

Кондратьева Т.В.

УДК 330.341.2

КОНЦЕПЦИЯ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОГО РЫНКА

Аннотация. В работе исследована специфика рынка институтов на основе интеграции классического и институционального подходов. В качестве субъектов данного рынка проанализировано поведение институциональных предпринимателей и потребителей институтов – личностей, домохозяйств, фирм, групп специальных интересов и государства. Охарактеризованы особенности институтов как объектов рынка – высокая степень дифференциации полезности, эксплуатационный или доверительный товар, особая форма приобретения, коллективность потребления, платность отказа от потребления, общественная природа института как блага.

Ключевые слова: институт, рынок институтов, институциональное предпринимательство, общественное благо, транзакционные издержки.

Анотація. В роботі досліджено специфіку ринку інститутів на основі інтеграції класичного та інституційного підходів. В якості суб'єктів даного ринку визначено інституційних підприємців та споживачів інститутів. Охарактеризовано особливості інститутів як об'єктів ринку – висока ступінь диференціації корисності, експлуатаційний або довірчий товар, особлива форма придбання, колективність споживання, платність відмови від споживання, суспільна природа інституту як блага.

Ключові слова: інститут, ринок інститутів, інституційне підприємництво, суспільне благо, транзакційні витрати.

Summary. Institutional changes are often discussed as an instrument of market creation and preservation in transition and development economies. Nevertheless, the quality of institutions seems to remain low in Ukraine. This paper deals with the specificity of the market of institutions on the basis of the integration of classical and institutional approaches. The concepts of institutional market, supply and demand for the institutions are studied in this article. The features of the institutions as objects of the market are designated.

An institutional market is objectively existing locus of communication, in which economic agents make explicit and implicit institutional transactions. All transaction costs related to using the institution – aggregate transaction cost (ATC) – are the price of the institute.

The subjects of institutional market are institutional entrepreneurs and consumers of institutions – individual, households, firms, special interest groups and the state. Institutional entrepreneurs look for the best combination or create new rights and freedoms in order to improve their economic activity. Consumers of rules of economic behavior make an institutional choice and gain from using established rules and regulations.

As objects of institutional market, formal and informal institutions have such features: a high degree of differentiation of utility, experience or confidence goods, special form of purchase, collective consumption, payment for out of consumption, public nature.

Keywords: institute, the market for institutions, institutional entrepreneurship, public good, transaction cost.

Введение. Статистика законодательства в Украине свидетельствует об активных попытках отечественного законодателя создать для экономических агентов адекватный институциональный базис. Ежегодно количество законодательных актов, принимаемых Верховной Радой Украины, возрастает на 40%. Законов, регулирующих экономическую и отраслевую политику, с каждым годом принимают на 37% больше (45 – в 2008 г. и 101 – в 2012 г.) [6]. Эффективность этих процессов может быть оценена с точки зрения того, насколько разрабатываемые правила экономического поведения применяются в хозяйственной практике. Исследования институциональной динамики в современной экономической науке являются достаточно многочисленными. Специалистами сформулированы категории институциональной сделки [12], конкуренции и комплементарности правил поведения, институционального равновесия [1, 2, 8]. Однако новизна и актуальность проблем институционального рынка обуславливают необходимость дальнейшего анализа спроса и предложения существующих и новых экономических институтов, их конкурентоспособности и эффективности.

Цель предлагаемой работы состоит в исследовании концепции рынка институтов на основе интеграции классического и институционального подходов.

Результаты исследования. Понятие рынка институтов существует в экономической теории с 1994 года. Оно было сформулировано С. Пейовичем как «процесс, который позволяет индивидам выбирать правила игры в их сообществе. Посредством своих добровольных взаимодействий индивиды оценивают уже существующие правила, определяют и проверяют пригодность новых» [13].

