УПРАВЛЕНЕЦ № 4/56/ 2015

Методологические основы определения институциональной сложности рынка[1]

ОРЕХОВА Светлана Владимировна
Кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики предприятий

Уральский государственный экономический университет
620144, РФ, г. Екатеринбург, ул. 8 Марта/Народной Воли, 62/45
Тел.: (343) 221-17-21
E-mail: bentarask@list.ru

Ключевые слова

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЙ АНАЛИЗ
ИНСТИТУЦИОНАЛЬНАЯ СРЕДА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ
ИНСТИТУЦИОНАЛЬНАЯ СЛОЖНОСТЬ РЫНКА
РЕСУРСНАЯ СТРАТЕГИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация

Исследование направлено на разработку методологии анализа институциональной среды деятельности предприятий на конкретном рынке. Выявлена специфика категорий «рынок» и «среда деятельности предприятия» через призму неоинституционального подхода. Определены отличительные признаки институционального анализа среды деятельности предприятий.

Автором предложена методология институционального анализа рынка на основе оценки уровня его сложности. Для определения уровня институциональной сложности разработана классификация рынков по типу входных барьеров.

Выявлена прямая зависимость между уровнем сложности институциональной среды деятельности компании и количеством ресурсов, требуемых для достижения ею устойчивых конкурентных преимуществ. Результаты диагностики специфических институциональных параметров рынка по предложенному алгоритму позволят предприятиям корректировать направления своего стратегического развития.

JEL classification

D21, D80

Трансформация условий функционирования предприятий в России предполагает поиск новых инструментов конкурентной борьбы на отечественном и международном отраслевых рынках.

Рыночные исследования являются неотъемлемой частью современных экономических исследований, проводимых как на макроуровне (с целью прогнозирования развития мирового, национальных или региональных рынков), так и на микроуровне (такие исследования в основном направлены на изучение поведения предприятия с учетом специфики рынка). Однако классический экономический анализ рынка, связанный с динамической и структурной диагностикой статистических данных деятельности его основных игроков (в основном производителей и потребителей), изменением спроса и предложения и других количественных параметров, перестает удовлетворять современным научным требованиям.

Институциональная экономика как наука весьма тесно перекликается с экономикой отраслевых рынков, поскольку последняя выявляет специфику поведения контрагентов в зависимости от различных рыночных параметров. Ценность обоих направлений экономической теории подтверждается тем, что последние десятилетия Нобелевскими лауреатами по экономике становились ученые, занимающиеся вопросами неоинституциональной экономической теории и (или) теории отраслевых рынков. Так, Дж. Стиглер (1982), Р. Коуз (1991), Р. Фогель и Д. Норт (1993), Дж. Акерлоф, М. Спенс, Дж. Стиглиц (2001), В. Смит и Д. Канеман (2002), Л.С. Шепли и Э.Э. Рот (2012) получили Нобелевские премии за исследование рынков с использованием подходов и методов институционального анализа. Премия 2014 г. была присуждена одному из основоположников теории отраслевых рынков Жану Тиролю «за анализ рыночной власти и ее регулирования».

Не умаляя значимости неоклассического анализа, анализа с позиции экономики отраслевых рынков для понимания вектора развития того или иного рынка, считаем важным взглянуть на него также под «институциональным углом зрения».

Таким образом, данное исследование направлено на разработку методологии анализа институциональной среды деятельности предприятий путем определения уровня институциональной сложности рынка. Данный анализ целесообразно проводить для дальнейшего формирования пакета стратегических решений предприятиям, функционирующим на конкретном рынке.

Задачами данной статьи выступают:

- сравнительный терминологический анализ категорий «рынок» и «среда деятельности фирмы» в разрезе различных экономических теорий;
- выявление особенностей и выделение параметров оценки анализа рынка с позиции институционального подхода;
- разработка теоретико-методологических основ институционального анализа рынка на основе оценки уровня его институциональной сложности.

РЫНОК И ИНСТИТУЦИОНАЛЬНАЯ СРЕДА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ: ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

Категорию рынка можно охарактеризовать как географическое либо функциональное пространство, на котором происходят обмены и заключаются взаимовыгодные сделки [18. С. 105].

