

# ИНСТИТУЦИОНАЛЬНАЯ КОНКУРЕНЦИЯ И ИНСТИТУЦИОНАЛЬНАЯ СРЕДА: ВЗАИМОСВЯЗЬ И ВЗАИМОЗАВИСИМОСТЬ

*Розглянуто основні підходи вивчення конкуренції, розкрито сутність інституціональної конкуренції на основі використання критерію ступеня розвитку й характеру функціонування інститутів. Проаналізовано взаємозв'язок і взаємозалежність інституціональної конкуренції та інституціонального середовища.*

**Ключові слова:** сутність конкуренції, підходи до визначення конкуренції, інституційна конкуренція, інституційне середовище.

*Рассмотрены основные подходы к изучению конкуренции, раскрыты содержание институциональной конкуренции на основе использования критерия степени развития и характера функционирования институтов. Проанализированы взаимосвязь и взаимозависимость институциональной конкуренции и институциональной среды.*

**Ключевые слова:** сущность конкуренции, подходы к определению конкуренции, институциональная конкуренция, институциональная среда.

*The basic approaches of institutional competition are considered. The institutional competition essence are determined on the basis of the criterion of the level of the economic development and the character of functioning institutions. The intercommunication and the interdependence of the institutional competition and the institutional environment are analyzed.*

**Key words:** essence of competition, approaches to determination of competition, institutional competition, institutional environment.

**Постановка проблеми.** Для обеспечения эффективной организации и функционирования хозяйственной системы используется механизм конкуренции. Условиями существования конкуренции являются экономическое обособление субъекта хозяйствования, свобода при принятии индивидуальных, предпринимательских решений. В экономической литературе вопросам изучения конкуренции посвящены работы представителей различных направлений экономической науки: А. Смита, Д. Рикардо, Дж.С. Миль, А. Маршалла, Д. Гелбрейта, Д. Кейнса, Д. Норта, М. Портера, Дж.Р. Хикса и других. В большинстве научных работ авторы выделяют

какие-то специфические признаки конкуренции, сводя ее содержание к характеристике каких-то отдельных черт. Д. Лиман, Р. Винер отмечают значение изучения текущего состояния конкуренции при изучении привлекательности товарной категории и исследуют последовательность поведения конкурентов [1]. Конкуренция рассматривается как процесс «сопоставляемости с другими, не только борьба с самим собой, но и соперничество собственных решений и действий, это – выбор между возможными вариантами поведения. Конкуренция это манипулирование неизвестностью, хождение в неопределенности, вероятностный поиск» [2, с. 214].

**Анализ последних публикаций.** Изучение целого ряда работ, посвященных конкуренции, указывает на существование разных подходов при рассмотрении данного понятия.

Конкуренция – это эволюционный процесс взаимодействия продавцов и покупателей на рынке: покупатели конкурируют между собой за получение информации, где и что купить и как получить преимущества. Продавцы ставят себя, наоборот, на место потенциальных покупателей, изучая новую информацию о различных продуктах и производственных процессах, организации, связях и методах продаж, потенциальных партнерах. В целом, процесс конкуренции создает сильные стимулы для поиска и проверки полезности знаний, потому что конкуренты рискуют своими частными правами собственности и несут ответственность в случае неэффективной деятельности и совершаемые ошибки. Важная роль конкуренции состоит в ускорении обновления производства и продукции. Интенсивность конкуренции зависит от склонности субъектов рынка производить транзакционные издержки, а эффективности выполнения функций институтами по поддержанию соблюдения добросовестной конкуренции. Ю. Рубин выделяет асимметричную и симметричную конкуренцию, где для первого вида характерным является ситуационное доминирование одного из соперников над другими и обратная конъюнктура зависимость соперников, а для другого – относительный баланс сил ситуационных соперников и отсутствие ситуационного конкурентного доминирования [3, с. 7].

