

# Введение в электронную коммерцию

The purpose of these notes is to introduce the readers to a phenomenon, which has been unknown to most people of our country; it is "electronic commerce". How an enterprise may benefit from using it? How can it be used?

Цель настоящих заметок ознакомить читателей журнала с новым для большинства населения нашей страны явлением, которое называется - электронная коммерция. Что она может дать предприятию и как это осуществляется на практике? Нужно сказать, что успехи отечественных предприятий в этом деле пока еще более чем скромны. Мы не будем приводить статистику и факты - они еще не внушают радости.

Отметим вначале, что количество публикаций по этому вопросу огромно. Но большинство из них рассчитаны на специалистов или на читателя, подготовленного в области информационных технологий, и вполне способны скорее напугать наших мебельщиков, чем оказать им помощь. Поэтому наша задача сделать это на максимально понятном языке.

Что такое Internet (Интернет)? Многие думают, что это занятие для компьютерщиков или очередное молодежное повейрие. Однако это дитя НТР уже вылезло из своей силиконовой бутылочки и решительно проникает в те сферы деятельности, в которых десять-пятнадцать лет назад даже признанные профессионалы не могли и предполагать его появления. За триллион долларов малыш вышел не хиленький и очень любознательный. Все ему интересно; и музыка, и литература, и естественные науки, и психология, и шахматы, и политика, и военные игры и даже любовные утехы. Добрался он и до священной коровы бизнеса - оптовой и розничной торговли.

С точки зрения техники, в Интернете нет ничего загадочного - это просто очередной этап развития электросвязи. Интернет при посредстве персонального компьютера объединяет в одно целое свойства и возможности телефона, телеграфа, телевизора и телефакса и обеспечивает, в силу этого, значительное увеличение производительности человеческого труда при передаче и обработке информации, т.е. научной работы, инженерии, бухгалтерии, управленческого труда и т.д. и т.п.

В настоящее время Интернет - это мировая телекоммуникационная интерактивная сеть, содержащая крупные нацио-

нальные магистральные сети и огромное количество региональных и локальных сетей по всему миру. Само слово Internet - это сокращение от International Network, т.е. международная сеть.

Сеть Интернет использует специальные единообразные протоколы обмена информацией (TCP/IP), позволяющие отдельным компьютерам сети обмениваться различными видами информации (цифры, текст, голос, графика, видео) в реальном масштабе времени и автоматически, без дополнительных настроек, понимать друг друга. Отметим, что компьютеры могут быть самыми разнообразными (персональные, корпоративные, специализированные, разных моделей и фирм-производителей), а каналы связи между ними могут быть проводными и беспроводными, соединения - постоянными и временными.

## Некоторые вехи Интернета:

1969 - год рождения Интернета (сеть АРПА Network, США),  
1981 - начат массовый выпуск персональных компьютеров IBM PC на базе процессора Intel,  
1990 - зарегистрированы первые в России общедоступные коммерческие электронные сети (Гласнет, Релком) и первые домены (адреса) SU (Soviet Union),  
1994 - первая конференция по Интернету в странах бывшего СССР,  
1995 - первое российское информационное агентство в сети (Росбизнесконсалтинг),  
1996 - мировой объем продаж через сеть достиг \$1,1 млрд., в т.ч. \$0,5 млрд. - розница,  
1997 - входит в обиход употребление терминов e-commerce (электронная коммерция) и, соответственно, e-business (электронный бизнес).  
1998 - первый миллион пользователей Интернета в России,  
1999 - первая встреча В.В.Путина с представителями интер-

нет-сообщества,

2002 - оборот электронных магазинов США превысил \$15 млрд.,

2003 (октябрь) - написаны эти заметки для публикации в журнале "Мебельный мир".

Более подробно см., например, "Летопись российского Интернета" Е. Горный ([http://www.russ.ru/netcult/ru\\_1990.html](http://www.russ.ru/netcult/ru_1990.html)).

По данным исследовательской компании Комкон, регулярная аудитория российских пользователей Интернета к началу 2003 года составила 5,1 миллиона человек (с нерегулярными пользователями - около 10 млн. россиян).

### Некоторые сложившиеся аббревиатуры, термины и определения

#### Главные понятия

IT - информационные технологии - совокупность методов, производственных и программно-технологических средств, объединенных в технологическую цепочку, обеспечивающую сбор, хранение, обработку, вывод и распространение информации.