Неоклассики (А. Маршалл, Дж. М. Кейнс, П. Самуэльсон, С.Л. Брю и К.Р. Макконнелл и др.) классифицируют модели поведения участников рынка в зависимости от его границ (временных, локальных, продуктовых). Данный подход увязывает функции производства и издержек с функцией спроса на продукцию.

Так, В.В. Вольчик в статье «Эффективность рыночного процесса и эволюция институтов» [3] небезосновательно утверждает, что рыночный процесс связан

[1] Исследование проведено при поддержке Конкурса грантов молодых ученых УрГЭУ (№ ТЗ-12/2014).

UPRAVLENETS № 4/56/ 2015

Methodological Bases for Determining Institutional Complexity of Markets [1]

Svetlana V. OREKHOVA
Cand. Sc. (Econ.), Associate Professor of Enterprises Economics Dept.

Ural State University of Economics
620144, RF, Yekaterinburg,
8 Marta/Narodnoy Voli St., 62/45
Phone: (343) 221-17-21
E-mail: bentarask@list.ru

Keywords

INSTITUTIONAL ANALYSIS
INSTITUTIONAL ENVIRONMENT OF A COMPANY
INSTITUTIONAL COMPLEXITY OF A MARKET
RESOURCE STRATEGY OF A COMPANY

Abstract

The study aims at developing a methodology for the analysis of institutional environment of a company. The paper reveals the specifics of the concepts "market" and "company environment" through the prism of intitutionalist approach. It identifies distinguishing features of institutional analysis of company environment.

The author suggests a methodology of institutional analysis of a market on the principle of assessing its complexity. To determine the level of institutional complexity a classification of markets according to the type of entry barriers is developed.

The author discovers a direct correlation between the level of complexity of institutional environment of a company and necessary amount of resources required to attain sustainable competitive advantages. The results of diagnosis of specific institutional parameters of a market using the proposed algorithm enables companies to adjust the directions of their strategic development.

JEL classification

D21, D80

Transformation of the conditions for business functioning in Russia dictates the necessity of searching for new instruments of competitive struggle in domestic and international markets.

Market research is an inbuilt part of modern economic research carried out both at macro-level (to forecast the development of global, national and regional markets) and micro-level (such research is designed mainly to study company behaviour allowing for the specifics of a market). However, classical economic analysis of markets linked with dynamic and structural diagnosis of statistical data on the activities of its main actors (principally, producers and consumers), changes in supply and demand and other quantitative parameters ceases to satisfy contemporary scientific requirements.

Institutional economics as a scientific perspective is quite closely aligned with industrial organization for the reason that the latter reveals the specifics of contractors' behaviour depending on different market parameters. The importance of both perspectives of economic theory is confirmed by the fact that in recent decades the Nobel Prizes in Economic Sciences were awarded to the scientists involved in research of the issues of neoinstitutionalism and (or) theory of industrial organization. This way, G.J. Stigler (1982), R.H. Coase (1991), R.W. Fogel and D.C. North (1993), G.A. Akerlof, A.M. Spence and J.E. Stiglitz (2001), D. Kahneman and V.L. Smith (2002), A.E. Roth and L.S. Shapley (2012) received Nobel Prizes for the research of markets applying approaches and methods of institutional analysis. The Prize of 2014 was awarded to Jean Tirole, one of the founders of the theory of industrial organization, "for the analysis of market power and its regulation".

Without belittling the significance of neoclassical analysis, analysis from the position of industrial organization for understanding the vector of development of a market it is quite important to look at it from "institutional angle".

Hence, the present research aims to develop a methodology for the analysis of institutional environment of a company through determining the level of institutional complexity of a market. It is relevant to make this analysis to further form the portfolio of strategic decisions of companies acting in the market.

The article is going to deal with the following tasks:

- comparative terminological analysis of the concepts "market" and "company environment" in the context of different economic theories;
- identification of special features and assessment parameters for market analysis from the position of institutionalist approach;
- development of theoretical and methodological bases of institutional analysis of a market on the principle of assessing its complexity.

MARKET AND INSTITUTIONAL ENVIRONMENT OF A COMPANY: TERMINOLOGICAL ANALYSIS

The concept of market may be characterized as geographical or functional space where exchanges and mutually beneficial transactions take place [18. P. 105].

Neoclassical economists (A. Marshall, J.M. Keynes, P. Samuelson, S.L. Brue, C.R. McConnell et al) classify the models of behaviour of market participants depending on market boundaries (in terms of time, locality and product). Such approach coordinates functions of production and costs with functions of demand for produced goods.