Конкуренция – это процесс управления субъектом своими конкурентными преимуществами для достижения победы или других целей в борьбе с конкурентами за удовлетворение объективных или субъективных потребностей в рамках законодательства либо в естественных условиях [4]. Таким образом, изучение сущности данной категории показывает, что конкуренция определяет экономические отношения соперничества между субъектами хозяйствования и хозяйствующими единицами, заинтересованными в получении преимуществ при получении максимизации полезности.

Конкуренции отводится особое место в институциональной системе. Особенность эта заключается, во-первых, в том, что конкуренция как институт рынка обуславливает эффективность функционирования других институтов, например, института частной собственности, а во-вторых, помогает хозяйствующим субъектам правильно реагировать на рыночные сигналы. Среди прочих рыночных институтов конкуренция имеет специфические особенности, которым не характерны черты самоорганизации и устойчивости. Она не может быть ни результатом согласованных действий, ни следствием поведения хозяйствующих субъектов, что указывает на необходимость

регулирования самой конкуренции извне, как условия ее поддержания и сохранения.

Исследование сущности конкуренции на основе применения субъектно-объектного подхода указывает что, объекты конкуренции – те явления, которые выступают в качестве объектов интереса конкурентов и побуждают их к конкурентной борьбе. В качестве объектов конкуренции выступают потребительский спрос, факторы производства (труд, земля, капитал, технология), информация. Субъекты конкуренции – это экономические субъекты, ведущие конкурентную борьбу за получение преимуществ на рынке. Субъектами конкуренции выступают потребители, предприятия, организации на микроуровне. Регионы, отрасли, кластеры относятся к субъектам макроуровня. В зависимости от методов осуществления конкуренции она подразделяется на ценовую и неценовую. Использование отличительных качественных особенностей товаров в условиях борьбы за платежеспособный спрос является отличительной особенностью неценовой конкуренции.

В зависимости от методов и средств, применяемых при проведении конкуренции, она подразделяется на добросовестную и недобросовестную. Добросовестная конкуренция – это соперничество за прибыль путем создания лучших товаров, оказания качественных услуг, снижения издержек. Недобросовестная конкуренция включает использование незаконных действий, средств и методов с целью достижения конкурентного преимущества. К характерным проявлениям недобросовестной конкуренции относится «серое» производство, (продажи) производителей, уклоняющихся от налогов, «серый» импорт (выпуск поддельной продукции, несанкционированное использование торговой марки и т. д.).

Конкуренция зависит от институциональной организации общества, причем последняя определяет совокупность общественных механизмов взаимодействия на производстве и распределение благ, обеспечивающих рациональный выбор. Подчиняясь логике экономического рационализма, институциональная организация вбирает в себя лишь те нормы, которые заставляют индивида предпринимать действия, обеспечивающие равенство предельных издержек и предельной полезности [5, с. 16-21]. Представляется правомерным точка зрения Ю.М. Осипова, считающего, что не только конкуренция выполняет функцию саморганизации, но и сама она должна быть организована внешней по отношению к ней силой. Конкуренция представляет борьбу с правилами, с ограничениями, в рамках порядка, причем порядок органичен конкуренции [2, с. 217].

К. Поланьи, указывая на роль физиократов, Ш. Монтескье в формировании институциональной школы писал: «Если физиократы рассматриваются как основатели [экономической теории] общественной науки, то Монтескье был предвестником

институциональной школы этой науки. Его подход был социологическим, историческим, антропологическим и институциональным – по существу, он сочетал в себе черты современного подхода» [6, с. 141].

**Цель статьи** состоит в том, чтобы раскрыть содержание институциональной конкуренции на основе использования критерия степени развития и характера функционирования институтов.

