

даже миллионы) взаимодействуют друг с другом в виртуальном мире. Ценность виртуальных благ «жителя» виртуального мира-игры основана на удовлетворении заранее сформированных требований и стандартов жизни в этом виртуальном мире. Формально, биологические или иные реальные нужды в этом мире не имеют цены, и потому не удовлетворяются. Естественно, все требования к «качеству» жизни в виртуальном мире, стандарты и приоритеты, сформированы разработчиками этого виртуального мира. Многие MMORPG позволяют «законно» обмениваться жителям мира виртуальными благами. При наличии любых ограничений на виртуальные товарно-денежные отношения у жителей мира образуются естественным путем «черные» или, так называемые, «блошинные» рынки и прочие атрибуты реально существующих финансовых взаимоотношений. В результате, такой обмен виртуальных благ приводит к обмену виртуальной валюты на реальную. Именно этот фактор позволяет и жителям виртуального мира, и «хозяевам» мира зарабатывать реальные деньги - предоставляя виртуальные блага и услуги. Понятно, что в таком «первобытном» с точки зрения классической экономики мире, рано или поздно должны начать действовать не только объективные экономические законы, но и фискальный аппарат.

Целью исследования является выявление и наиболее общий анализ существующих проблем виртуальной экономики, как вполне сложившейся составляющей реального сектора экономики.

Для эффективного функционирования, развития и полноценного существования виртуальной MMORPG экономики, безусловно, необходима собственность. Можно выделить ряд признаков виртуальной собственности:

1. Возможность у жителей создавать добавленную стоимость.
2. Сохранность и законность владения стоимостью.
3. Конкуренция в получении виртуальных благ.
4. Влияние одних виртуальных благ на другие.
5. Наличие внутренних денег и внутренних рынков, в том числе - вторичных.

В целом, электронная экономика - это среда, существующая благодаря цифровым телекоммуникационным сетям, в которой субъекты могут осуществлять экономическую деятельность, функционирующую с электронными товарами и сервисами, производимыми в сфере электронного бизнеса. Причем, электронная экономика - это не только операции купли-продажи, но и сопровождение процессов формирования спроса на продукцию и услуги, онлайн-обработка заказов, а также обмен информацией между партнерами.

Васильев С. Г.

Одесский национальный университет им. И. И. Мечникова

Обнякко А. В.

Одесский государственный экономический университет

Онищенко О. А.

Одесская государственная академия холода

ВИРТУАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА — ИГРА ИЛИ РЕАЛЬНОСТЬ

Одним из феноменов современного мира является существование и активное развитие виртуальной экономики. В узком смысле, виртуальная экономика, это синтетическая, эмерджентная, экономика, существующая в многопользовательском виртуальном мире. Такая экономика основана на обмене виртуальными благами в границах одного виртуального мира, например, онлайн-игры или социальной сети. Например, современная многопользовательская ролевая онлайн-игра (massively multiplayer online role-playing game, MMORPG) - один из жанров онлайн-игр компьютерных ролевых игр (ORPG). В такой игре большое количество игроков (сотни тысяч и

Что же может называться электронным, виртуальным товаром? В большинстве случаев, виртуальные товары - нематериальные объекты, которые приобретаются пользователями социальных сетей, виртуальных миров и онлайн-игр. Виртуальные товары могут использоваться только в специфической виртуальной среде, соответственно не имеют материальной ценности в реальном мире. Тем не менее, в 2009 году, игры социальной сети Facebook принесли доход владельцам от продажи виртуальных товаров около 1 млрд долларов США. Компания в 2012 году ожидает 100% увеличение этой статьи своего дохода.

Однако, виртуальные товары могут быть классифицированы и как виртуальные сервисы,- именно таким образом их классифицируют многие компании-операторы социальных сетей, виртуальных миров и онлайн-игр: Facebook, Nexon, Iron Realms Entertainment, Playdom, Plavfish, Slide.com, SonyOnline Entertainment, World of Warcraft Zynga, Flirtomatic.

Первым этапом зарождения виртуальной экономики в 70-х годах XX века было появление первых виртуальных товаров - компьютерных программ; вторым этапом принято считать перевод на электронные носители книг, аудио- и видеопродукции; третьим этапом, который окончательно создал среду для виртуальной экономики, стало появление сети Интернет с помощью браузеров (в 1991 г. - WordWideWeb, в 1993 г. - Mosaic, в 1994 г. - Netscape Navigator, в 1994 г. - Internetworks, 1995 г. - Internet Explorer, в 1996 г. - Opera, в 2003 г. - Safari, 2004 г. - Mozilla Firefox, 2008 г. - Chrome), которая создала идеальную платформу как для распространения, так и для создания новых экономических инструментов (электронные деньги, электронная торговля, электронный маркетинг и т.д.).

