доминирующие позиции занимают крупные компании, которые располагают достаточными финансовыми ресурсами и могут поэтому позволить вкладывать средства в развитие такого бизнеса и в укрепление своих будущих позиций на этом специфическом рынке. В 1998 году на арене появились первые сетевые брокерские компании,

находящиеся в собственности независимых местных финансовых групп. Незначительное число пользователей Интернета и нехватка инвестиций препятствуют увеличению объема финансовых средств, инвестируемых по сети, и количество счетов по-прежнему составляет менее 10 000.

#### *Использование банковских карточек*

17. К концу 2000 года в пользовании находилось 4,5 млн. банковских карточек; в этом отношении Венгрия занимает третье место среди стран Центральной и Восточной Европы: каждый четвертый взрослый житель имеет банковскую карточку. Однако страна по-прежнему ориентирована на расчеты наличными, и 85 процентов банковских операций приходится на снятие денег со счетов. Тем не менее с точки зрения обеспеченности банковскими карточками торговля между компаниями и клиентами представляется возможной, хотя Венгрия и продолжает пока относиться с недоверием к покупке товаров по Интернету. Результаты обследования, проведенного компаниями «Европей» и «Мастеркард», показали, что только 30 процентов венгров уверены в том, что банки обеспечат конфиденциальность при обработке их персональной информации. Кроме того, пятая часть венгерских пользователей Интернета сомневается в сохранности персональной информации, которую они должны сообщать при покупке товаров по Интернету.

#### **4. Основные международные проблемы развития статистики**

18. Трудности развития статистики наглядно проявляются в сложности явления электронной торговли, в темпах ее развития, отсутствии ясности ее понятийного аппарата и системы классификации, а также в сложности соблюдения растущих требований в отношении международной сопоставимости данных, обусловленных процессом глобализации. Как показывает наш опыт, специалисты, занимающиеся развитием статистики, сталкиваются со следующими методологическими проблемами:

- измерение электронной торговли является более сложной процедурой, чем измерение традиционной торговли. При выработке определений необходимо проводить различие между процессами, осуществляемыми с помощью электронных средств, в зависимости от того, насколько тесно они связаны с конкретными торговыми операциями, и необходимо учитывать понятия электронной операции, электронной торговли, электронной купли-продажи, электронного бизнеса. С другой стороны, при выработке определений необходимо учитывать границы понятия электронной торговли и средства, с помощью которых она осуществляется (Интернет, Экстранет, электронный обмен данными (ЭОД), ЭОД через Интернет, электронная почта, мобильный Интернет (WAP)), а также определить круг участников процесса в зависимости от направленности торговых связей (между компаниями, между компаниями и клиентами, между компаниями и правительством);
- несмотря на неотложную и всеобщую потребность в статистическом измерении электронной торговли, показатели распространения и развития этого подлежащего измерению явления существенно различаются по странам. Кроме нескольких стран с впечатляющими показателями внедрения электронной торговли (Соединенные Штаты Америки, Япония),

аналогичные показатели в странах ОЭСР и государствах — членах ЕС менее примечательны, а в странах Центральной и Восточной Европы электронная торговля едва поддается измерению;

- до сих пор не разработано нового международно признанного понятийного аппарата и системы классификаций, хотя процесс выработки определений находится на весьма продвинутом этапе. По итогам работы, проделанной экспертами Рабочей группы ОЭСР по вопросам показателей для информационного общества и Рабочей группы Евростат по статистике информационного общества, подготовлены рекомендации по определениям наиболее важных понятий (электронного бизнеса, электронной купли-продажи, электронной торговли, электронной операции), а также согласованы их альтернативные компромиссные варианты.