**Изложение основного материала.** Институциональная структура общества определяет набор ограничений, выступающих в качестве фильтрующего механизма при принятии нерациональных решений. Институты вместе с применяемыми технологиями оказывают влияние на экономическое положение хозяйствующих субъектов. Институциональные издержки определяются величиной транзакционных издержек. Обострение конкуренции между институтами и организациями сопровождается институциональным изменением. Оно включает изменения в формальных правилах посредством принятия законодательных актов. Изменения в неформальных ограничителях поведения выражаются в уменьшении доли общепризнанных норм, контрактов при принятии и использовании новых правил поведения. Неравномерное распределение информации среди участников рынка приводит к возникновению асимметрии информации. Отсутствие доступа к полной информации обуславливает возникновение противоречия между возможностью монополюльно контролировать определенный массив информации и равным доступом к информации всех субъектов. В условиях господства несовершенной конкуренции возникает возможность злоупотребления асимметрией информации, что приводит к возрастанию величины транзакционных издержек.

Экономическая конкуренция – это динамический эволюционный процесс взаимодействия, при котором люди мотивированы для осуществления поведения в своих интересах, причем они интернационализируют издержки и выгоды от использования собственности [7, с. 222]. В процессе конкуренции конкуренты создают условия получения выгоды другим экономическим агентам, как побочного продукта достижения их собственного интереса.

Экономическая конкуренция представляет процесс, стимулирующий конкурентов-продавцов (конкурентов-покупателей) осуществлять издержки для поиска и проверки нового знания. Продавцы и покупатели заключают контракты для обмена правами собственности друг с другом, устанавливая цены с целью их координации и информирования. В процессе конкуренции между собственниками прав собственности достигается контроль над возникновением неизбежных ошибок, обусловленных потерей рыночных сигналов. Конкурирующие покупатели и продавцы сталкиваются с неизбежностью транзакционных издержек, представляющих для обеих сторон конкуренции невозвратные издержки (sunk costs)

до тех пор, пока не будет определена вероятность их возврата.

Готовность к осуществлению информационных издержек зависит от институтов: в случае если институты создают условия для получения относительно дешевой информации, определяют доверительные отношения при минимизации использования внутренней информации, то поиск новой информации будет более интенсивным. Когда же институты являются слабыми и неопределенными, а информация и транзакционные издержки – высокими, покупатели и продавцы не будут заинтересованы производить значительные инвестиции для поиска информации. До тех пор пока покупатели готовы нести бремя транзакционных издержек, экономическое соперничество между продавцами будет стимулировать инновации в развитие новых продуктов и процессов. Производители-продавцы и институты, поддерживающие развитие инновационных идей, надеются на получение прибыли.

Обострение конкуренции стимулирует увеличение инвестиций в НИОКР, использование инноваций, повышает качество продукции и ведет к снижению издержек. Отсутствие доступа к получению полной информации и прозрачности рыночных отношений обостряет конкуренцию и сопровождается использованием ее недобросовестных форм. Различные институциональные системы имеют неодинаковые инновационные возможности. Отдельные регионы, развивающиеся страны утрачивают свой инновационный потенциал, поскольку институциональная среда не создает необходимой бизнесуверенности для предпринимателей, как это организовано в развитых странах.

Применим системный подход при выделении из системы среды, а также изучим механизм взаимосвязей и взаимовлияния посылаемых сигналов. Система представляет упорядоченное множество взаимосвязанных между собой элементов, в совокупности образующих целостное единство. «Среда, – указывают А. Холл, Р. Фейджин, – совокупность всех объектов, изменение свойств которых влияет на систему, а также тех объектов, чьи свойства меняются в результате поведения системы» [8, с. 258]. Система и среда взаимосвязаны между собой посредством входов (ресурсов) и выходов (конечный продукт системы). Влияние среды на систему происходит при помощи входов, компонентов, передаваемых системы из среды. Выходы системы включают компоненты, передаваемые окружающей средой. Система влияет на среду посредством выходов.

