

С.Сейфуллин атындағы Қазақ агротехникалық зерттеу университетінің экономикалық факультетінің 60 жылдығына арналған «**Жаңа болмыс жағдайында экономика және қоғам**» Халықаралық ғылыми-практикалық конференциясының **материалдары**, 25 мамыр 2023 жыл, I бөлім= **Материалы** Международной научно-практической конференции «**Экономика и общество в условиях новой реальности**», посвящённой 60-летию экономического факультета Казахского агротехнического исследовательского университета имени С.Сейфуллина, 25 мая 2023 год, I часть = **Materials** of the International scientific and practical conference «**Economy and Society in a new reality**» dedicated to the 60th anniversary of the Faculty of Economics of the S. Seifullin Kazakh Agrotechnical Research University, May 25, 2023, I part. – 2023. – Ч.1. – С.328-334.

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНАЯ СРЕДА ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ: СУЩНОСТЬ И СОДЕРЖАНИЕ

УДК 339.13.024

*Азамбек Т.А., д.э.н., профессор
Жанбозова А.Б., докторант
ЕНУ им. Л.Гумилева, г. Астана*

В современной экономической науке значимость институтов не подвергается сомнению, наоборот, они становятся одним из ключевых факторов экономического роста, так как стабильность и эффективность институтов играют решающую роль при инвестировании и развитии предпринимательства. Как отмечал Дуглас Норт, рынок - это сложное и неоднозначное явление, которое представляет собой структуру, охватывающую различные институты, включающие законы, правила игры, определённые кодексы поведения, типы отношений и связей [1].

Существуют разные подходы к пониманию института. Так В. Скотт определял институты как когнитивные нормативные и регулятивные структуры и формы деятельности, обеспечивающие стабильность и значение социального поведения [2].

О. Уильямсон рассматривает институт как иерархическую структуру [3] институты выступают в качестве механизмов, формирующих экономическую эффективность общества [4].

По определению Д. Норта, «институты - это разработанные людьми ограничения, которые структурируют политические, экономические и социальные взаимодействия, так называемые «правила игры» в обществе [5].

Исходя из понимания института формируется видение категории институциональная среда. Совокупность институтов направленных на формирование специфических условий развития определенных процессов и отношений называется институциональной средой. Она чаще всего

рассматривается исследователями как факторы влияния на деятельность отдельных объектов, нежели сама являлась самостоятельным объектом исследования.

Так, в теории трансакционных издержек Р. Коуз, О. Уильямсон, А. Алчиан, Г. Демсец рассматривали характер влияния институциональной среды на издержки заключения контрактов. В теории прав собственности Р. Рихтер Э.Фурботн изучали выигрыши от четкой организации и функционирования институциональной среды (спецификации прав собственности).

Сторонники теории контрактов М. Дженсен, В. Меклинг, Дж. Стиглиц, Б. Клейн, Д. Крепс, Дж. Коммонс, С. Гроссман, О. Харт делают акцент на исследование влияния институциональной среды на реализацию контрактов.

По нашему мнению, наиболее точное определение, исходя из целей нашего исследования, дает Д.Норт, согласно которому институциональная среда это система условий и правил, устанавливаемая государством и обществом, которая определяет поведение и эффективность деятельности экономических субъектов в отрасли. Она образует базис для производства, обмена и распределения.

Институциональную среду следует рассматривать как систему, представляющую собой совокупность взаимосвязанных элементов, в качестве которых выступают политические, социальные и юридические правила, морально-этические нормы поведения, и пространственно-временных связей, отражающих направление, скорость и темпы социально-экономической динамики, особенности национальных, культурных и иных традиций. Целостность данной системы сохраняется благодаря регулированию согласованности целей данных элементов [6].

Дэвис и Норт используют термин институциональная среда для обозначения отношений, складывающихся на макроуровне, а именно: общих институциональных рамок, которые являются ограничениями для контрактных соглашений между индивидами [7].

Подобной точки зрения придерживается и российский исследователь А. Аузан, который трактует институциональную среду как «совокупность основополагающих социальных, политических, юридических и экономических правил, определяющих рамки человеческого поведения» [8].