19. Помимо трудностей с выработкой определений, необходимо также упомянуть выдающиеся результаты работы, проделанной в этой области участниками практикумов, организованных рабочими группами ОЭСР и Евростат. Их вклад уже весьма ощутим в процессе выработки определений и внесения в систему классификаций изменений, связанных с сектором ИКТ, сектором оперативной информации и электронной торговлей, а также в процессе составления образцов вопросника и организации выборочных обследований. Итоги этих международных практикумов по вопросам развития статистики позволили Венгрии и другим странам-кандидатам из Центральной и Восточной Европы подключиться к совместной деятельности в качестве равноправных участников и накопить информацию и опыт, играющие незаменимую роль в развитии статистики. Эти взаимосвязи в высшей степени способствовали продвижению работы Центрального статистического управления в области развития статистики.

## 5. Решение вопросов в Венгрии

20. Первым решением при разработке методов измерения электронной торговли стало определение этапов внедрения и развития электронной торговли в Венгрии.

21. В развитии международной статистики можно выделить три характерных этапа:

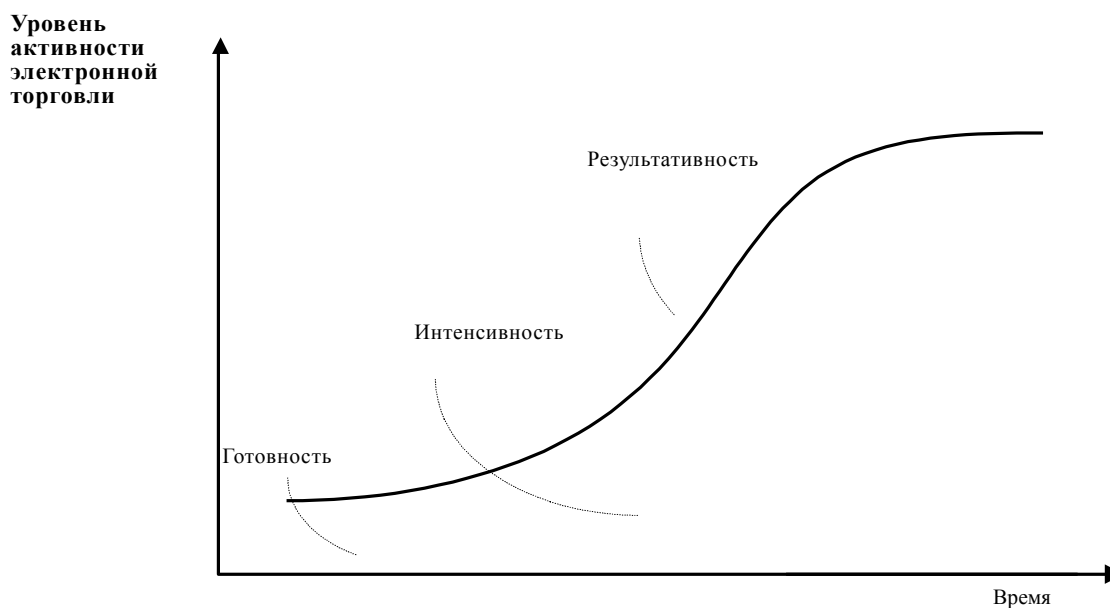
- а) готовность: обеспечение готовности и восприимчивости к ведению электронной торговли;
- б) интенсивность: начало интенсивной деятельности;
- в) результативность: проявление результатов деятельности.

22. Для целей измерения на каждом из этапов пользуются следующими дифференцирующими показателями:

- а) готовность: число компаний, предоставляющих услуги по Интернету; число компаний, предоставляющих телекоммуникационные услуги; количество телефонных линий и вариантов подключения к Интернету и Экстранету; факторы, препятствующие электронной торговле; преимущества электронной торговли; число квалифицированных кадров в области информационных технологий; расходы на электронную торговлю; количество хост-узлов Интернета;



### S-образная кривая, показывающая этапы развития электронной торговли



Источник: ОЭСР.

б) интенсивность: интенсивность и частотность пользования Интернетом; ожидаемые виды использования Интернета; физический и стоимостной объем операций по Интернету; темпы внедрения;

с) результативность: воздействие на показатели деятельности компании; преимущества электронной торговли.

