

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ  
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

# **ИННОВАТИКА – 2011**

*Сборник материалов*

**VII Всероссийской научно-практической конференции  
студентов, аспирантов и молодых ученых  
с элементами научной школы**

*26–28 апреля 2011 г.*

*г. Томск, Россия*

## **Т. 2**

Под ред. проф. А.Н. Солдатов, доц. С.Л. Минькова

**Организаторы:**

- Национальный исследовательский Томский государственный университет
- Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники
- Российский государственный университет инновационных технологий и предпринимательства
- Сургутский государственный университет
- ООО «ЛИТТ»

При поддержке Российского фонда  
фундаментальных исследований

**Томск  
2011**

схемам, таблицам, иллюстрациям. Авторские аудиокomentarии позволяют придать материалу эмоциональную окраску, а иногда и продублировать текст, подчеркивая его важность. Эффективным средством представления учебной информации может служить и слайд-шоу – видеоряд с синхронным звуковым сопровождением;

– *видеолекцию* – видеозапись лекции, читаемой автором курса с наиболее сложными теоретическими аспектами.

Создание многоцелевого программного комплекса позволит автоматизировать разработку высокоэффективных методик в области спектроскопии, создаваемых на химическом факультете ТГУ.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. *Головчинер М.Н., Отмахов В.И., Петрова Е.В.* Автоматизация рабочего места химика-спектроскописта с целью создания высокоэффективных методик анализа для различных объектов // VII научная конференция «Аналитика Сибири и Дальнего Востока» (13–18 октября 2008 г.). Томск, 2008. С. 89–90.

2. *Васильев В.П.* Аналитическая химия: В 2 ч. Ч. 2: Физико-химические методы анализа: Учеб. для хим.-технол. спец. вузов. М.: Высш. шк., 1989. 384 с.

3. *Гребеньков М.А.* Подсистема окончательного оценивания для ПО «АРМ химика-спектроскописта» // Инноватика – 2010: Сборник материалов VI Всерос. науч.-практ. конф. Томск: ТМЛ-Пресс, 2010. Т. 2. С. 18–21.

4. *Новак В., Перфильева И., Мочкорж И.* Математические принципы нечеткой логики / Пер. с англ.; Под ред. А.Н. Аверкина. М.: Физматлит, 2006. 352 с.

## В2В В РОССИИ: ПРОБЛЕМЫ И СТАТИСТИКА

*О.А. Кирекова, С.Л. Миньков*

Томский государственный университет  
oleksiya@sibmail.com

На рынке электронной торговли традиционно выделяют три наиболее активных сегмента: В2В (системы электронной коммерции между юридическими лицами); В2С (системы электронной коммерции между юридическими лицами и физическими); В2G (системы электронной коммерции между юридическими лицами и государственными учреждениями) [1].

Национальная ассоциация участников электронной торговли (НАУЭТ) приводит следующие данные по сегментам электронной торговли в России (табл. 1).

## Оборот электронной торговли за 2008 г.

Название сегмента	Оборот за 2008 г.	
	млрд руб.	%
B2C	110	86
B2G	14,27	11
B2B	4,04	3
Итого:	128,31	

B2B (бизнес для бизнеса) является наиболее широко используемой и известной концепцией управления в мире. По сути, это маркетинговые стратегии, которые включают приобретение товаров или услуг между предприятиями. Другими словами, это бизнес, который продает товары или предоставляет услуги другим предприятиям. B2B является средством для управления отношениями между бизнес-поставщиками и клиентами путем создания корпоративного доверия и авторитета, которые сводятся в тенденции, связанные с управлением цепочками поставок с участием поставщиков и союзов покупателей. Значение концепции B2B рассматривается как растущая тенденция электронной коммерции. Сети Интернет способствует расширению B2B, предоставляя возможность создания многочисленных веб-сайтов – электронных торговых площадок (ЭТП) (рис. 1) [2].

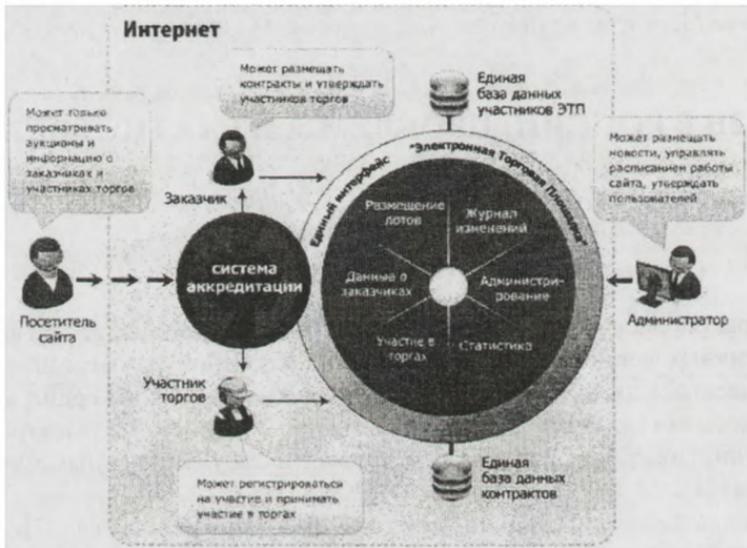


Рис. 1. Принцип работы электронной торговой площадки

Основной задачей В2В-сектора является повышение эффективности работы компаний за счёт снижения затрат на подготовку торговых процедур и расширения географии бизнеса до масштаба всего мира. Также в задачи В2В-сектора входят:

