

УДК 332.12

**А. Ф. Шигабулдинов**, кандидат физико-математических наук, доцент, докторант, Казанский (Приволжский) федеральный университет

## ЭЛЕКТРОННО-ТОРГОВАЯ ПЛОЩАДКА КАК ИНСТИТУТ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ

*Электронно-торговые площадки рассматриваются как институт инновационного развития, позволяющий существенно снизить транзакционные издержки закупочно-сбытовых процедур корпоративных структур.*

**Ключевые слова:** Интернет, институт, инновации.

Эффективность рыночных отношений можно оценить уровнем возникающих транзакционных издержек, при этом чем более высок уровень развития экономики и выше интенсивность обмена, тем выше оказывается при прочих равных условиях уровень транзакционных издержек. В литературе приводятся разные классификации транзакционных издержек. По классификации, рассматриваемой Капелюшниковым Р. И. [1], остановимся на пяти классах издержек транзакции. С учетом этого в качестве основных издержек осуществления рыночного обмена будем выделять: издержки приобретения информации о партнере и предполагаемом товаре и затрат на создание механизмов для предупреждения и пресечения оппортунистического поведения контрагентов [2]. При сверхвысоком уровне транзакционных издержек, сопутствующих осуществлению рыночного обмена, последний может стать нецелесообразным и не состояться вовсе. В этих условиях уменьшению издержек обмена способствуют формальные и неформальные правила, институты и организации.

Примером правил и институтов, снижающих издержки обмена, являются законы о защите товарных знаков и интеллектуальной собственности, о защите прав потребителей, нормативные акты ведомств, контролирующих функционирование отраслевых рынков, правила и обычаи торговли, характерные для различных рыночных образований. С этой точки зрения рынок можно доопределить как совокупность институтов, структурирующих отношения обмена посредством создания системы ограничений.

В зависимости от времени возникновения транзакционные издержки могут являться предварительными (возникающими до момента совершения сделки, например, сбор информации), могут приходиться на момент осуществления сделки (переговоры и оформление контракта), некоторые транзакционные издержки носят постконтрактный характер (издержки по защите против оппортунистического поведения или по восстановлению нарушенных прав собственности). Поведение, нацеленное на преследование собственного интереса и не ограниченное соображениями морали, т. е. связанное с использованием обмана, хитрости и коварства, в экономической теории принято называть оппортунистическим поведением.

Анализируя транзакционные издержки, возникающие при продвижении товара на рынке США, Уоллис и Норт в работе 1986 г. установили, что свыше 45 % национального дохода приходится на транзакции, более того, что эта доля за последнее столетие выросла примерно на 25 % [3]. Высокие транзакционные издержки в отечественной экономике существенно уменьшают эффективность рыночных отношений, поэтому решение проблемы их снижения представляет особый интерес с позиции теоретических исследований и разработки практических подходов.

Институты в рыночной экономике призваны снижать транзакционные издержки. В свою очередь институты инновационного развития призваны формировать эффективно работающую институциональную сферу инновационного развития экономики путем создания новых стимулов и ограничений для всех участников экономического процесса. В связи с этим инновационная деятельность экономических агентов, направленная на разработку и внедрение современных информационных технологий, является объективным следствием поиска пути оптимизации транзакционных издержек. Можно предположить, что масштабы развития института электронной коммерции, дополняющего традиционную торговлю, позволяющего существенно снизить транзакционные издержки для участников рынка, будут в дальнейшем только увеличиваться.

В условиях электронной коммерции в целом и на электронных торговых площадках (ЭТП) в частности существенно уменьшаются транзакционные издержки; в большей степени это касается издержек поиска информации, ведения переговоров и издержек измерения, что позволяет устанавливать более конкурентоспособные цены на товары и услуги. Действенным способом предотвращения и пресечения оппортунистического поведения является лишение доступа на ЭТП и система внесения денежных депозитов. Смысл электронной коммерции подразумевает, что вся деятельность участников происходит в открытой глобальной информационной среде, где коммуникация и поиск нужных сведений и обмен ими осуществляются мгновенно и не требуют значительных затрат. Эти свойства электронной коммерции значительно облегчат решение проблемы высоких транзакционных

издержек отечественной экономики, повысят ее конкурентоспособность и инвестиционную привлекательность.