PR (сокр. от public relation) - общественные отношения (пиар, пиарить, пиарщики и т.п.).

World Wide Web или WWW - "всемирная паутина" - часть Интернета, наиболее часто используемая телекоммуникационная структура для взаимодействия между пользователями Интернета.

Web-site (web-сайт, сайт) - совокупность web-страниц, объединенных по смыслу, навигационно и физически, как правило, находящихся на одном сервере, например сайт Вашей компании.

Web-page (web-страница, страница) - составная часть web-сайта. Физически представляет собой HTML-файл. Может содержать текст, изображения и другие элементы.

Portal (портал) - это web-сервер, отдельный компьютер (часть компьютера или группа компьютеров), исполняющий в сети роль "отправной точки" для пользователей. Как правило, этот сервер совмещает в себе разнообразные функции с целью удержать клиента как можно дольше. Доминирующим сервисом является сервис справочной службы (поиск, рубрики, финансовые индексы, информация о погоде и т.д.). Существуют следующие виды порталов: порталы общего назначения (General Portal); вертикальные порталы, или порталы-ниши (Vertical Portal, Niche Portal); смешанный портал (Blended Portal), сочетающий в себе функции электронной торговли и классические справочные сервисы.

On-line (он-лайн) - режим работы компьютера или пользователя, в данный момент находящегося в сети, т.е. интерактивный, действующий; соответственно, off-line (оф-лайн) - режим автономной работы, т.е. работа вне сети.

Уже по этим нескольким понятиям мы видим, что они, как и футбольные термины, имеют английское происхождение, не всегда поддаются русификации и к ним придется привыкать. **Язык современного бизнеса - это язык информационных технологий.**

#### Международная классификация видов электронной коммерции

B2B (business-to-business) - электронная коммерция типа "компания - компания", т.е. осуществление сделок и других форм взаимодействия между компаниями или организациями. Ожидаемые объемы мировой торговли в 2003 г. в секторе

B2B - \$2,4 триллиона. Пример взаимодействия B2B ("бизнес для бизнеса") - электронная биржа или торговая площадка для оптовых закупок.

B2C (business-to-consumer) - электронная коммерция типа "бизнес - потребитель", т.е. осуществление сделок между компаниями и организациями, предлагающими товары общего назначения, с одной стороны, и конечными потребителями этих товаров, с другой стороны. Классическим примером торговой системы B2C являются интернет-магазины. Ожидаемые объемы мировой торговли 2003 г. в секторе B2C - \$95 млрд.

B2G (business-to-government) - "бизнес - правительство" - электронные торговые системы, предназначенные для продажи продукции коммерческих структур правительственным учреждениям. Обычно создаются для обеспечения материально-технического снабжения государственных структур.

C2B (consumer-to-business) - электронная коммерция типа "потребитель - предприятие", т.е. осуществление сделок между индивидуальным производителем товаров или услуг, с одной стороны, и предприятиями, с другой стороны. Примерами может служить продажа фермерами своей продукции коммерческим предприятиям, предоставление им услуг (консультационных, транспортных) частными лицами.

C2C (consumer-to-consumer) - электронная коммерция типа "потребитель - потребитель", т.е. выполнение сделок между частным производителем товаров или услуг, с одной стороны, и частным потребителем этих товаров или услуг, с другой стороны (т.е. частными лицами).

Важно запомнить эти буквенные сочетания, так как они серьезно помогут вам в поиске и понимании дальнейшей информации по этим вопросам.

Примечание. Следует иметь в виду, что в этих принятых словосочетаниях на первом месте стоит продавец, а на втором покупатель, поэтому в системах C2B и C2C под стоящим на первом месте "потребителем" подразумевается все же индивидуальный поставщик товара или услуги, т.е. физическое лицо.

На наш взгляд, наиболее правильным способом овладения электронными премудростями является практическая работа. Нужно просто поставить современный компьютер и начинать заниматься электронной коммерцией.

Некоторые подчиненные любят иногда поморочить голову начальству, особенно в тех вопросах, в которых оно "не рубит". Не нужно бояться показать незнание или совершить ошибку. Новая техника нова для большинства людей, а Ваша задача снизить затраты и повысить эффективность предприятия.