23. На основе вышесказанного специалисты, участвующие в проекте развития статистики в рамках Центрального статистического управления, в момент составления вопросника определили, что Венгрия находится по сути на первом этапе развития статистики; однако процесс развития статистики уже достиг того момента, когда необходимо интегрировать показатели интенсивности, с тем чтобы можно было измерить первые признаки этапа интенсивности к тому моменту, когда подойдут сроки проведения первого обследования. Поэтому при составлении вопросника упор делался в первую очередь на измерении готовности и во вторую очередь на измерении интенсивности, при этом измерение результативности рассматривалось нами как дальнейший шаг по пути развития статистики. Именно в силу экономической важности начального этапа и распространения электронной торговли мы пришли к выводу, что процесс достиг наивысшей степени развития в деловой сфере и в свете его ожидаемых результатов именно в этой сфере ощущается наибольшая потребность в измерении, поэтому эти начальные обследования должны быть ориентированы на деловой сектор.

24. В момент принятия нами решения относительно выработки второго важного определения в нашем распоряжении имелись лишь рекомендации в отношении такого определения. На основании рекомендаций можно выделить три

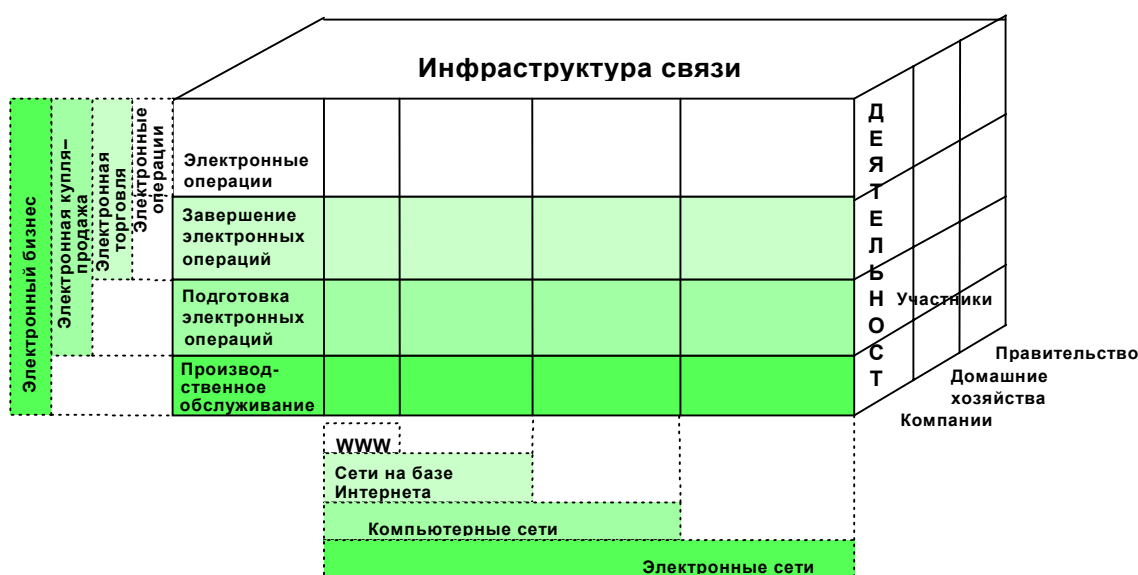
важных аспекта процесса, поэтому до составления вопросника нам необходимо было принять решение по следующим трем аспектам:

а) охват деятельности: какая часть электронных процессов должна быть охвачена обследованием (электронные операции, электронная торговля, электронная купля-продажа, электронный бизнес);

б) охват инфраструктуры связи: какое количество возможных средств осуществления деятельности должно быть включено в определение Интернет, Экстранет, ЭОД, ЭОД через Интернет, электронная почта, WAP;

с) охват участников: какие виды торговых связей должны быть охвачены обследованием в зависимости от направленности связей (между компаниями, между компаниями и домашними хозяйствами, между компаниями и правительством).