Трансакционные издержки ЭТП возникают как объективное следствие взаимодействия субъектов и включают следующие наиболее значимые статьи: затраты участников на получение допуска к ЭТП, расходы на профессиональное обучение, аттестацию, регистрацию; издержки приобретения, сбора, селекции и переработки информации для принятия участниками торговых решений; операционные издержки, связанные с объемом реализованных сделок (комиссионные сборы и т. п.); расходы на рекламу и PR ЭТП, формирование и продвижение ее бренда, представительские расходы; затраты на организацию внутреннего учета и проведение расчетов по сделкам; затраты на оплату труда управленческого звена и персонала инфраструктурных подразделений ЭТП; издержки разработки, внедрения, мониторинга и изменения правил торгов ЭТП.

Для корпоративного сектора России во многом определяющим стимулом к изменениям в практике корпоративных закупок и продаж через ЭТП стал финансово-экономический кризис. Падение спроса, удорожание заемного капитала, возросшая нестабильность сложившейся системы поставок вынудила корпоративный сектор увеличить долю закупок и продаж через открытые электронные торговые системы. Многие компании на своем опыте убедились, что возникающая при этом оптимизация расходов является важным фактором экономически эффективной реализации инвестиционных программ, направленных на технологическую модернизацию производства.

Вопросы регулирования отношений экономических агентов в рамках электронной коммерции решаются на основе общих правовых норм и в соответствии с действующим отечественным законодательством. Однако в ряде случаев требуется специальное правовое регулирование. Кроме общих юридических норм, касающихся коммерческой деятельности, к числу вопросов, требующих законодательного регламентирования, следует отнести вопросы налогообложения электронных сделок, их таможенного регулирования, юридического оформления электронных сделок, использования электронных документов и электронных подписей, защиты информации, включая защиту персональных данных.

В РФ электронная коммерция регулируется следующими нормативно-правовыми актами: Гражданским кодексом РФ; ФЗ «О персональных данных» № 152-ФЗ от 27.07.2006; ФЗ «О коммерческой тайне» № 98-ФЗ от 29.07.2004; ФЗ «Об электронной цифровой подписи» № 1-ФЗ от 10.01.2002 г.; ФЗ «О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд» от 21.07.2005 г. № 94-ФЗ; ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» от 27.07.2006 г.; ФЗ «О средствах массовой информации» № 2124-1 от 27.12.1991 г., внутренними регламентами и положе-

ниями компаний. Федеральный закон № 94-ФЗ оказывает большое влияние на развитие корпоративных регламентов крупных компаний, особенно с долей государственного участия, которые рассматривают отдельные положения этого закона в качестве составных элементов моделей формирования корпоративных регламентов по закупкам.

6 апреля 2011 г. Президент РФ Медведев Д. А. подписал Федеральный закон «Об электронной подписи», ведется работа над проектом Федерального закона «Об электронной торговле». Успешному развитию электронной торговли будет способствовать законодательная стратегия по интеграции Российской Федерации в глобальный мировой рынок, восприятию характерных для такого рынка универсальных, единообразных правил.

Таким образом, следует отметить, что законодательство России в настоящее время не вполне адаптировано к требованиям, возникающим в результате появления и развития электронной коммерции. Факторами, препятствующими развитию и формированию правовой системы электронной коммерции в России, являются: а) опережающие темпы развития технологий электронной коммерции в сравнении с темпами законодательской деятельности; б) объективные трудности правового регулирования электронной коммерческой деятельности, характерные для отрасли во всем мире: налогообложение, таможенное регулирование, проблемы юрисдикции и т. д.; в) проблемы неразвитости смежного законодательства; г) оппортунистические настроения со стороны представителей «теневой» экономики и корумпированного сектора.