Общеизвестно, что продавать товары посредством Интернет можно оптом и в розницу. При реализации товаров оптом на сайте продавца обычно размещается каталог реализуемой продукции и прайс-лист с текущими ценами, контактная информация. С покупателем заключается договор поставки (например, посредством выставления счета), и далее действует обычная схема оптовых продаж. Оплата за товар при этом происходит в основном в безналичном порядке.

Электронная розничная торговля в настоящее время в подавляющем большинстве случаев ведется через специальные сайты — интернет-магазины, которые представляют собой виртуальный аналог торгового зала реального розничного магазина со своими витринами, корзинами для товара и т.п. Покупатель заходит на сайт интернет-магазина и по представленным на нем

описаниям товаров и их фотографиям выбирает понравившийся ему товар, складируя его в виртуальную корзину. Выбранный товар доставляется покупателю в указанное при оформлении заказа место, либо он осуществляет самовывоз товара со склада. Оплата товара в интернет-магазине может осуществляться с помощью пластиковых карт (VISA, MasterCard и др., наличными денежными средствами, с помощью одной из платежных систем сети «Интернет» («электронными» деньгами - WebMoney).

Наконец, последним этапом в развитии виртуальной экономики является период после 2000 года, когда появилась возможность в структуре традиционной экономики четко выделить те сегменты, которые активно формируют непосредственно виртуальную экономику.

Процессы, которые показывают отличие виртуальной экономики от традиционной, заключаются в следующем.

Одно из самых ярких таких отличий проявилось в музыкальной индустрии. Активное развитие сервисов файлообмена «пиратскими» копиями музыкальных произведений привело к упадку звукозаписывающих компаний. Аналогичный кризис начинается в киноиндустрии. Её пока еще защищает физический объем фильмов, которые хранятся на файлообменных сервисах, но с учетом роста пропускной способности сетей, ёмкости носителей информации и одновременно процесса снижения стоимости носителей и доступа к высокоскоростным сетям, времени для существования осталось немного. Подобные перспективы и у производителей программных продуктов: уровень использования нелегального программного обеспечения близок к критической черте.

Второй сферой проявления виртуальной экономики является возникновение сетевых игр и миров. Сегодня у миллионов людей есть аккаунты в многопользовательских онлайн-играх. Население виртуальных миров стремительно растет с 1996 года, и в каждом из них развивается уникальная и вполне реальная экономическая система со своими производствами, активами и взаимоотношениями. Если жизнь в виртуальном игровом мире будет все более значимой частью жизни людей, то вырастет и спрос на игры, которые по сути своей являются товаром потребления, следовательно, их развитие может иметь прямые последствия для макроэкономики на планетарном Уровне. Хотя еще сегодня многие пользователи тратят на виртуальные миры не больше времени, чем на любые другие увлечения, уже немало и тех, кто считает виртуальные миры реальностью, которой можно посвятить часть своей жизни. Согласно исследованию, проведенному еще летом 2001 года, примерно треть взрослых игроков EverQuest проводят в виртуальном мире

больше времени, чем на оплачиваемой работе.

Третья сфера проявления виртуальной экономики сформировалась на базе развития социальных сетей. За последние годы электронная коммерция постепенно становится все больше «социально-ориентированной». Социальные сети могут рассматриваться в качестве интерактивной медиа-среды, в которых могут продаваться онлайн-игры. Например начиная с 2008 года, крупнейшая социальная сеть Facebook открыла собственную платформу для разработчиков, чем не преминули воспользоваться создатели игровых приложений, а также некоторые провайдеры микроплатежей.

Например, на сегодняшний день внутренняя валюта («голоса») социальной сети «В Контакте» превратилась в виртуальные платежные средства благодаря заключению стратегического партнерства с российским платежным агрегатором «Robox». Сперва последний просто предложил пользователям собственное приложение, которое составило альтернативу стандартным способам ввода денег в социальные сети (Яндекс, Деньги, MoneyMail, WebMoney, SMS, почтовый перевод и банковский платеж). С помощью данного приложения можно было покупать голоса без дополнительных комиссий, используя широкий арсенал платежных средств Roboxchange. Вскоре агрегатор предложил пользователям не только покупать голоса, но и выводить их из социальной сети, обменивая на различные виртуальные деньги, платежную карту и даже покупать за них железнодорожные билеты. А сами голоса получили статус конвертируемой валюты. Вслед за этим был открыт «Банк В Контакте» и это приложение дает возможность хранить голоса, переводить их другим участникам сети, получать рублевые кредиты и даже инвестировать голоса в драгоценные металлы. Flash-версия Keeper «В Контакте» предоставила пользователям возможность не только покупать голоса, но фактически интегрировала WebMoney в эту социальную сеть. Пользователи получили возможность вводить средства, брать в долг, платить, покупать и переводить, правда, только в рамках рублевого эквивалента WMR.