- ускорение взаимодействия между предприятиями-партнерами;
- построение безопасных каналов обмена информацией;
- тесное партнерство и совместное развитие предприятий-партнеров.

Но, к сожалению, в России электронная коммерция развивается медленнее, чем в других странах. Основные причины:

- отсутствие эффективной бизнес-модели для создания электронной торговой площадки;
- недостаточные усилия организаторов торговой площадки для формирования участников рынка о сайте;
- низкий уровень юзабилити российских В2В-систем (плохо проработанные каталоги, отсутствие регистров поставщиков и клиентов, отсутствие функции поиска);
- правовые проблемы, в частности, трудности в электронной проверке документов (путем использования электронной цифровой подписи);
- недостаточно широкая сеть удостоверяющих центров для идентификации пользователей;
- низкий уровень конфиденциальности информации [3].

Несмотря на это рынок становится более открытым и появляется масса возможностей взаимодействия и приобретения необходимых услуг на локальном рынке, избавляя от необходимости импорта материалов и оборудования из-за рубежа или продолжительного поиска делового партнера. Система В2В может быть как открытой, которую могут видеть и посещать обычные пользователи или другие возможные партнеры, так и закрытой – существующей только для определенных партнеров или рабочих групп и исполняющей только определенные технологические функции.

По функциональным возможностям среди сайтов В2В можно выделить следующие группы:

– *Каталоги.* Являются наиболее тривиальным вариантом сайта типа В2В, где покупатели находят продавца товарных позиций с фиксированной ценой.

– *Электронные биржи.* Функционально подобны реальным биржам. Используются в основном для торговли товарами широкого потребления, такими как зерно, бумага, металл и т.д.

– *Аукционы.* Такие сайты функционально подобны реальным аукционам и виртуальным аукционам В2С, но в силу специфики модели В2В часто используются для продажи излишков запасов.

– *Электронные сообщества.* Существует много направлений, кроме привычных всем бизнес транзакций, в которых бизнесу может потребоваться участие партнеров. Например, разного рода исследования, политическое лоббирование или обмен идеями. Интернет является идеальной средой для объединения усилий и интересов [4].

Любая организация стремится к сокращению издержек на поиск новых партнеров. Наиболее популярным решением является перевод закупок на электронные торговые площадки (ЭТП). В качестве ЭТП может выступать любой Интернет-ресурс, посредством которого заключаются сделки купли-продажи между предприятиями – покупателями и продавцами.

Значительную роль на российском рынке играют следующие крупнейшие межотраслевые площадки России (табл. 2).

Таблица 2

Крупнейшие межотраслевые торговые площадки России

Название площадки	Web-сайт
B2B-Center	<a href="http://www.b2b-center.ru">www.b2b-center.ru</a>
SETonline	<a href="http://www.setonline.ru">www.setonline.ru</a>
ONLINECONTRACT	<a href="http://www.onlinecontract.ru">www.onlinecontract.ru</a>
Tender.Pro	<a href="http://www.tender.pro">www.tender.pro</a>
«ТЭС Электра»	<a href="http://tzelektra.ru">tzelektra.ru</a>

В системе B2B-Center за 2009 г. было проведено более 7 713 торгов на общую сумму 35,8 млрд руб. (для сравнения: оборот крупнейшей B2B-площадки мира Alibaba.com ([www.alibaba.com](http://www.alibaba.com)) в 2010 г. составил 43,4 млрд руб.).

В систему B2B-Center входит множество специализированных и региональных площадок (табл. 3).

Исследование Департамента консалтинга РБК «Российский рынок электронной торговли в сегментах B2B и B2G» [5] продемонстрировало, что электронные торги в межкорпоративном секторе завоевывают все большую популярность. Об этом говорит как абсолютный рост числа участников торгов у всех ключевых игроков рынка, так и рост среднего числа заявок на одну торговую процедуру.

На конец 2009 г. в различных торговых системах было зарегистрировано около 88 тыс. компаний, что в 6 раз превышает показатель 2006 г. (табл. 4).

Провести подробную статистику сегмента В2В представляется затруднительным из-за отсутствия на ЭТП раздела статистики.