Ю. Валиевич проводит аналогию между институциональным рынком и рынком товаров и услуг. Автор описывает рынок институтов с помощью следующих характеристик:

- 1) продаваемый товар – формальные институты и механизмы их закрепления;
- 2) множество покупателей и параметры спроса – органы государственной власти и управления различных уровней, фирмы, домашние хозяйства и другие субъекты экономики;
- 3) множество продавцов и параметры предложения – органы государственной власти и управления;
- 4) уровень цен – издержки предложения этого института органами государственной власти и управления, а также издержки, которые несут сами экономические субъекты при создании и использовании этого института;
- 5) типы контрактов, используемые при заключении сделок – институциональные трансакции;
- 6) наличие или отсутствие входных барьеров на рынке – например, проблема безбилетника [2].

В.Л. Тамбовцев определил рынок институтов как механизм осуществления институциональных изменений, а также как локус неявных институциональных сделок – «действий агентов по выбору того или иного правила, в соответствии с которым ими будут осуществляться действия в связи с желанием совершить некоторую товарную сделку» [1]. Понятие институциональных сделок введено Д. Бромли и

обозначает действия, предпринимаемые в соответствии с новыми экономическими условиями с целью установления нового институционального устройства [12].

Неявная институциональная сделка подразумевает выбор определенного института в качестве регулятора той или иной товарной трансакции в процессе ее осуществления. Однако сам же В.Л.Тамбовцев отмечает, что институциональные сделки могут носить и явный характер, Сделки могут носить и явный характер, представляя собой действия экономических акторов, непосредственно направленные на изменение существующего институционального устройства: «Для явных институциональных сделок существенно, что они определяют новое правило, не указывая и не предопределяя, какие конкретные будущие трансакции будут в соответствии с ним осуществляться, фиксируя только тип таких трансакций. Именно такое задание правила для некоторого типа трансакций составляет цель заключения явной институциональной сделки» [1]. В отличие от С.Пейовича, В.Л. Тамбовцев считает, что институциональный рынок существует в любой экономической системе, и его не нужно создавать искусственно: «он существовал, существует и будет существовать до тех пор, пока существуют формальные и неформальные нормы, регулирующие поведение» [8].

Итак, рынок институтов можно определить как объективно существующий локус коммуникаций, в котором экономические агенты осуществляют явные и неявные выборы того или иного правила, в соответствии с которым совершаются товарные сделки. Субъектами этого рынка являются институциональные предприниматели и потребители институтов.

Институциональные предприниматели (*institutional entrepreneur*) – субъекты экономики, которые ищут наиболее эффективные (выгодные) комбинации существующих в обществе прав (собственности) и свобод, или создают новые права и свободы с целью повышения эффективности своей деятельности и оптимального использования ресурсов, на которые они имеют права собственности [11].

Н.Г. Филатова определяет институциональное предпринимательство как «сознательную целенаправленную деятельность экономических агентов по производству и внедрению в систему реальных трансакций правовых институтов, функционирование которых обеспечивает сокращение трансакционных издержек, способствует наиболее эффективной аллокации ресурсов путем соответствующего распределения прав и правомочий собственности, формирует социально-ориентированное развитие рыночной экономики» При этом автор отмечает комплексность процесса институциональных инноваций, который включает процессы создания, тестирования, внедрения, мониторинга, оценки и коррекции новейших институтов [10].

На наш взгляд, при определении институционального предпринимательства важны три аспекта:

- институциональные предприниматели создают, отбирают и обеспечивают функционирование определенных правил экономического поведения;
- они самостоятельно несут все расходы, связанные с данными процессами;
- целью этой деятельности является реализация индивидуальных экономических интересов – оптимизация распределения прав собственности, снижение трансакционных издержек.

Следовательно, предлагается институциональное предпринимательство определять как инициативную деятельность экономических субъектов, связанную с расходованием средств и направленную на создание, отбор и обеспечение эффективности функционирования правил и норм экономического поведения с целью получения индивидуальной выгоды.

К институциональным предпринимателям относятся следующие экономические субъекты.

1. Личности и домохозяйства. Конкретная личность своим «внутренним трудом» создает и присваивает не только экономический, человеческий, социальный, культурный капитал, но и все их институционализированные состояния: формальные и неформальные институты личности [7]. Домохозяйства являются главными институциональными предпринимателями, задающими неформальные правила взаимодействия, традиционные и рутинные действия, руководствуясь не столько рациональностью, сколько моральными соображениями, мотивацией альтруизма и родственной поддержки [11].