Каковы же учетные задачи в обеспечении процессов виртуальной экономики?

1. Принципиальным положением является то, что несмотря на новые, нетрадиционные свойства, характеристики и явления виртуальной экономики, объект учета - предприятие во всех сферах деятельности (Интернет-магазин, разработчик программных продуктов, электронный банк, электронный аукцион и т.д.) должно рассматриваться в рамках классического, традиционного подхода. Кардинально меняются формы и условия функциониро-

вания объекта, условия и возможности получения информации о его деятельности, но не сущность самого объекта. Это предопределяет подход ко всем задачам учета деятельности предприятия в виртуальной экономике.

2. Важной задачей учета является систематизация и изучение характеристик информации о деятельности предприятия в новых условиях. Появление большого числа пользователей с различными информационными запросами требует применения системного подхода к классификации учетной информации.

Одним из первых комплексное изучение данной проблемы провел Б.И. Валуев, рассматривая учет как информационную систему. Информация при этом подходе является информационной моделью, которая состоит из подсистем, адекватных естественному составу и содержанию объектов моделирования - хозяйственных процессов, ресурсов и обязательств, затрат и результатов деятельности [1, с. 12]. Предложено классифицировать информацию по следующим признакам: характеру информации (техническая; экономическая; экологическая; социальная; организационная); ее отношению к сферам деятельности (маркетинга; капитального инвестирования; финансового обеспечения; материального обеспечения; технического обеспечения; энергетического обеспечения; производственного обслуживания; производства продукции; сбыта; экологической и других видов безопасности); объему информации (об элементах незавершенных операций; о завершенных операциях локального характера; о совокупных процессах); составу (о средствах труда; предметах труда; трудовых ресурсах); времени создания (оперативная; текущая; стратегическая); способу создания (бухгалтерская; оперативно-техническая); уровню управления (для высшей администрации; для отделов, ведущих хозяйственную деятельность; для других отделов; для цехов); достоверности (информация, требующая бухгалтерской точности; информация, в которой приоритет отдается оперативности создания) [1, с. 12].

М. С. Кузьмина в зависимости от информационных потребностей выделяет информацию для принятия стратегических, тактических и оперативных решений; по функциональному признаку делит ее на учетную, плановую, нормативно-справочную, контрольную, аналитическую, оценочную; по степени неопределенности - на детерминированную и вероятностную; по характеру потребителей - сегментарную и в целом по организации и т.д. [3]. Данные подходы и могут быть основой для дальнейших исследований учетной информации, в том числе и о виртуальном бизнесе.

3. Следующей важной задачей учета в виртуальной экономике явля-

ется разработка методологии отражения расчетных и иных хозяйственных операций предприятий электронного бизнеса, которая полностью бы соответствовала положениям Закона Украины «О защите персональных данных», который вступил в действие 1 января 2011, нового Налогового кодекса и Закона Украины «Об электронной коммерции», законопроект которого находится на рассмотрении в Верховной Раде Украины.

4. Ввиду массового распространения торговли виртуальными товарами, правительства многих стран обратили внимание на существование проблем налогообложения. Так, в Австралии считается налогооблагаемой прибыль, образованная от операций с виртуальными ценностями. В Китае «для сдерживания нерегулируемого обмена валют» запрещен обмен виртуальных денег на реальные. В Корее запрещены операции обмена игровых ценностей на ценности реального мира. Иными словами, вместо стимуляции экономических процессов, многие правительства стараются не замечать реальные экономические процессы виртуальной экономики.

Однако, с точки зрения налогообложения или иного преследования по закону, очень важно знать, где находится сервер, предлагающий виртуальные услуги, поскольку он может находиться на территории другой страны. Безусловно, тут востребованы действия квалифицированных юристов.

В заключение следует отметить, что, независимо от содержания грядущих изменений законодательств различных государств относительно виртуальной экономики и бизнеса, объективные рыночные процессы виртуальных миров, представляют большой интерес не только для правительств и правоохранительных служб, но и для инвестиций.

Список литературных источников

1. Валуев Б.І. Види господарського обліку або якісні характеристики створюваної в ньому інформації? // Вісник ЖДТУ. - 2008. - № 3(45). - С.6-14.
2. История становления браузеров // СНІР-Україна. - 2011. - № 5. - С.34-35.
3. Кузьмина М С. Система учетно-аналитической информации для принятия управленческих решений пользователями отчетности (теория, методология, практика): Автореферат дис... доктора экон. наук: 08.00.12. - М., 2009 // http://dibase.ru/artic1e/30032009_kuzminams/1