Условия окружающей среды, в которых действует фирма, принято называть маркетинговой средой фирмы. Ф. Котлер маркетинговую среду фирмы определил следующим образом: «Маркетинговая среда фирмы – совокупность активных субъектов и сил, действующих за пределами фирмы и влияющих на возможности руководства службой

маркетинга устанавливать и поддерживать с целевыми клиентами отношения успешного сотрудничества» [9, с. 127]. Фирма использует маркетинговую среду с целью поиска новых возможностей и выявления возникновения потенциальных угроз. Маркетинговая среда фирмы включает микросреду и макросреду. Микросреда определяется субъектами, имеющими непосредственное отношение к самой фирме и ее возможностям по обслуживанию клиентов, т. е. поставщиков, маркетинговых посредников, конкурентов и контактных аудиторий. Макросреда характеризуется элементами более широкого социального плана, которые оказывают влияние на микросреду. К элементам макросреды относятся факторы демографического, экономического, природного, технического, политического и культурного характера.

К компонентам внешней среды фирмы относятся макросреда, инфраструктура и микросреда, оказывающие прямое или косвенное влияние на конкурентоспособность, эффективность и устойчивость работы фирмы. Макросреда характеризуется

международными, политическими, экономическими, социально-демографическими, правовыми, экологическими, природно-климатическими, научно-техническими, культурными факторами. Налоговые, таможенные факторы, а также финансово-кредитная система страны оказывают прямое влияние на функционирование фирмы, косвенные факторы, к которым относятся параметры технического развития, экосистемы, правовой системы и др. воздействуют опосредованно. Чем выше конкурентоспособность страны, тем больше конкурентоспособных фирм, тем более обостренной будет конкуренция между ними. В современных условиях внешние факторы характеризуются большой сложностью, динамичностью и неопределенностью, что существенно затрудняет учет факторов внешней среды при принятии решений.

В соответствии с подходом автора факторы внешней среды предприятия представлены в виде многоуровневой системы факторов микро- и макросреды, включающие институциональную, политическую, технологическую, социально-демографическую среды (рисунок 1).



Рис. 1. Многоуровневая система факторов микро- и макросреды

Изменения во внутренней и внешней среде предприятий происходят под влиянием управляемых и неуправляемых факторов. Проблема управляемости факторов внешней среды имеет особое значение для оценки возможностей предприятий и зависит от поставленной управленческой задачи, а также от условий ее решения. Не существует какого-то

общего деления факторов внешней среды на управляемые и неуправляемые. Организация может оказывать воздействие на факторы ближнего окружения (управляемые факторы), в то время как факторы отдаленного окружения, относятся к неуправляемым факторам со стороны менеджеров организации. Каждое

предприятие не в состоянии оказывать влияние на макросреду, изменять систему ценностей, сложившуюся в обществе, оказывать существенные воздействия на научно-технический прогресс, влиять на политическую обстановку в государстве. Однако на уровне союзов предприятий управление отдельными факторами отдаленного окружения представляется возможным. К таким факторам следует относить частично политико-правовые и экономические факторы. Представляется включение институционального фактора в анализ макросреды дополняет многоуровневую систему макро- и микрофакторов (рисунок 1).