Белорусские ученые В. Л. Ключня и А. В. Черновалов считают, что исторически сложившиеся конфессионально-культурные и правовые традиции образуют социальные нормы, которые влияют на человеческое поведение и тем самым формируют определенный тип институциональной среды государства. По мнению авторов, институциональная среда – это «совокупность действующих в государстве институтов и культурно-национальных традиций, предполагающих как минимум два обстоятельства: первое – институты и традиции связаны между собой; второе – их состав принципиально неоднороден (иначе говоря, институциональная среда есть совокупность правил и традиций, определяющих

человеческое поведение и условия функционирования хозяйствующих субъектов)» [9].

В отношении электронной коммерции ее институциональную среду можно сформулировать как – совокупность действующих в данный момент институтов, определяющих человеческое поведение и условия функционирования субъектов электронной коммерции, задающая необходимые критерии поведения, создавая или ограничивая возможности для развития деятельности, оказывая значительное влияние на ее характер в рассматриваемый период.

Институциональная среда электронной коммерции устанавливает «правила игры», которые понятны всем задействованным субъектам рынка, приняты ими и обеспечивают необходимые условия, стимулируя их деятельность. Она оказывает прямое и косвенное воздействие на субъектов электронной коммерции на их поведение и стремления. Данные правила игры включают исторически сложившиеся в определенном регионе представления, традиции обычаи, ценности, культуру взаимоотношений и поведения в социуме.

Ключевой предпосылкой формирования институциональной среды электронной коммерции выступает цифровизация. В самом общем виде под цифровизацией экономики понимается процесс, связанный с формированием компонентов цифровой экономики и цифровой экономики в целом [10, 11]. Поскольку цифровая экономика – это деятельность по созданию, распространению и использованию цифровых технологий и связанных с ними продуктов и услуг [12, 13, 14], под цифровизацией экономики можно понимать процесс создания, распространения и использования цифровых технологий во всех отраслях и сферах экономики.

Именно цифровизация экономики трансформировала способы доставки, потребления, заказа и оплаты за товары и услуги, тем самым способствовал появлению нового института – рынка электронной коммерции. Взаимодействие поставщика и покупателя на виртуальном рынке, включая поиск, заключение договора происходит благодаря поисковым системам и наличию электронной подписи. Оплата за товар или услугу осуществляется благодаря цифровым дистанционным формам оплат (электронные кошельки, электронные деньги, интернет-банкинг, мобильные переводы, QR и т.д.). Доставка товаров осуществляется благодаря онлайн-системам, которые присущи цифровым экономикам [15].

Основываясь на подходах Дж. Мейера и Б. Роуэна (1977), Ди Маджио и Пауэлла (1983) можно выделить основополагающие принципы функционирования институциональной среды, присущие и рынку электронной коммерции:

– Закономерность порождения институтов обществом. новые институты появляются в условиях, когда общество уже не видит возможности получения прибыли при действующих обстоятельствах и правилах игры, то есть производственные факторы предоставляют возможность увеличения доходов, а

институциональные этому препятствуют, поэтому вероятность возникновения новых институтов растет;

– Постоянство процесса воспроизводства институтов. Институциональное развитие экономики происходит под влиянием взаимодействия между институтами и организациями, когда первые определяют «правила игры», а вторые являются «игроками» и это взаимодействие постоянно.;

– Применение инструментов принуждения к исполнению правил. Институты – это созданные человеком ограничительные рамки, которые организуют взаимоотношения между людьми и включают в себя неформальные ограничения и формальные правила, а также механизмы, обеспечивающие их выполнение.

Структура институциональной среды электронной коммерции имеет характер функциональной, представляющее собой системное множество институтов со специализированной функцией регуляции данной сферы деятельности. Все эти институты можно условно разделить на четыре основные институциональные группы: правовые институты, регулирующие институты, институты человеческого капитала, институты экономической координации и распределения рисков

Институциональная среда электронной коммерции выполняет ряд функций [16]:

– интегративная функция, которая обеспечивает организационное сближение и системное объединение участников рынка;

– информационная функция направленная на обеспечение необходимой информацией экономических субъектов, способствующей их лучшей ориентации в возможностях и перспективах трансакций;

– стимулирующая функция, выраженная в создании разнообразных стимулов для участников рынка;

– дифференцирующая функция, выражена в закономерности и неизбежности развития неравенства между экономическими субъектами рынка;

– социальная функция реализация которой обуславливает влияние на уровень и качество жизни социума и отдельных его представителей.