### Виды деятельности и инфраструктура связи: категории определений



Источник: ОЭСР.

#### Охват деятельности

25. Совместно с нашими специалистами, участвующими в проекте, мы согласились с тем, что, поскольку мы находимся на начальном этапе процесса и предполагаем, что внедрение электронной торговли будет распространяться в направлении от более простых к более сложным формам, в первую очередь следует провести измерение более простых процессов и после этого на последующих этапах развития статистики следует перейти к измерению более сложных процессов. Рекомендации ОЭСР, касающиеся определений, помогли нам решить, как расположить перечисленные понятия в порядке от самого простого к наиболее сложному (электронные операции, электронная торговля, электронная купля-продажа, электронный бизнес).



Вышеуказанные понятия имеют следующее содержание:

- электронная операция: заказ, покупка, продажа;
- электронная торговля: электронные операции плюс выписка счетов, расчеты, финансирование, доставка, послепродажное обслуживание;
- электронная купля-продажа: электронная торговля плюс маркетинг, реклама, анализ рыночной конъюнктуры;
- электронный бизнес: электронная купля-продажа плюс закупки, управление запасами, управление производством.

Представляется очевидным, что на практике измерение простейшего процесса следует производить в первую очередь.

#### *Охват инфраструктуры связи*

26. Что касается возможных средств осуществления деятельности, то с учетом мнения специалистов относительно уровня развития нашей инфраструктуры мы должны были выбрать из четырех альтернативных вариантов (от самого узкого до самого широкого толкования), а именно: какие электронные операции следует учитывать и с помощью каких средств они осуществляются:

- WWW: только активные веб-страницы общего пользования в Интернете;
- сети на базе Интернета: WWW плюс Экстранет, ЭОД через Интернет, WAP, веб-телевидение;
- компьютерные сети: сети на базе Интернета плюс ЭОД, сеть с дополнительными услугами (VAN);
- электронные сети: компьютерные сети плюс факсимильная, телефонная сеть.

27. В отличие от заключения, сделанного в отношении электронных процессов, в данном случае мы пришли к выводу, что в деловой сфере разработка инфраструктуры и внедрение сети более развиты, чем внедрение осуществляемых с их помощью электронных процессов, и сбор данных об инфраструктуре ИКТ имеет весьма важное значение уже на начальном этапе, даже несмотря на то, что осуществляемые с их помощью электронные процессы едва ли поддаются измерению. Как показывает наш международный опыт, независимые от Интернета сети, например ЭОД, играют весьма важную роль в электронных операциях во многих странах. Кроме того, мы считаем, что, отслеживая только операции, осуществляемые по Интернету, мы не сможем зафиксировать тот момент, когда электронные операции начнут осуществляться за пределами сетей, работающих на базе Интернета. Поэтому мы выбрали в данном случае третий, более сложный этап возможного определения понятий, т.е. мы распространили охват нашего обследования на все компьютерные сети.

#### *Охват участников*

28. В зависимости от направленности торговых связей нам необходимо было выбрать виды связей, которые будут охвачены нашим обследованием. Совместно с группой экспертов было принято однозначное решение, а именно распространить охват обследования на все виды возможных связей (между компа-

ниями, между компаниями и клиентами, пр.), даже несмотря на тот известный нам факт, что в настоящее время операции в деловой сфере представлены лишь связями между компаниями.

29. Резюмируя примененное нами определение, мы можем отметить, что определение составлено из модулей, основанных на международных рекомендациях по трем аспектам (электронный процесс, средства, с помощью которых осуществляется деятельность, и виды связей в зависимости от их направленности).