In the paper "Efficiency of market process and evolution of institutions" [3] V.V. Volchik rightly states that market process is connected with two important definitions: "exchange" and "competition", and the higher the level of competition, the higher the efficiency of this market is (the

[1] This work was prepared with the financial support of the Grants Competition among Young Scientists of Ural State University of Economics, project no. TZ-12/2014.

*Таблица 1 – Сравнительный терминологический анализ категории «среда деятельности фирмы»**

Критерии сравнения	Маркетинговый подход	Стратегический подход	Отраслевой подход	Институциональный подход
Единица анализа (объект)	Поведение потребителей	Внешняя и внутренняя среда фирмы в целом	Поведение продавцов (производителей)	Формальные и неформальные правила, определяющие поведение участников
Трактовка рынка	Совокупность потребителей со схожими потребностями	Совокупность факторов, определяющих выбор стратегии бизнеса	Совокупность продавцов определенного товара	Совокупность правил
Методы анализа	Маркетинговые и рыночные исследования, исследования потребителей	PEST и SWOT-анализ, матрицирование	Анализ уровня концентрации рынка, рыночной силы участников, конкурентный анализ	Составление институциональной карты [7], анализ структуры институтов [18]
Операционализация данных	Экспертные и количественные оценки	Экспертные оценки	Количественные оценки	Вербальные оценки [18], рейтинги
Цель управления	Создание потребительской ценности	Разработка стратегии развития	Создание сильной конкурентной позиции (рыночной мощи)	Выработка эффективных механизмов адаптации к институтам
Методы управления	Сегментирование, позиционирование, цепочка создания ценности	Выбор стратегии	Слияние и поглощение, интеграция и пр.	Лоббирование интересов, отношенческая контрактация, выбор эффективных контрактов

* Составлено автором.

с двумя важными дефинициями – обмена и конкуренции, причем чем выше уровень конкуренции, тем выше эффективность данного рынка (выше ценность обменов, происходящих на рынке).

Однако уже давно известным фактом является отсутствие на практике рынков совершенной конкуренции, а рынки, которые формально должны потерпеть «фиаско» (термин из [24]), по-прежнему функционируют. Многочисленные эмпирические исследования подтверждают наличие и длительное функционирование неэффективных рынков, что невозможно объяснить, используя рамочные конструкции неоклассического экономического анализа.

Строго говоря, реальные рынки могут называться таковыми лишь условно, так как функционируют за счет институциональных, а не рыночных механизмов координации. Даже цены, являющиеся, по мнению неоклассиков, «результатом действия невидимой руки рынка», во многих случаях регулируются формальными или неформальными институтами [3].

Согласно Д. Норту [9. С. 120], на практике могут функционировать далеко не самые эффективные (с точки зрения Парето-оптимальности) институты, что объясняется как внешними шоками, так и внутренними стимулами к изменению правил. Внутренние стимулы возникают у тех заинтересованных групп, которые являются основными получателями выгод от возможного изменения правила. Это означает, что институциональные изменения могут не только улучшать условия создания стоимости, но и ухудшать их. Неэффективные устойчивые нормы существуют в форме так называемых «институциональных ловушек» (lock in), исследованных В.М. Полтеровичем [13].

Таким образом, использование институциональной теории, на наш взгляд, позволит обогатить набор инструментов, применяемых к анализу рынка.

С точки зрения авторов институциональной экономики (Т. Веблен, Дж. Коммонс и др.), рынок представляет собой набор формальных и неформальных правил и процедур, определяющих нормы поведения его участников.

Неоинституционалисты (Р. Коуз, Д. Норт, О. Уильямсон, А. Алчиан и Х. Демсец, Дж. Ходжсон и др.) характеризуют рынок как «набор социальных институтов, в рамках которых регулярно происходит большое количество актов обмена специфического типа, причем данные институты в известной мере способствуют этим актам обмена и придают им структуру» [22. С. 256]. Данные обмены включают контрактные отношения и смену прав собственности. При выполнении контрактов участники рынка несут трансакционные и организационные издержки, размер которых свидетельствует об эффективности рыночных отношений.