2. Фирмы активно участвуют в процессах трансформации и функционирования институциональной среды через создание внутрифирменных институтов (кодексов поведения, третейских судов, внутренних комиссий по качеству и этике в рамках профессиональных организаций в сфере услуг). А. Олейник выделяет три вида фирменных институциональных инноваций: организационные (производятся и существуют как частные блага), организационно-рыночные (клубные блага) и институты, имеющие характеристики чисто общественных благ. При этом отмечается, что выгода для фирмы-предпринимателя от инновации института не сравнима с издержками и поэтому она в лучшем случае будет производить только блага 1-го и 2-го вида [11].

3. Группы специальных интересов. Понятие «групп специальных интересов» в институциональную экономическую теорию ввел М. Олсон [5]. Этим термином обозначают совокупность агентов, которые характеризуются совпадением экономических интересов и на которых действуют избирательные стимулы для производства совместного коллективного блага.

Группы специальных интересов являются весьма эффективными институциональными предпринимателями по следующей причине. Предельные затраты по созданию и поддержанию института значительно превышают предельные выгоды. Однако для групп специальных интересов выгоды от принятия института будут реализованы внутри группы, а издержки понесет общество в целом. Концентрированный интерес немногих побеждает разпыленные интересы большинства. Поэтому относительное влияние групп специальных интересов гораздо больше их доли голосов.

Олсон показал, что добровольное участие в усилиях, необходимых для достижения результата, тем вероятнее, чем компактнее и стабильнее группа и чем выше ее способность поощрять своих участников. Небольшим по размерам группам легче добиться согласия на предоставление ей привилегии или льготы, поскольку связанные с этим затраты почти не ощутимы для других граждан.

Механизмом реализации институциональной активности групп с особыми интересами являются структуры для лоббирования политических и экономических решений и нормативных актов, олигархические и монополистические структуры, участие в перераспределении. При этом их институциональная активность зачастую приводит к деволуции групп, отражающих всеохватывающие интересы (органы представительной власти, правительство), что, в свою очередь, ведет к деволуции институтов [9]. В.В. Вольчик приводит пример извлечения административной ренты группами чиновников, организующих закупки для государственных нужд, которые приводят к деволуции институтов госзакупок в стране в целом. Известный австрийский экономист и философ Фридрих Хайек говорит: «Практика показала, что мы, сами того не желая, создали машину, позволяющую именем гипотетического большинства санкционировать меры, вовсе не удобные большинству, наоборот, такие, которые большинство населения, скорее всего, отвергло бы; и эта машина выдает решения, не только не отвечающие ничьим желаниям, но и попросту неприемлемые в их совокупности для всякого здравомыслящего человека в силу присущей им противоречивости» [3].

4. Государство как главный генератор институциональной среды. Выгода для фирмы-предпринимателя от инновации института не сравнима с издержками. Здесь налицо обычная ситуация "безбилетника", когда экономический субъект сознательно не желает платить за создание и функционирование института, ожидая получить выгоду без всякой оплаты. Поэтому для производства институтов, структурирующих взаимодействия агентов и снижающих неопределенность во всей экономике, необходимо государство [11]. Исследователи отмечают, что как главный институциональный игрок государство выполняет дополнительную, регулируемую и мотивационную функцию: «Задачей государственного предпринимательства в данном случае является не только выбор наиболее эффективных действующих неофициальных институтов, но и создание благоприятного «макроэкономического климата» – конкретных официальных правовых институтов, способствующих дальнейшему развитию локального институционального капитала» [10, с. 126].

Потребители формальных и неформальных правил экономического поведения - экономические агенты, осуществляющие институциональный выбор и извлекающие выгоду из использования установленных правил и норм. Каждый их рассмотренных выше субъектов может выполнять двойную роль – выступает как на стороне предпринимателей, так и потребителей. Например, государство может создавать формальные институты на основе сформировавшейся неформальной хозяйственной практики (выступать как потребитель на рынке институтов).