30. Поэтому охват обследования можно представить в следующем обобщенном виде: что касается содержания обследования, то учитывается каждая электронная операция (заказ, покупка, продажа) вместе с любой возможной направленностью такой операции (между компаниями, между компаниями и клиентами, пр.), осуществляемой по компьютерным сетям (сети на базе Интернета плюс ЭОД, VAN) независимо от того, производятся ли доставка и оплата по сети или же традиционным способом.

## **6. Определение различных характеристик обследования**

31. При определении понятийного аппарата мы приняли решение и по некоторым другим важным характеристикам обследования. Мы столкнулись со следующими вопросами: следует ли проводить обследование электронной торговли независимо или же его следует объединить с другими, уже существующими методами сбора данных, а также какой тип выборки нам следует использовать в ходе обследования. Время принятия решения совпало с реализацией параллельного проекта, связанного с проведением обследования использования ИКТ в деловой сфере. Венгерские эксперты пришли к выводу, что такое обследование следует проводить на основе применяемой ЦСУ максимально широкой выборки в масштабе национальной экономики, и это же требование будет распространяться на обследование электронной торговли. Выбор пал на выборку, применяемую в рамках одного из обследований структуры капиталовложений, проводимых ЦСУ в области статистики бизнеса. Такой ход событий убедил нас в том, что электронная торговля фактически является одним из проявлений использования ИКТ, и поэтому объединение двух вопросов в рамках одного обследования было очевидным решением. При сопоставлении нашего вопросника с образцом вопросника, прошедшим проверку в 2001 году в ходе недавнего проверочного обследования Евростат, можно отметить, что он отвечает требованиям ЕС. Имея модульную структуру, он включает три основных модуля образца вопросника Евростат (использование ИКТ, использование электронной торговли при покупке и использование электронной торговли при продаже). Что касается выбора вопросов, то можно заметить, что включено большинство вопросов каждого блока и что опущены по профессиональным соображениям лишь те вопросы, которые были опущены и теми государствами — членами ЕС, которые в ином отношении занимают передовые позиции в области развития информационного общества и статистических измерений (Нидерланды, Финляндия, Швеция). Составленный таким образом вопросник был представлен внутренним и внешним специалистам Управления для вынесения экспертного заключения, и часть их замечаний была учтена при внесении улучшений в вопросник (подробные сведения о сборе данных приводятся в пункте 36 ниже).

## 7. Опыт, накопленный в ходе проверочного обследования, и его использование

32. Для проверки вопросника мы сочли необходимым провести в июле 2001 года проверочное обследование будущих поставщиков данных. Цель обследования заключалась в ознакомлении с замечаниями поставщиков данных в отношении правильности, ясности вопросов и простоты заполнения вопросника. В группу поставщиков данных для целей обследования были включены 24 предприятия, с тем чтобы можно было охватить все области с точки зрения отрасли, размера и местоположения. Из каждой отрасли было выбрано по два предприятия. Половина из них была представлена предприятиями с низким показателем чистой выручки от продаж (1–20 млн. венгерских форинтов в месяц), а другая половина была представлена предприятиями с высоким показателем чистой выручки от продаж (свыше 4 млрд. венгерских форинтов). Шестидесят три процента компаний базируются в столице, и 37 процентов в остальной части страны. Путем личных собеседований с привлечением внешних специалистов по их проведению для проведения обследования была выбрана независимая компания.

### *Проблемы*

33. Обследование помогло выявить несколько типичных проблем:

а) очевидно, что некоторые поставщики данных (особенно малые предприятия) испытывают серьезные трудности с проведением различия между Интернетом, ЭОД и ЭОД через Интернет, с четким определением понятий и отражением их в своей отчетности. Это создаст проблему для тех предприятий, которые занимаются электронной торговлей, но либо не могут представить данные о выручке и затратах, реализованных через различные сети, либо могут сделать это только со значительными искажениями;