Степень конкуренции зависит от развития институциональной среды, которая включает нормы и правила хозяйственной жизни, определяющие поведение участников рынка, а также действующие механизмы, обеспечивающие соблюдение данных норм и правил. По мнению Р.Ф. Пустовийта институциональная среда может быть представлена в виде иерархической системы правил разного уровня последовательности, а именно: конституции, закона, распоряжения [10, с. 13]. Индивидуальные правила отличаются от внутренне-организационных правил. Фирмы создаются и развиваются в рамках институциональной среды. Работа институтов в рамках всей системы обеспечивает достижение институциональной стабильности при сохранении соответствующей конфигурации правил. Поведение экономических субъектов основывается на оптимальном выборе среди альтернативных предложений такого варианта, который бы в условиях существования институциональных ограничений обеспечивал максимизацию полезности. «Поведенческая теория пытается исследовать реальное поведение экономических субъектов, что означает гораздо более поверхностный (или, что то же самое, более близкий к реальности) уровень анализа по сравнению с основным течением. В то же время необходимо подчеркнуть, что поведенческая теория не ограничивается чисто описательными методами, а стремится построить обобщенную модель принятия решений» [11, с. 639]. Развитие конкуренции относится к важнейшему фактору формирования инвестиционного поведения предприятий (фирм) на рынке. Соперничество между поставщиками осуществляется путем изменения цен, а также при применении неценовой конкуренции (дифференциации продуктов, изменения каналов поставок, рекламы и оказания услуг). Несмотря на перечисленные выше формы, конкуренты могут объединяться в союзы для лоббирования своих интересов при политическом вмешательстве, что защищает их от потребности конкурировать между собой для получения ренты. В зависимости от степени ограниченности использования того или иного ресурса и его ценности, тем выше устанавливается рента на этот ресурс. Экономические субъекты используют возможности государства в частных целях для получения ренты.

Н. Тарнавская выделяет современные признаки конкуренции: хаотичность, динамизм, агрессивность, непредсказуемость, что позволяет говорить о целесообразности отказа от компаниоцентричного подхода в условиях формирования креативной сети как субъекта конкуренции [12, с. 16]. Изменение конкурентных отношений ставит задачу перед исследователями разработки и применения нового подхода для определения конкурентов, оценивания конкурентного статуса предприятий и их конкурентоспособности. Изучение взаимозависимости конкуренции с институциональной средой показывает, что они взаимосвязаны между собой посредством входов (ресурсов) и выходов (конечного продукта), характер взаимосвязи между указанными понятиями зависит от достижения состояния устойчивости, стабильности, признаваемости, общепризнанности, адаптивности норм, правил хозяйствования, применяемых экономическими субъектами механизмов.

Нелинейный характер экономического развития характеризует переходное состояние системы в условиях реформирования хозяйственной системы. Рассматривая неравновесные переходные процессы, И.Н. Шургалина указывает на понимание двойственности процессов развития, взаимодополняемости статики и динамики, устойчивости и изменчивости как парных состояний, характеризующих развитие в единстве его противоречивых сторон, проводящих их изучение неотъемлемой частью объективного описания явлений [13, с. 23]. В условиях существования институциональной неопределенности существует проблема оптимального институционального оформления системы хозяйствования. Институциональная неупорядоченность инверсионного типа конкуренции характеризуется замедленным формированием рыночного типа мышления и поведения населения, невыполнением рыночными агентами функций оптимального использования системы прав собственности, применением ряда устаревших видов институтов, формальных и неформальных правил, а порою их отсутствием в условиях асимметричности информации, неэффективным мотивационным механизмом вложений в инновации. Возникновение институциональных аномалий, деформаций сопровождаются обострением недобросовестной конкуренции. Функционирующая система прав собственности мотивирует людей к поискам информации, позволяющей улучшить свое положение при соперничестве с конкурентами. Распространение ценовых сигналов о потребностях потребителей обеспечивает производителям организацию деятельности в своих интересах. В случае совершения ошибок экономическими субъектами система прав собственности выполняет функцию индикатора, указывающего на неоптимальное их использование агентами рынка.

Институциональную конкуренцию представим, используя критерий – степень развития и характер функционирования институтов:

- институционально-организованная и институционально-неорганизованная;
- на основе учета доступа и анализа полноты информации при принятии оптимальных решений экономических субъектов рыночных структур:
- полной информации и неполной информации;
- с учетом реализации и соблюдения прав собственности;
- оптимально-добросовестной и неоптимально-недобросовестной.