Объектами институционального рынка являются институты как «правила игры» в обществе, или, выражаясь более формально, созданные человеком ограничительные рамки, которые организуют взаимоотношения между людьми (политические, экономические и социальные). Они включают неформальные ограничения (санкции, табу, обычаи, традиции и нормы поведения) и формальные правила (конституции, законы, права собственности), а также механизмы, обеспечивающие их выполнение» [4]. Н.Г. Филатова объектом институционального предпринимательства называет локальный институциональный капитал, представленный системой институтов личности и организаций, и непосредственно институциональный капитал государства, представленный системой законодательных актов и других официальных нормативных институциональных инструментов [10].

Институты как рыночные объекты обладают рядом следующих признаков.

1. «Полезность» институциональной среды для предпринимателей определяется степенью эффективности функционирования ее основных участников: государственных и негосударственных организаций.

2. Высокая степень дифференциации полезности. Полезность не одинакова для разных индивидов, а зависит от «институциональной грамотности» и экономической культуры потребителя – того, насколько эффективно экономический агент может воспринимать и использовать данный институт. Наиболее институционально предприимчивые экономические агенты могут извлечь пользу даже из неэффективных с общественной точки зрения институтов.

2. Эксплуатационный или доверительный товар. Полезность определенного института очень трудно оценить до момента собственно его использования. Обычно эффективность применения тех или иных экономических норм определяется агентами в процессе экономической деятельности, урегулированной ними. Кроме того, надежность гаранта может остаться не оцененной даже после окончания транзакции в случае отсутствия оппортунизма со стороны контрагента.

3. Особая форма приобретения. По отношению к институтам термин «приобретение» означает получение доступа к информации о «содержании нормы, алгоритме ее осуществления и последствиях действий по данному правилу; поиск контрагента, способного (т.е. обладающего упомянутыми знаниями) и согласного (т.е. считающего это выгодным) взаимодействовать с индивидом именно по соответствующим правилам; заключение с ним явной и неявной институциональной сделки» [8].

4. Коллективное потребление. Осуществление транзакции по определенным правилам предполагает, как минимум, двух участников – экономического агента, осуществляющего сделку и гаранта этой сделки. Большинство же транзакций являются двух- и многосторонними, следовательно, использование определенных правил и норм невозможно без совпадения намерений и действий всех контрагентов.

5. Платность отказа от потребления. Многие, особенно формальные институты предполагают санкции за отказ от их использования. Так, отсутствие государственной регистрации субъекта предпринимательской деятельности является правонарушением, следовательно, отказ от потребления данного института предполагает определенную «цену велегальности»

6. Общественная природа. В общем случае институты обладают признаками общественных благ – неделимость, неконкурентность, неисключаемость. Однако в экономической практике зачастую и формальные, и неформальные нормы и правила поведения являются смешанными исключаемыми общественными благами. Если определенный экономический институт приносит высокую ренту, группы специальных интересов могут ограничивать доступ к нему остальных экономических агентов. Например, сущность института приватизации была направлена на то, чтобы создать в переходных экономических системах постсоветских стран институт частной собственности как основу рыночной экономики. Но фактический захват доступа к данному институту привел к формированию олигархических моделей экономики. Следовательно, даже общественно эффективные институты могут трансформироваться в клубные блага, принося полезность лишь небольшому количеству экономических агентов.

В то же время некоторые экономические институты могут быть перегружаемыми общественными благами, для которых свойство неконкурентности выполняется до «точки перегрузки» - максимума производственно мощности гаранта правила. Плата за разного рода государственную регистрацию, судебные издержки являются примерами цены, необходимой для достижения эффективности этих формальных институтов.

Спрос на институт представляет собой число обращений к нему экономических агентов при осуществлении ими релевантных данному правилу товарных сделок в условиях некоторой "цены" его использования [1].

Под ценой института понимаются все транзакционные издержки, связанные с использованием данного института - aggregate transaction cost (ATC). Особенностью цены института является ее субъективность. Величина как единовременных стартовых издержек освоения правила, так и текущих издержек его применения сильно коррелируют с характеристиками различных агентов в одной и той же экономической системе в зависимости от правовой и экономической культуры, предпринимательского таланта, формы собственности, количества имеющейся информации.