Качество институциональной среды рынка электронной коммерции играет решающее значение в обеспечении функционирования в целом экономической системы данного рынка. Как отмечает в своей работе Д. Родрика с соавторами «Институты главенствуют») [17], существует наибольшее влияние качества институтов на уровень долгосрочных темпов роста экономик разных стран, что доказано на основе расчета межстрановых регрессий

Институты уменьшают неопределенность посредством установления устойчивой структуры взаимодействия между участниками рынка. Но данная структура может быть и неэффективной. Конкретные институциональные ограничения образуют пространство, в рамках которого действуют игроки,

позволяя увидеть взаимодействие между правилами игры и поведением игроков. Если игроки направляют свои усилия на непродуктивную деятельность, это значит, что институциональные ограничения создали такую структуру стимулов, которая поощряет именно такую деятельность.

В этой связи важное значение приобретают факторы институциональной среды, оказывающие влияние на качественную составляющую ее функционирования, и которые определяются стадией ее развития. Основываясь на принципах эволюционного развития, Л.М. Калужским была обоснована закономерность циклической институционализации электронной коммерции. Согласно его подходу жизненный цикл институциональной среды электронной коммерции состоит из 4 стандартных стадий: зарождение, рост. Зрелость, упадок [18]. Он определил, что наравне с экономическим равновесием, имеет место институциональное равновесие, критерием которого выступает взаимное соответствие формальных и неформальных институтов: «В перигее институциональных циклов такое равновесие нарушается, и неформальные институты опережают в своём развитии формализованные институты. В апогее институциональных циклов формализованные институты догоняют неформальные институты и институциональная система экономических отношений приходит в равновесие». При этом ход экономического развития и институциональные процессы имеют сильное взаимное влияние на состояние друг друга и определяют ход дальнейшего их развития.

В своем исследовании мы исходим из подхода ОЭСР, выделяющего три стадии жизненного цикла электронной коммерции: стадия готовности, стадия использования и стадия воздействия [19], которые определяют факторы развития институциональной среды электронной коммерции:

I. Стадия готовности - Формирование технологической, коммерческой и социальной инфраструктуры, необходимой для электронной коммерции.

II. Стадия интенсивности использования - Практическое применение инструментов и методов электронной коммерции B2C.

III. Стадия воздействия - Электронная коммерция выходит за рамки эффекта замещения и создает новую добавленную стоимость.

Факторами развития институциональной среды электронной коммерции выступают: информационно-коммуникационные технологии, распределительная инфраструктура, инфраструктура оплаты, правовая инфраструктура, социокультурные факторы.

Таким образом, развитие рынка электронной коммерции определяется формированием и состоянием ее институциональной среды, которая представляет собой совокупность действующих в данный момент институтов, определяющих человеческое поведение и условия функционирования субъектов электронной коммерции, задающая необходимые критерии поведения, создавая или ограничивая возможности для развития деятельности, оказывая значительное влияние на ее характер в рассматриваемый период. Изменение

видов и состояния институтов, как ключевых элементов институциональной среды, определяет характер и тенденции ее развития в будущем, создавая основу для разработки эффективного механизма формирования рынка электронной коммерции.