б) по аналогии с международным опытом обследований, электронные закупки также оказались наиболее проблематичным компонентом нашего обследования. Судя по поступившим замечаниям, в этой области мы скорее всего получим наименьшее число ответов, пригодных для оценки, в связи с низкой активностью участия компаний. Наибольшая проблема состоит в том, что электронные закупки не отражаются в их отчетности: в случае компаний, базирующихся в нескольких точках, данные о закупках обычно децентрализованы, и поэтому централизованная оценка невозможна. Опыт подтверждает наше решение отказаться от отдельных вопросов, касающихся ограничений на покупки и продажи, и объединить их для включения в наш вопросник, поскольку мы считаем степень активности достаточно низкой и предполагаем, что ограничения будут одинаковы для обоих видов деятельности;

в) в случае элемента электронных продаж неоднократно вставал вопрос о выборе предельной величины электронной торговли. Поскольку показатель активности использования электронной торговли у многих поставщиков данных весьма низок, необходимо выбрать предельные величины, выше которых данные оборота должны учитываться и ниже которых их можно игнорировать. Если предельные величины не устанавливать, может возникнуть риск потери данных, поскольку поставщики данных будут произвольно игнорировать данные о своем обороте, которые в противном случае могли бы быть учтены. По нашему мнению, для целей сопоставимости необходимо использовать международно принятые предельные величины; однако на первых порах, пока такие

предельные величины не будут установлены, потребуется представить все подающиеся оценке данные, с тем чтобы мы могли точно установить до какого предела данные об электронной торговле при нынешнем уровне активности в современной Венгрии можно игнорировать;

d) подавляющее большинство поставщиков данных считает невозможным представить данные о распределении электронных продаж по их направленности (между компаниями, между компаниями и клиентами, пр.), в то же время они считают возможным представить данные о совокупном объеме;

e) представленные замечания подтверждают, что большинство поставщиков данных в процессе измерения величины продаж не может провести различия между понятиями различных каналов Интернета (Интернет, электронная почта); поэтому часть данных о торговле по электронной почте будет неизбежно смешиваться с данными торговли по Интернету. Поэтому, несмотря на рекомендации Евростат, предлагающие игнорировать торговлю по электронной почте (с чем мы можем согласиться с профессиональной точки зрения), мы предпочли все же оставить вариант электронной почты в виде отдельной статьи среди возможных ответов. По нашему мнению, более четкая формулировка определений в руководстве поможет избежать смешения этих двух понятий и мы сможем также подготовить данные (без учета компонента электронной почты) в соответствии с рекомендациями Евростат;

f) в ходе обследования возникла проблема, когда многие поставщики данных не смогли ответить на группу вопросов, касающихся факторов, ограничивающих использование Интернета и электронной торговли при нынешнем уровне внедрения Интернета. Поэтому мы внесли в вопросы соответствующие уточнения. Добавив несколько пояснительных предложений, мы смогли четко указать, что ответы должны представляться даже теми предприятиями, которые пока не пользуются Интернетом и не ведут электронной торговли, поскольку в этом случае их ответы рассматривались бы по категории причин отказа от использования, а не ограничивающих его факторов, что позволило бы получить не менее важную информацию для оценки факторов, ограничивающих внедрение электронной торговли;

g) в случае некоторых вопросов для нас стало очевидно, что получение более качественных данных требует дальнейшего уточнения определений. Это будет сделано в соответствующих пунктах руководства;

h) один из важных результатов обследования навел нас на мысль о том, что структуру вопросника следует изменить таким образом, чтобы он следовал логике заполняющего его поставщика данных. Стало необходимым объединить в одну группу те элементы, которые будут заполняться одним экспертом, отвечающим в рамках компании за одну конкретную область. По каждому элементу требовалось также указать, какой конкретный отдел уполномочен отвечать на данную группу вопросов. Поскольку в силу сложного характера вопросника требуется сотрудничество специалистов из нескольких конкретных областей, вышеупомянутые указания помогут скоординировать заполнение вопросника в рамках компании. Все необходимые коррективы внесены в вопросник на основании рекомендаций, представленных поставщиками данных.