Таблица 3

**Специализированные площадки, входящие в систему В2В-Center**

Название площадки	Web-сайт	Сфера деятельности
В2В-НПК	<a href="http://www.b2b-npk.ru/">http://www.b2b-npk.ru/</a>	Нефть, газ
В2В-Энерго	<a href="http://www.b2b-energo.ru/">http://www.b2b-energo.ru/</a>	Энергетика
В2В-Авиа	<a href="http://www.b2b-avia.ru/">http://www.b2b-avia.ru/</a>	Гражданская авиация
В2В-Металлург	<a href="http://www.b2b-metallurg.ru/">http://www.b2b-metallurg.ru/</a>	Горнодобывающая промышленность, металлургия
В2В-Агро	<a href="http://www.b2b-agro.ru/">http://www.b2b-agro.ru/</a>	Агропромышленный комплекс
В2В-ЖКХ	<a href="http://www.b2b-gkh.ru/">http://www.b2b-gkh.ru/</a>	Жилищно-коммунальный сектор
В2В-Авто	<a href="http://www.b2b-auto.ru/">http://www.b2b-auto.ru/</a>	Автомобильная промышленность
В2В-Телеком	<a href="http://www.b2b-tele.com/">http://www.b2b-tele.com/</a>	Телекоммуникационный сектор
В2В-Страхование	<a href="http://www.b2b-strahovanie.ru/">http://www.b2b-strahovanie.ru/</a>	Услуги страхования
В2В-Интехно	<a href="http://www.b2b-intechno.ru/">http://www.b2b-intechno.ru/</a>	Рынок инноваций
В2В-Стройка	<a href="http://www.b2b-stroyka.ru/">http://www.b2b-stroyka.ru/</a>	Рынок строительных подрядов и материалов
В2В-Холод	<a href="http://www.b2b-holod.ru/">http://www.b2b-holod.ru/</a>	Рынок для предприятий, использующих искусственный холод
В2В-Банк	<a href="http://www.b2b-bank.ru/">http://www.b2b-bank.ru/</a>	Рынок банковских услуг

Таблица 4

**Динамика количества участников  
межкорпоративных электронных торгов 2006–2009 гг.**

Год	Общее число участников, тыс. комп.
2006	13,5
2007	28,6
2008	56,8
2009	88,2

Это еще один значительный недостаток российских площадок, в то время как зарубежные ЭТП имеют подробную статистику, обновляющуюся каждую минуту. Помимо этого зарубежные площадки привлекают информационные сайты для размещения своих достижений, тем самым давая дополнительную рекламу.

## ЛИТЕРАТУРА

1. *BeGet*. Словарь терминов [Электрон. ресурс]. Режим доступа: <http://81222.131.100/>.
2. *Business to business (B2B): A global market trend* [Электрон. ресурс]. Режим доступа: <http://www.helium.com/items/381586-business-to-business-b2b-a-global-market-trend>.
3. *Information Policy* [Электрон. ресурс]. Режим доступа: <http://www.i-policy.org/2011/02/b2b-b2c-and-b2g-through-e-commerce-in-russia.html>.
4. *Genon* [Электрон. ресурс]. Режим доступа: <http://www.genon.ru/GetAnswer.aspx?qid=b48bd04f-f782-43b5-aa66-2421701711f4>.
5. *Железнова О.* Российский рынок электронной торговли в сегментах B2B и B2G [Электрон. ресурс]. Режим доступа: <http://b2blogger.com/articles/it/246.html>.

## ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ БИЗНЕС-ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ИНТЕРНЕТЕ

*М.А. Савельева, С.Л. Миньков*

Томский государственный университет  
Savelueva1990@mail.ru, smin@tic.tsu.ru

В начале 70-х гг. XX в. заключение договоров в предпринимательской и потребительской сфере путем электронного обмена данными стало реальностью. В современном мире электронная торговля приобрела глобальный и разветвленный характер. Это потребовало обновления и совершенствования правовой инфраструктуры бизнеса, а также создания специальных юридических норм и правил, адресованных непосредственно бизнесу «on-line». Сегодня разрабатываются и применяются юридические нормы и правила, относящиеся к электронным торговым сделкам нового поколения, так называемым «услугам информационного общества».

Одна из важных проблем правового регулирования сети Интернет связана с электронной коммерцией и вызывает наибольший интерес у законодателя. Среди проблем этой сферы можно выделить вопросы определения места и времени заключения договора, достоверного определения стороны по договору, бухгалтерского учета и налогообложения электронных сделок и многое другое. Кроме того, в сети возникают проблемы защиты информации вообще, конфиденциальной информации и коммерческой тайны в частности [1].

Стандартные условия заключения гражданско-правовых договоров в электронной форме разработаны в Рекомендациях ООН в отношении Ти-