Институциональная конкуренция выражается в том, насколько функционирующие институты, организации, господствующие традиции, обычаи, нормы, правила стимулируют развитие соперничества, состязательности, использования конкурентных преимуществ в условиях несовершенной конкуренции. Отсутствие ряда формальных институтов, правил, норм поведения и применение совокупности устаревших неформальных правил препятствуют нормальному функционированию рыночных институтов. Формирование институциональной среды рыночной экономики затруднено в связи с высоким налогообложением, налоговые сборы частично поступают в неформальный сектор. Чрезмерное вмешательство государства в деятельность предпринимательского сектора сопровождается возрастанием транзакционных издержек, обусловленных отсутствием доступа к получению информации о заключаемых сделках, существованием всякого рода бюрократических ограничений и препон для организации и

функционирования бизнеса, отсутствием независимой судебной системы. Асимметричность информации и доступ к использованию специфического актива позволяет отдельным экономическим субъектам получать квазиренду.

#### Выводы

В процессе изучения существующих подходов раскрыта сущность конкуренции как процесса соперничества между продавцами и покупателями на рынке за получение более выгодных условий для продаж и покупок.

Выделены и проанализированы основные формы конкуренции: социальная конкуренция, экономическая конкуренция и институциональная конкуренция.

В процессе рассмотрения институциональной среды выявлено, что институциональная конкуренция выражается в совокупности институциональных форм, норм, правил хозяйственной жизни, действующего механизма соблюдения институциональных ограничений, системы прав собственности, применяемых для поддержания и развития соперничества и состязательности.

Выявлена взаимосвязь и взаимозависимость институциональной конкуренции с институциональной средой посредством ресурсов и конечного продукта, где характер взаимосвязи зависит от достижения состояния устойчивости, стабильности, признаваемости, общепризнанности, адаптивности норм, правил хозяйствования, применяемых экономическими субъектами механизмов.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Леманн Д.Р., Винер Р. Управление товаром: Пер. с англ. – М.: ИД «Вильямс», 2004. – 634 с.
2. Осипов Ю.М. Теория хозяйства. Учебник в трех томах. – Т. 1. – М.: Изд-во МГУ, 1998. – 456 с.
3. Котлер Ф. Основы маркетинга: Пер. с англ. / Общ. ред. и вступ. сл. Е.М. Пеньковой. – М.: Прогресс, 1990. – 672 с.
4. Рубин Ю.Б. Конкурентные ситуации на разных стадиях бизнеса // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2004. – № 2(50). – С. 7.
5. Wyrns R.T., Stone G.W., Economics. – 6<sup>th</sup> edition. – New York, HarperCollins College Publishers, 1995.
6. «Великая трансформация» К. Полаanyi: прошлое, настоящее, будущее / Под общ. ред. Р.М. Нуреева. – М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2006. – 406 с.
7. Kasper W. Institutional Economics. Social order and public policy. Edward Egar. Chetenham. UK. Northampton. Ma. USA. 1998. – 517 p.
8. Холл А.Д., Фейджин Р.Е. Определение понятия системы // Исследования по общей теории систем. Сборник переводов / Под ред. В.Н. Садовского и Ю.Г. Юдина. – М.: Издательство «Прогресс», 1969. – С. 252-282.
9. Котлер Ф. Основы маркетинга: Пер. с англ. / Общ. ред. и вступ. сл. Е.М. Пеньковой. – М.: Прогресс, 1990. – 672 с.
10. Пустовийт Р.Ф. Институціональні середовище підприємництва в трансформаційній економіці. – Моногр. – Черкаси: Брама-Україна, 2006. – 372 с.
11. История экономических учений: Учебное пособие / Под ред. В. Автономова, О. Ананьина, Н. Макашевой. – М.: ИНФРА-М, 2001. – 784 с.
12. Тарнавська Н. Новітні прояви кокуренції в суспільстві, яке базується на знаннях // Економіка України. – 2008. – № 2. – С. 4-16.

Рецензенти: Бажал Ю.М., д.е.н., професор;  
Верланов Ю.Ю., к.е.н., професор.