Список использованной литературы

1. North, Douglass. Institutions, Institutional Change and Economic Performance, 1990. Норт, Дуглас. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики. Перевод на русский язык: А. Н. Нестеренко. - М., - 1997. // [Электронный ресурс]: Центр гуманитарных технологий. - 07.09.2013. URL: <https://gtmarket.ru/library/basis/6310/6311>
2. Scott, W.R. Institutions and Organizations: Ideas and Interests. [Text] / 3rd ed. Sage Publications, Los Angeles, CA. - 2008. - P. 546-457.
3. Уильямсон, О. И. Экономические институты капитализма. Фирмы, рынки, «отношенческая» контрактация. [Текст]: пер. с англ. / О.И. Уильямсон / Науч.ред. и вступ. В.С. Катькало. – Спб.: Лениздат; CEV Press, - 1996. - 702 с.
4. North, D. C. Institutions [Текст]: The J. of Economic Perspectives. - 1991. - Vol. 5, - № 1. - P. 97-112.
5. Смелзер, Н. Социология. [Текст]: Пер. с англ. науч. ред. изд. В.А. Ядов. – М.: Феникс, - 1994. - 688 с.
6. Davis L., North D. Institutional Change and American Economic Growth. [Текст]: Cambridge. - 1971. - P. 6.
7. Ключня, В. Л. Институциональная среда Республики Беларусь и эффективность хозяйственного законодательства [Электронный ресурс] / В. Л. Ключня, А. В. Черновалов // https://docviewer.yandex.by/view/0/?*=clgwB8g6xyoOBKaSmIrsqu10Ad57InVybCI6Imh0dHBzOi8vZWxpYi5ic3UuYnkvYml0c3RyZW FtLzEyMzQ1Njc4OS80NzAwLzEvMTQIMjAIRDAIOUEIRDAIOUIIRDAIQUIIRDAIOUQIRDAIQUYucGRmIiwidGl0bGUiOiIxNCDQmtCb0K7QndCvLnBkZiIsIm5vaWZyYW11Ijp0cnVILCJ1aWQiOiIwIiwidHMiOjE2NjEyNDE0MDE5OTMsInl1IjojNzQwN. – Дата доступа: 25.08.2022.
8. Mesenbourg, T.L., Atroscopic, B.K. Measuring the Digital Economy: Theory and Practice. – Suitland: US Bureau of the Census, 2001. [Электронный ресурс]:– URL: <https://2001.isiproceedings.org/pdf/1074.PDF> (дата обращения 04.11.2019)
9. Tovma, N.A, Baidildina, A., Ussabaev, A. External and internal factors affecting the development of the digital economy [Text]: Proceedings of the 32nd International Business Information Management Association Conference, IBIMA 2018 - Vision 2020: Sustainable Economic Development and Application of Innovation Management from Regional expansion to Global Growth. - P. 351-355.

10. Что такое цифровая экономика? Тренды, компетенции, измерение Ч-80 [Текст] / Г.И. Абдрахманова, К.О. Вишневский, Л.М. Гохберг и др. – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, - 2019. – 82 с.
11. Алимбаев, А.А., Битенова, Б.С. Цифровая экономика: особенности формирования и тенденции развития. [Текст] / Экономика: стратегия и практика. – 2019. – №14(1). – С. 57-69.
12. Бейсембай, Е., Титков, А.А., Ибраимова, С.Ж. Организационно-экономические тенденции и актуальные проблемы цифровизации экономики Республики Казахстан. [Текст] / Economics: the strategy and practice. – 2021. – №16(3). – С.51-67.
13. Киреева, А.А., Әбілқайыр, Н.Ә. Цифровизация экономики регионов Казахстана: понятия, перспективы и механизмы реализации [Текст] / Под ред. Сатыбалдина А.А. – Алматы: Институт экономики КН МОН РК. – 2021. – 292 с.
14. Жумадилова, М., Жусупбекова, М.К. Некоторые правовые аспекты электронной торговли [Текст] / Актуальные проблемы развития человеческого потенциала в современном обществе: материалы V междунар. науч.-практ. конф. (5–6 декабря 2018 г.) / Перм. гос. нац. исслед. ун-т. – Электрон. дан. – Пермь, 2018. – 440 с.
15. Хасс Дж. Социологический неоинституционализм и анализ организаций (предисловие к разделу) [Текст] / Вестн. С.- Петерб. ун-та. Сер. 8, Менеджмент. - 2007. - Вып. 3.- С. 112–125
16. Смышляев, В. А., Яреско, И. И. Институциональная среда российской цифровой экономики: особенности становления и развития [Текст] / Современная экономика: проблемы и решения, - 2020, - №11, С. 21-23
17. Rodrik, Dani, Arvind Subramanian, Francesco Trebbi (2002) Institutions Rule: The Primacy of Institutions over Geography and Integration in Economic Development, NBER Working Paper No. 9305
18. Калужский, М. Л. Электронная коммерция: маркетинговые сети и инфраструктура рынка [Текст] / М.Л. Калужский; ОмГТУ. – Москва: Экономика, - 2014. - 328 с.
19. Defining and measuring e-commerce: A status report. OECD Working Party on Indicators for the Information, 1999. [electronic resource] – URL: <http://www.oecd.org/sti/ieconomy/2092477.pdf> (дата обращения: 19.09.2020)