Э.Г. Фуруботн и Р. Рихтер выделяют в связи с этим понятие «организация "рынок"». Они отмечают, что «…рынок лучше всего рассматривать как социальное устройство, облегчающее повторяющийся обмен. Организация "рынок" состоит из набора институциональных правил в совокупности с людьми, создающими и применяющими эти правила…» [21. С. 356–357].

Под *институтами рынка*, таким образом, будем понимать сложившиеся формальные правила и неформальные средства их регулирования (нормы, традиции и рутины), подкрепленные механизмами их реализации (инфорсмента), которые поддерживают данный рынок и обеспечивают взаимодействие его субъектов. Институты наряду с начальным распределением ресурсов определяют, идет ли система (т.е. рынок – *прим. авт.*) в направлении развертывания или свертывания обменов [3].

Категория «рынок» в экономических исследованиях перекликается с категорией «среда деятельности фирмы». В широком смысле под средой деятельности предприятия понимается совокупность условий и факторов (как внешних, так и внутренних), окружающих предприятие и оказывающих значительное влияние на его деятельность. В то же время многие исследователи, на наш взгляд, достаточно вольно применяют в своих работах термины «институциональная среда», «стратегическая среда», «маркетинговая среда» и «отраслевая среда», используя при этом одни и те же параметры оцен-

*Table 1 – Comparative terminological analysis of the concept "company environment"**

Criteria for comparison	Marketing approach	Strategic approach	Sectoral approach	Institutional approach
Unit of analysis (object)	Consumer behaviour	Internal and external environment of a firm as a whole	Behaviour of sellers (producers)	Formal and informal rules prescribing participants' behaviour
Treatment of market	A number of consumers with similar needs	A number of factors determining the choice of business strategy	A number of sellers of a specific product	A set of rules
Methods of analysis	Marketing and market research, consumer research	PEST and SWOT-analysis, matrices	Analysis of the market concentration, market power of participants, competitive analysis	Institutional mapping [7], analysis of the institutions' structure [18]
Operation with data	Expert and quantitative assessments	Experts assessments	Quantitative assessments	Verbal assessments [18], ratings
Management objective	Creation of consumer value	Drawing up development strategy	Achievement of strong competitive position (market power)	Designing effective mechanisms of adaptation to institutions
Management methods	Segmentation, positioning, value added chain	Choice of the strategy	Mergers and acquisitions, integration, etc.	Lobbying, relational contractions, drafting effective contracts

* Source: the author.

higher the value of exchanges occurring in the market is).

Yet it has long been known that markets with perfect competition do not exists in practice, and markets that formally must suffer from "fiasco" (the term is from [24]) keep on performing. Numerous empirical researches confirm the existence and continuing performance of inefficient markets and within the frames of neoclassical economic analysis it is impossible to give an explanation to this.

Strictly speaking, real markets can be called so only conditionally, because they operate due to institutional, but not market mechanisms of coordination. Even prices which, in neoclassical economists' view, are "a result of the invisible hand of the market", in many cases are regulated by formal and informal institutions [3].

According to D.C. North [9. P. 120], in practice there can be functioning institutions that are far from being efficient (or as Pareto puts it, optimal) what is explained both by external shocks and internal incentives to changing the rules. Internal incentives emerge in those interested groups that appear to be main beneficiaries of the changed rule. This means that institutional changes may not only improve the conditions for creating the value, but deteriorate them as well. Inefficient stable norms exist in the form of the so called institutional "lock in" studied by V.M. Polterovich [13].

Therefore, the application of institutional theory, in our view, will enrich the set of tools used in the market analysis.

From the perspective of the authors of institutional economics (T. Veblen, J.R. Commons et al), the market is a set of formal and informal rules and procedures determining the norms of behaviour of its participants.

Neoinstitutionalists (R.H. Coase, O.E. Williamson, D.C. North, A. Alchian, H. Demsetz, G. Hodgson et al) characterize market as "… a set of social institutions within which a considerable number of specific exchanges regularly take place and these institutions to a certain extent favour these exchanges and structure them" [22. P. 256]. Such exchanges include contract relations and transferring property rights. While fulfilling contracts market participants bear transaction and organisational costs the size of which helps to judge about the efficiency of market relations.

In connection with this E.G. Furubotn and R. Richter introduce the concept "organization "market". They point to that "… market is best considered as a social structure facilitating repeated exchanges. Organization "market" is consists of a set of institutional rules combined with individuals establishing and applying these rules …" [21. Pp. 356–357].