*Выводы*

34. По результатам обследования можно сделать следующие общие выводы:

- в связи с отставанием от требуемого уровня информационной культуры малые предприятия столкнутся с огромными проблемами при надлежащем заполнении вопросника, особенно те предприятия, которые не могут позволить себе нанять независимого специалиста по вопросам ИТ;
- необходимо дальнейшее уточнение вопросов для тех малых предприятий, которые не занимаются деятельностью в обследуемых областях и не в состоянии представить ответы на некоторые вопросы и блоки вопросов;
- следует сократить количество вопросов и сделать их более ясными, и некоторые определения нуждаются в дальнейшем уточнении;
- элементы вопросника следует скорректировать таким образом, чтобы они отвечали логике заполняющих вопросник поставщиков данных.

*Будущая деятельность*

35. В процессе дальнейшего развития статистики будут решаться следующие задачи:

- мы хотели бы продолжить наше активное участие в международной деятельности рабочих групп ОЭСР и Евростат по вопросам развития статистики; любые новые результаты такой деятельности будут постоянно учитываться применительно к нашим условиям;
- мы намерены сделать вопросник еще более удобным для пользования. В порядке эксперимента мы планируем поделить весь вопросник или какую-либо его часть на сегменты и в зависимости от того, к какому блоку вопросов они относятся, вставить эти пояснительные сегменты в соответствующие блоки, с тем чтобы заполняющие вопросник лица могли легко ознакомиться с необходимой справочной информацией;
- в соответствии с ходом развития электронной торговли в Венгрии мы сделаем еще один шаг вперед в процессе статистического наблюдения за категориями электронной деятельности (электронная торговля, электронная купля-продажа, электронный бизнес), которые наполняются все более многообразным содержанием;
- вопросники были представлены на рассмотрение районных отделений Центрального статистического управления для получения их экспертного заключения. Этот процесс был недавно завершен. Поскольку их деятельность в области учета и контроля данных во многом определяет качество статистической информации, при дальнейшей разработке вопросника будут учтены некоторые из их полезных замечаний. В силу концептуальной новизны вопросника и предъявляемых в нем высоких требований к информации в области ИТ перед нами встает новая задача, совершенно отличная от тех задач, которые решались при составлении любых предыдущих вопросников, поэтому следует позаботиться о тщательной подготовке персонала, работающего в отделениях.

36. Ниже приводятся подробные сведения о сборе данных:

1. Название процесса сбора данных.  
Отчет о наличных запасах и применении информационно-коммуникационной техники
2. Объект сбора данных.  
Обследование наличной информационно-коммуникационной техники, изменений ее стоимости, процента компаний, имеющих доступ к такой технике, и положения в области электронной торговли в Венгрии
3. Метод сбора данных.  
Обследование на основе вопросника
4. Справочный период.  
Обследование наличных запасов и применения информационно-коммуникационной техники для целей сбора данных проводится ежегодно; данные относятся к обследуемому году
5. Выборка.  
Поставщиками данных являются все предприятия с численностью сотрудников более 19 человек; предприятия с численностью сотрудников менее 20 человек включаются в обследование. Источником служит Реестр экономических организаций; предприятия отбираются для целей представления данных на основе случайной типологической выборки. В целом отобрано 23 564 предприятия. Обследуются отрасли от А до О согласно Венгерской классификации видов деятельности (ТЕАОР)
6. Рассылка вопросников.  
Вопросники и прилагаемые к ним руководства были разосланы для заполнения в декабре 2000 года
7. Крайний срок для представления заполненных вопросников.  
Предприятия представляют заполненные вопросники по почте самое позднее к 31 марта 2002 года
8. Напоминание.  
Если предприятия, отобранные для представления данных, не представят заполненный вопросник к указанному крайнему сроку, они будут уведомлены по телефону об истечении крайнего срока
9. Доступ к данным.  
Обработанные данные вопросника будут опубликованы в периодическом издании, которое планируется выпустить в конце 2002 года.