Данное выше определение величины спроса позволяет сформулировать закон спроса для институционального рынка в привычной форме – чем ниже цена института (ATC), тем большее количество агентов применяет его для регулирования экономической деятельности при прочих равных условиях.

Предложение института определяется числом сделок, которые готов "обслужить" соответствующий гарант по определенной цене, определяемой уровнем транзакционных издержек использования правила для регулирования экономических трансакций. В случае предложения института эти издержки выступают в качестве доходов акторов-гарантов данных правил поведения. Следовательно, чем больше этот доход, тем больший объем сделок, мониторинг и инфорсмент которых гарант захочет и сможет обеспечить.

Вывод

Интеграция классического и институционального подходов позволяет сформулировать понятие рынка институтов как объективно существующий локус коммуникаций, в котором экономические агенты осуществляют явные и неявные выборы того или иного правила, в соответствии с которым совершаются товарные сделки. Субъектами этого рынка являются институциональные предприниматели и потребители институтов. Институты как объекты рынка обладают рядом отличительных характеристик. Эта специфика делает актуальным дальнейшее изучение равновесия рынка институтов как инструмента моделирования институциональной динамики.

Источники и литература:

1. Аузан А. А. Институциональная экономика / А. А. Аузан. – М. : Инфра-М, 2005. – 415 с.
2. Валевиц Ю. Институциональное равновесие / Ю. Валевиц // Эковест. – 2002. – № 2. – С. 276 – 300.
3. Майбурд Е. М. Введение в историю экономической мысли. От пророков до профессоров / Е. М. Майнбурд. – М. : Дело, Вита-Пресс, 1996. – 544 с.
4. Норт Д. С. Институты и экономический рост: историческое введение / Д. С. Норт. // THESIS. – 1993. – Т. 1, № 2. – С. 69- 91.
5. Олсон М. Логика коллективных действий. Общественные блага и теория групп / М. Олсон. – М. : ФЭИ, 1995. – 174 с.
6. Парламентський моніторинг [Електронний ресурс] : Лабораторія законодавчих ініціатив. – 2013. – Режим доступу : http://parlament.org.ua/index.php?action=publication&ch_id=20
7. Радаев В. В. Социальный капитал как научная категория / В. В. Радаев // Общественные науки и современность. – 2003. – № 2. – С. 5-16.
8. Тамбовцев В. Л. Есть ли в России спрос на институты. [Електронний ресурс] / В. Л. Тамбовцев // Независимая газета. – 2011. – 05.02.2011. – Режим доступу : http://www.ng.ru/scenario/2011-02-15/13_instituty.html
9. Устойчивое развитие и целостность экономических систем : материалы IV Всероссийской интернет-конференции по проблемам экономифизики и эволюционной экономики, (Екатеринбург, 21–30 ноября 2005 г.). – Екатеринбург : МИАБ, Изд-во Урал. ун-та, 2006. – 165 с.

10. Филатова Н. Г. Институциональные аспекты экономической реализации форм собственности / Н. Г. Филатова // Вестник Томского государственного университета. Общественно-научный периодический журнал. 2010, № 334. – С. 125-127.
11. Экономические субъекты постсоветской России (институциональный анализ) / [Нуреев Р. М., Алексеев А. В., Балабанова Е. С. и др.]; под ред. Р. М. Нуреева. – М. : Московский общественный научный фонд, 2001. – 804 с.
12. Bromley Daniel W. Economic Interests and Institutions: The Conceptual Foundations of Public Policy / Daniel W. Bromley. - New York and Oxford : Basil Blackwell, 1989. – 274 p.
13. Pejovich S. The Market for Institutions Versus the Strong Hand of the State: the Case of Eastern Europe / S. Pejovich, B. Dallago, L. Mittone (eds.) // Economic Institutions, Markets and Competition. – Cheltenham : Edward Elgar, 1996. – P. 97-164.

Кутняк О.В.