### Ваши первые шаги в сети

**Шаг № 1. Подключение.** Некоторые его уже сделали. Если нет - не нужно рефлексировать. Все только начинается, и Вы совсем не опоздали, а только слегка задержались за другими важными делами. В каждом городе есть большое количество компаний (провайдеров), осуществляющих подключение и другие сетевые услуги. Если Вы сумеете догадаться, что для Вашего бизнеса Интернет это всерьез и надолго, то главный критерий при подключении - это качество связи (скорость передачи данных и отсутствие сбоев). В городах маленьких целесообразно объединить усилия нескольких предприятий - будет дешевле. Может быть, существует региональная или "специальная" программа, которая реализуется рядом. Моби-

лизуйте своего депутата. Если не выходит, делайте качественную линию на спонсорские или свои кровные, потом можно часть продать или сдать в аренду. Имейте в виду: Интернет много заразной пневмонии.

**Шаг № 2. Освоение виртуального пространства.** Более чем просто. В каждом компьютере уже установлены основные программы, необходимые для выхода в Интернет - как правило, продукты фирмы Майкрософт (сетевой обозреватель Internet Explorer, почтовая программа Outlook Express и пр.). Другие несложно установить с диска или из сети, где их существует большой выбор. Элементарный поиск информации в сети можно освоить за несколько дней (поисковые машины Яндекс, Апорт, Рамблер, Google и другие). По ключевым словам Вы легко найдете в сети своих коллег (конкурентов), отраслевые порталы, городское (районное) начальство, новости, энциклопедии, словари, системы автоматизированного перевода, тематические информационные и торговые порталы, разнообразные сплетни и вообще море информации по самым различным вопросам, которые могут Вас заинтересовать. Труднее в этом море не заблудиться и не утонуть. Здесь поможет популярная литература, в том числе сетевая, и, конечно, приобретаемый опыт.

Кто должен иметь право доступа в комнату с железной дверью? Только самые достойные сотрудники предприятия, проверенные и морально устойчивые. Как контролировать доступ? Так же, как и раньше: пришел, расписался в журнале, поработал, составил рапорт, сдал ключ. Лучше человек работает - больше доступа, хуже - лишит его на недельку-другую. Пусть знает, кто в доме хозяин. Неплохо установить очередность: понедельник - экономисты, вторник - конструктора, среда - технологи, четверг - санитарный день и т.д. Так сделано на одном из наших мебельных объединений. Руководство очень довольно. Не скажу на каком - боюсь, замучают вопросами. Можно внедрить и карточную систему или организовать комиссию. Вариантов множество - все зависит от Вашей фантазии.

**Шаг № 3. Научился читать - научись и писать.** Прочитайте какую-нибудь брошюру для ознакомления с основными терминами. Скачайте из сети и установите на свой компьютер, например, бесплатную официальную программу Netscape Communicator 7, которая снабжена специальным редактором (опция "Composer"), и Вы можете приступить к опытам по web-дизайну. Прекрасная бесплатная площадка для этого [www.narod.ru](http://www.narod.ru). Это удовольствие займет у вас от нескольких дней до нескольких месяцев, пока вы не созреете для создания web-сайта своего предприятия. Значит, Вы уже прошли курс дошкольного пригготовительного образования. Примите наши поздравления.

**Шаг № 4. Начинаем делать сайт предприятия.** Возможно, Вы открыли в себе талант web-дизайнера. Тогда дальше эти заметки Вы можете не читать: дарование само пробьет себе дорогу. Если нет, рекомендую обратиться в квалифицированную фирму, занимающуюся дизайном и другими услугами в этой области. Можно ли сделать сайт фирмы самому? Можно, но скорее всего - не нужно. У предприятия есть и иные заботы. Важнее другое. Профессиональные дизайнеры не могут знать в тонкостях особенности Вашего бизнеса и Ваша задача правильно сформулировать свои требования к сайту (техническое задание), а затем совместно с ними и собственным коллективом наполнить сайт соответствующим содержанием.

**Аксиомы сайтостроительства:** Лучше маленький и аккуратный сайт, чем никакого. Лучше маленький и аккуратный сайт, чем большой и не аккуратный. Лучше большой и аккуратный сайт, чем маленький и не аккуратный. Широко шагая - штаны порвешь.

Разработка сайта предприятия - задача, требующая и творческого подхода и соответствующего уровня квалификации и времени. Поэтому я сторонник поэтапного строительства сайта. Разумеется, если Вы располагаете хорошими специалистами в этой области, Вы можете позволить себе и сложный масштабный проект, как говорится, под ключ.