Факторами, оказывающими преобладающее влияние на развитие электронной коммерции, являются:

- общеэкономические факторы: стабильность экономической ситуации, доля «теневых» сектора в экономике, размеры национального экономического комплекса, динамика показателей национального производства и потребления, уровень монополизации экономики, налоговый режим, инвестиционный климат, уровень монетаризации экономики, уровень дифференциации цен на однородную продукцию, уровень развития средств осуществления электронных платежей, удобная логистика и наличие недорогих способов доставки товаров потребителям и т. п.;

- инфраструктурные факторы: развитие ИТ, размеры и темпы роста интернет-аудитории, уровень интеллектуального потенциала в сфере развития компьютерных технологий;

- управленческие факторы: эффективность корпоративного управления, динамичность в восприятии нововведений руководителями, уровень коррумпции;

- правовые факторы: уровень правового регулирования электронной торговли.

Увеличение числа участников ЭТП возможно получить с учетом в том числе и опыта биржевой торговли путем расширения спектра предоставляемых услуг, развития механизмов торговли, реализации

мер, направленных на завоевание доверия клиентов. Такими мерами могут стать: внедрение страхования сделок, предварительное составление оценки и рейтинга репутации участников торгов, сертификация продаваемых на торговой площадке товаров, механизмы гарантирования оплаты совершенных сделок.

Переход на электронные торги при проведении закупок в государственном и корпоративном секторах является важным звеном в реализации антикоррупционных инициатив в общенациональном масштабе, здесь очевидна тесная взаимосвязь между отношениями, возникающими в государственном и корпоративном секторах. Оба сектора делят между собой общее пространство поставщиков, поэтому коррумпированность деловых отношений в одном секторе оказывает прямое влияние на усилия по преодолению коррупции в другом. Государство как акционер многих коммерческих структур в России заинтересовано в прозрачности и эффективности управления государственной собственностью, что в том числе распространяется на область корпоративных закупок и сбыта продукции. С другой стороны, повышенные затраты, которые предприятия несут в результате корпоративной коррупции, способствуют росту инфляции, что противоречит интересам государства и задевает интересы простых граждан.

Благодаря своим преимуществам перед традиционными видами бизнеса электронные торговые площадки в настоящее время получили широкое распространение и государственную поддержку в рамках федеральной целевой программы «Электронная Россия». Региональные электронные торговые площадки действуют во всех федеральных округах и многих субъектах Федерации. Предполагается, что сеть еди-

ных электронных площадок, охватывающих всю территорию страны, позволит увеличить товарооборот между субъектами Федерации, повысить долю наукоемкой продукции в общем обороте, полнее использовать инновационный потенциал регионов-лидеров, увеличить количество участников торгов и за счет этого снизить контрактные цены, а также сами издержки на проведение торгов на 10–15 %. Политика государства в сфере поддержки конкуренции признана средством, способствующим достижению многих целей, среди которых улучшение всеобщего благосостояния, защита малого бизнеса, интеграция рынков и обеспечение равенства и честности. Конкуренция приводит к улучшению продуктивности, инновациям, росту доходов и лучшим условиям жизни в целом.

Однако следует понимать, что успех электронной коммерции в России как института, снижающего транзакционные издержки, будет определяться не только результатами в автоматизации бизнес-процессов конкретных предприятий, но и требованиями потребителей и развитием всей рыночной инфраструктуры отечественной экономики.

#### Библиографические ссылки

1. Капелюшников Р. И. Экономическая теория прав собственности.
2. Институциональная экономика: новая институциональная экономическая теория : учебник / под общ. ред. д-ра экон. наук, проф. А. А. Аузана. – М. : Инфра-М, 2007. – 416 с.
3. Дуглас Норт. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики / пер. с англ. А. Н. Нестеренко ; предисл. и науч. ред. Б. З. Мильнера. – М. : Фонд экономической книги «Начала», 1997. – 180 с.

---

*A. F. Shigabudinov*, Candidate of Physical and Mathematical Sciences, Associate Professor, Doctoral Candidate, Kazan (Volga) Federal University

#### **E-Commerce as an Institution of Innovative Development**

*E-commerce is considered as an institution of innovative development allowing essentially lowering costs of marketing procedures of corporate structures.*

**Key words:** Internet, institution, innovations.