УДК 339.9:332

МІЖНАРОДНА КОНКУРЕНЦІЯ РЕГІОНІВ – ЕКОНОМІЧНЕ ЯВИЩЕ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

***Анотація.** Проаналізовано основні підходи до оцінки ролі регіонів у конкурентних процесах та визначення сутності поняття “міжнародна конкуренція регіонів”. З метою уточнення сутності міжнародної конкуренції регіонів ідентифіковано основні елементи даного поняття. Представлено авторське тлумачення міжнародної конкуренції регіонів, яке відрізняється від існуючих визначень системним характером та акцентуванням уваги на структурних змінах, що відбуваються у світовій економіці. Визначено основні ознаки міжнародної конкуренції регіонів як економічного явища глобалізації.*

***Ключові слова:** глобалізація, конкурентна перевага, конкурентоспроможність, міжнародна конкуренція регіонів, регіоналізація.*

***Аннотация.** Проанализированы основные подходы к оценке роли регионов в конкурентных процессах и определению сущности понятия “международная конкуренция регионов”. С целью уточнения сущности международной конкуренции регионов идентифицированы основные элементы данного понятия. Представлено авторское толкование международной конкуренции регионов, которое отличается от существующих определений системным характером и акцентированием внимания на структурных изменениях, которые происходят в мировой экономике. Определены основные признаки международной конкуренции регионов как экономического явления глобализации.*

***Ключевые слова:** глобализация, конкурентное преимущество, конкурентоспособность, международная конкуренция регионов, регионализация.*

***Summary.** Two opposite approaches to the estimation of the regions' role in competitive processes are analyzed, the tendency to transformation of regions into independent participants of world competitive processes is focused on. The main approaches to the essence of the term “international competition of regions” are determined. The basic elements of the term “international competition of regions” as for instance competitiveness, cause, factor, competition, effect, purpose and development are identified to specify the essence of the term. The author's interpretation of the international competition of regions is represented, it is determined as the process, caused by conflict of unilateral interests of regions and aimed at economic and social regional development and strengthening the region's competitive position in the world economic space. The main features of the international competition of regions as economic phenomenon of the globalization are determined, they are: emergence and functioning in an integrated world space, large scale; intensification of the competition between regions; change of the end-points from a profit to the scale of the liquid resources' release; displacement of the competitive advantages to development of innovation-technological, informational, intellectual potential; presence of the destructive component of the international competition of regions.*

***Key words:** globalization, competitive advantage, competitiveness, international competition of regions, regionalization.*

Постановка проблеми. Процес глобалізації спричиняє виокремлення у якості суб'єктів конкурентних відносин не тільки окремих товаровиробників, але й країн та регіонів. На фоні переосмислення ролі регіонів у світовому конкурентному середовищі, ускладнення причинно-наслідкових зв'язків, посилення впливу раніше ізольованих факторів визначення терміну „міжнародна конкуренція регіонів” зазнає модифікацій. Отже, дослідження сутності міжнародної конкуренції регіонів як явища сучасного етапу розвитку світової економіки набуває особливої актуальності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема конкуренції та конкурентоспроможності посідає важливе місце в економічній теорії. Значний внесок у дослідження сутності сучасних конкурентних відносин, форм і методів конкурентної боротьби, механізмів конкуренції, зокрема, конкуренції між регіонами, внесли такі зарубіжні вчені, як Й. Шумпетер, П. Самуельсон, В. Нордхаус, М. Портер, П. Кругман, Р. Камані, І. Бегг. Серед російських вчених, які займаються даною проблемою, можна виділити Г. Азоева, Д. Юданова, Р. Фатхутдинова, М. Гельвановського, Н. Калюжнову, Ю. Савельєва, Є. Дев'яткіна, вітчизняних дослідників А. Гальчинського, І. Дегтярьову, Д. Лук'яненка, А. Поручника, Л. Антонюк, О. Швиданенка. Незважаючи на посилення уваги у наукових працях до більш детального та комплексного аналізу сутності міжнародної конкуренції регіонів, залишається багато дискусійних питань у даній сфері.

Невирішені частини проблеми. У наукових дослідженнях міжнародної конкуренції регіонів не відображено у повній мірі протиріччя цілей регіонів різних країн, конкурентний характер їх взаємодії. Крім того, протягом тривалого часу регіони розглядалися переважно як конкурентне середовище діяльності окремих компаній, а не як самостійні учасники конкурентних відносин. Отже, необхідним є уточнення