Начальный этап создания сайта предприятия (виртуального представительства) предполагает решение следующих задач:

- создание виртуальной визитной карточки предприятия, предъявляемой всему цивилизованному человечеству,
- продвижение торговой марки, продукции и услуг на рынок, как части стратегии маркетинга и рекламной компании фирмы,
- информирование потенциальных потребителей об ассортименте, свойствах и качествах Вашей продукции,
- постоянное информирование Ваших партнеров о новинках в ассортименте, условиях поставок, ценах и т.п.

Ни печатная продукция, ни радио, ни телевидение не позволяет подавать информацию в столь удобном и презентабельном виде, как профессионально сделанный сайт.

Сайт поможет сотрудникам Вашего предприятия экономить время при объяснении дилерам, партнерам и потенциальным клиентам всевозможных технических и других деталей, касающихся продукции компании. Специальные разделы "Ответы на часто задаваемые вопросы", "Конференции", "Полезная информация", размещенные на сайте, избавляют сотрудников компании от необходимости разъяснять и давать ответы на тривиальные вопросы по телефону, отправлять и принимать факсы, письма и т.п. Фактически сайт - это и проспект, и каталог, и газета, и справочное бюро Вашего предприятия одновременно.

Интернет-представительство позволяет обеспечить постоянную бесплатную обратную связь со своей целевой аудиторией. Использование механизмов обратной связи, анкетирования, опросов, размещенных на веб-сайте, позволяет моментально и без каких-либо дополнительных затрат на количественные маркетинговые исследования получать комментарии и отзывы, результаты тестирования новой услуги, товара, проводить заочные консультации, выяснять потребности клиентов компании.

Формула ААДДС на все случаи жизни: **аккуратность, актуальность, доступность, достоверность, содержательность.**

### Наиболее характерные ошибки начального периода

Келейность разработки, недостаточная или избыточная информативность, неудачный подбор ключевых слов в названиях и текстах, неправильная рубрикация разделов, устаревшая или непроверенная информация, отсутствие и слабость систем внутренней навигации, низкое качество и неверный размер иллюстраций, опечатки, не работающие внутренние и внешние ссылки, трудная читаемость вследствие неудачного выбора цветовой гаммы и размеров шрифтов, медленная загрузка страниц, чрезмерная официальность или легкомысленность.

Непрофессионально, кустарно сделанный сайт может отпугнуть потенциальных клиентов компании, в то время как грамотно спроектированное и функционирующее интернет-представительство поможет ей осуществить новые выгодные деловые контакты. Сайт - это Ваше лицо в сети. Находящиеся за тысячи километров клиенты могут никогда и не побывать на предприятии, но воспринимать они его будут таким, каким оно представлено в сети. Поэтому крайне желательно непосредственное участие в разработке сайта руководителя предприятия и ведущих служб. Именно это условие поможет избежать вышеназванных и других ошибок.

Не исключено, что создание сайта как Вашего представительства в сети послужит поводом к уточнению стратегии предприятия и других, связанных с этим делом, вопросов. На базе сайта можно создать и внутренний корпоративный портал, облегчающий доступ к информации сотрудников и повышающий эффективность работы информационной системы компании в целом.

Сколько может стоить разработка сайта при заказе у дизайнера или фирмы? В зависимости от сложности поставленной задачи и раскрученности разработчика примерно от \$100 до \$5-6 тыс.

#### **Шаг № 5- Начинаем электронную коммерцию.**

Интернетско-русский разговорник (Проект Яндекс, 2003) предлагает следующее определение: "Электронная коммерция (англ, e-commerce, синоним - e-коммерция). В самом широком смысле - коммерческая деятельность с использованием Интернета. Как правило, имеются в виду механизмы, позволяющие упростить работу и продавцов и покупателей".

Создав и наполнив свой сайт, Вы уже вступили в ряды электронных продавцов, так как выполнили значительную и основную часть этой работы. Дальше - уже дело техники, т.е. степени автоматизации коммерческой деятельности. Для каждого предприятия, в зависимости от его специализации, вида продукции и его планов, она может быть различной, например: в рукопашную, механизированная, полуавтоматическая и автоматическая.

Парадоксально, но любой компьютер, каким бы сложным и дорогим он ни был, сам по себе не способен ни делить, ни умножать, ни тем более - извлекать квадратный корень. Он может только складывать числа, и на этом его творческие способности заканчиваются. Но зато делает это очень быстро - сейчас уже больше двух миллиардов раз в секунду. Все остальное он выполняет при помощи систем специальных команд, называемых программами или программным обеспечением (soft ware или короче - soft). То есть программист должен выявить структуру процесса, формализовать его алгоритм и описать это на одном из специальных языков программирования. Естественно, что формализация коммерческих процессов дело не простое. Ведь часто мы произносим "искусство торговли". Как формализовать искусство? Ясно, что речь пока идет, в первую очередь, об автоматизации рутинных, повторяющихся, стандартных элементов коммерческой деятельности, т.е. каталогах, базах данных, учете, отчетности и расчетах, которые на 99 процентов и составляют основу коммерческой работы и определяют ее трудоемкость и себестоимость.

Отметим, что в большинстве случаев реализация решений электронной коммерции не требует специальной техники и осуществляется на обычных персональных компьютерах при помощи различных специальных, широко распространенных

программ, располагаемых на компьютерах предприятия или других фирм, осуществляющих сетевые услуги. Теоретически электронный коммерсант может вообще не иметь компьютера, поручив производить эту деятельность от своего имени другой фирме. Так иногда у нас и делается, но это скорее тупиковый путь для Вашего бизнеса.

### **Некоторые сложившиеся и утвердившиеся в мировой практике формы электронной коммерции**

#### **1. Электронный магазин (группа В2С).**

В общей форме представляет собой компьютерную программу, состоящую из нескольких подсистем, реализующих следующие основные функции:

- \*создание и редактирование каталога товаров, включающего подробную информацию о товаре, цены и скидки,
- \*учет наличия, прихода и расхода товаров и регулирование товарных запасов,
- \*взаимодействие магазина с покупателем (консультирование покупателей, прием заказа, его подтверждение, уведомление покупателя о возможности и условиях выполнения заказа, оформление необходимых платежных и сопроводительных документов),
- \*ведение учета, отчетности и статистики.

\*маркетинговые операции (анкетирование, опросы, составление базы данных о покупателях и их предпочтениях и т.п.).

Как мы видим, функции электронного магазина в принципе не отличаются от функций магазина обычного. Вопрос только в том, в какой степени автоматизируются те или иные операции. Полностью автоматизированный магазин работает 24 часа в сутки, круглый год и доступен любому пользователю сети по всему земному шару.

Желательно иметь:

- \*оригинальный, т.е. запоминающийся дизайн;
- \*база данных для продажи товаров;
- \*система безопасных расчетов в Интернете;
- \*собственный счет для приема кредитных карточек;
- \*виртуальный кассовый аппарат;
- \*поисковая система;
- \*простая панель управления магазином, не требующая от владельца специальных знаний.

**2. Торговый ряд (группа В2С)** - совокупность магазинов, владельцами которых являются разные фирмы, берущие в аренду место на web-сервере, который принадлежит отдельной компании.

Компании, занимающиеся электронной коммерцией в секторе В2С, вынуждены решать две задачи: как получить деньги с пользователя и как доставить ему товар. В России эти проблемы стоят пока довольно остро, поскольку кредитные карточки и другие формы безналичных платежей мало распространены, а почта работает неважно. Многие интернет-магазины организуют собственные службы доставки и принимают деньги непосредственно при передаче товара заказчику, либо поручают эту функцию экспедитору. И вообще, автоматизация не может быть самоцелью. Задачей предприятия является создание наилучших условий для совершения покупки Вашей продукции различными (по месту проживания, достатку, возрасту, полу, "продвинутости" и т.п.) группами покупателей. Из этого нужно и исходить при формировании магазина, но работать с учетом и перспектив развития этих форм торговли.

### 3. Электронный аукцион.

Аукцион - способ продажи дефицитных вещей, основанный на конкуренции между покупателями, цена формируется покупателями. Электронные аукционы проводятся в течение довольно длительного времени (обычно от 3 до 10 дней), поэтому покупателям совсем не обязательно физически присутствовать за компьютером во время проведения аукциона. Это значительно расширяет географию и количество участников. В мире существуют десятки тысяч он-лайн-магазинов, но только 300 с небольшим более или менее авторитетных аукционов, в том числе по видам.

Наиболее распространен прямой аукцион (английский), например, eBay. Он проводится с гласными торгами и поднятием цены. Имеет место и обратный аукцион, на котором покупатели выставляют запросы на требуемые товары, а продавцы соревнуются, предлагая лучшую цену и условия (проводятся на сайтах [www.Priceline.com](http://www.Priceline.com) и [www.eWanted.com](http://www.eWanted.com)). Аукционы различаются и по типу бизнеса и по технологии продаж: B2B - business-to-business - промышленные бизнес-аукционы (<http://www.freemarkets.com>),

B2C - business-to-consumer - продажа товаров предприятий частным лицам (<http://www.ubid.com>),

C2C - consumer-to-consumer - торги для частных лиц (<http://www.ebay.com>),

**online** - eBay - ставки через сеть (<http://www.auctions.amazon.com>),

**live** - трансляция в сети реальных, живых аукционов (<http://www.livebid.amazon.com>),

**offline** - описание в сети лотов реальных аукционов, расписание торгов (<http://www.christie.com>).

Таким образом, мы, в самом первом приближении, изложили основные понятия, связанные с осуществлением электронной коммерции, а углубление познаний возникнет само собой в процессе практического освоения мебельными предприятиями этой сферы деятельности. Более того, скорее всего у Вас может проявиться интерес к успехам отечественных и зарубежных коллег, желание сравнивать, сопоставлять и т.д. И это очень правильно.

В заключение хотелось бы обратить внимание читателя еще на одну важнейшую особенность Интернета и электронной коммерции.

Отечественный мебельный рынок по своим микроскопическим размерам и неустойчивости вполне заслуживает названия "блохотрон". Развитие российской мебельной промышленности может быть связано главным образом, если не исключительно, с экспортом мебели и (или) полуфабрикатов в страны ближнего и дальнего зарубежья.

Интернет позволяет расширить географию продаж товаров и услуг компании и создает неоспоримые преимущества в ведении бизнеса на международном рынке. Но только в том случае, если он соответствующим образом адаптирован к целевой аудитории. В странах ЕС правилом хорошего тона считаются уже сайты, выполненные одновременно на 5 и более языках, но таких не очень много.

К кому обращены эти заметки? В данном случае мне хотелось бы, чтобы их прочли руководители предприятий, т.е. тот круг работников, от которых зависит принятие и осуществление принципиальных решений по развитию бизнеса.

### Электронная коммерция: взгляд изнутри

(По материалам BusinessWeek, 02.10.03)

Расположенной в Атланте службой интернет-хостинга Interland было организовано исследование компаний, занимающихся электронной торговлей, - были опрошены представители 260 предприятий, владеющих интернет-сайтами и являющихся клиентами Interland. Согласно полученным в ходе опроса данным, компании-респонденты планируют заработать в ходе предстоящего Рождественского сезона распродаж до 10% от своего совокупного дохода в 2003 году.

Чуть более половины (56%) респондентов считают, что интернет-сайты вносят ощутимый вклад в их годовые показатели. При этом 46% опрошенных надеются на то, что значительная доля их продаж в Рождественский период будет осуществляться через Интернет. Половина компаний из этой группы считает, что на продажи через сеть придется до 10% от их годовых продаж. Доля компаний, оценивающих продажи через сеть как более чем 50% от своего бизнеса, составляет 22%.

26% компаний, пока еще не занимающихся электронной торговлей, собираются организовать продажи через свой интернет-сайт в течение ближайших двух лет. Что же касается компаний, уже занимающихся электронной торговлей, то в 45% случаях на их сайтах предлагается всего по пять или менее наименований товаров, тогда как 40% компаний предлагают приобрести 20 и более наименований товаров.

37% компаний обновляют свой сайт чаще, чем раз в месяц, причем 38% опрошенных заявили о том, что они вряд ли стали бы вести бизнес с предприятием, не имеющим собственного интернет-сайта. 68% респондентов регулярно используют для связи со своими партнерами электронную почту.

33% участников опроса заявили, что они занимаются бизнесом не более пяти лет. Доля компаний с опытом работы от 6 до 10 лет составила 25%, а с опытом работы свыше 10 лет - 42%. В 57% случаев в компаниях, участвовавших в исследовании, работало не более пяти постоянных сотрудников. Ежегодный доход участвовавших в опросе компаний составляет от \$250 000 до более чем \$5 млн.



*А.В. Абушенко,  
директор центра новых технологий  
ЗАО "Центромбель"*