Therefore, we will understand institutions of market as emerged formal rules and informal means of their regulation (norms, traditions, routine) accompanied by enforcement mechanisms that support this market and interaction between its subjects. Together with initial distribution of resources institutions determine whether the system (i.e. market – author's note) goes in the direction of intensifying or shrinking exchanges [3].

The concept "market" in economic research is closely aligned with the concept "company environment". In a wide sense, company environment is seen a range of conditions and factors (both internal and external) surrounding a company and substantially influencing its activities. At the same time, in our view, many researchers apply the terms "institutional environment", "strategic environment", "marketing environment", "sectoral environment" too freely in their works, using the same parameters for assessment and the same tools for analysis (see [4]).

We believe that different economic approaches considerably shift emphases in the studies of company environment (Table 1). For instance, from the marketing perspective, market is a number of consumers with similar demands [6] whereas industrial organization treats this concept as a number of sellers (producers) producing similar goods [1; 14; 15].

It is important to mention that all existing approaches to market analysis are designed to detect main trends and regularities of this or that market space so as to formulate concrete practical recommendations for its participants. Depending on the theoretical base of the research the emphasis is shifted in the favour of studying particular groups of parameters. But quantitative assessment of market parameters (market capacity, analysis of demand

*Таблица 2 – Подходы к определению границ институциональной среды конкретного рынка**

Тип границ	Критерии определения границ институциональной среды рынка
1. Продуктовые	Уровень специфичности реализуемого актива, возможности его замещения и уровень его дифференциации. Специфика институтов, действующих в отношении производителей (продавцов) конкретных видов продуктов, работ, услуг
2. Временные	Длительность конкретных институциональных рамок. Характер развития и уровень устойчивости имеющихся институциональных рамок (эволюция институтов, импорт и пр.)
3. Локальные (пространственные)	Институциональные рамки, действующие на территории отдельного государства, региона, города

* Составлено автором.

ки и инструменты анализа (см., например, [5]).

Представляется, что различные экономические подходы существенно смещают акценты в изучении среды деятельности предприятия (табл. 1). Так, например, с точки зрения маркетинга, рынок – это совокупность потребителей со схожими потребностями [6] , тогда как экономика отраслевых рынков трактует данную категорию как совокупность продавцов (производителей), производящих сходную продукцию [1; 14; 15].

Важно отметить, что все существующие подходы к анализу рынка призваны выявить основные тенденции и закономерности того или иного рыночного пространства с целью выработки конкретных практических рекомендаций для его участников. В зависимости от теоретической базы исследования происходит смещение акцентов в пользу изучения конкретных групп параметров. Но количественная оценка параметров рынка (емкость рынка, анализ спроса и предложения, уровень концентрации рынка и пр.) может послужить базой для дальнейшего институционального анализа. Вербальная, зачастую субъективная оценка институтов является одним из недостатков данного подхода. А главным достоинством является то, что «... совокупность институтов, окружающих индивида и образующих соответствующие структуры, может определять характер его действий. Модель действия экономического субъекта выступает результирующей его институционального окружения, взаимодействий типа "субъект – субъект", "субъект – структура", "институт – институт", "институт – структура – субъект"» [17. С. 9].

На сегодняшний день существует несколько различных трактовок понятия «институциональная среда деятельности предприятия»:

1) как набор ограничений, рамок поведения [25. P. 5–6], [16. С. 36], [12. С. 9];

2) как основной фактор использования ресурсов [23];

3) как фактор распределения прав собственности [4. С. 36];

4) как совокупность ценностей, которые влияют на соотношение стимулов в деятельности и обусловливают достижение минимального согласия между людьми [10. С. 401].

Обобщая имеющиеся подходы, под *институциональной средой деятельности предприятия* будем понимать совокупность формальных и неформальных правил (ограничений), подкрепленных механизмами инфорсмента, которая определяет набор стратегических альтернатив субъектов рынка по выработке целей, распределению ресурсов и способов координации, кооперации и взаимодействия с другими участниками рынка.

МОНИТОРИНГ ИМЕЮЩИХСЯ ПОДХОДОВ К АНАЛИЗУ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОЙ СРЕДЫ ФИРМЫ

Исторически сложилось, что институциональная среда деятельности предприятия в большинстве экономических трудов изучается как фактор влияния, а не самостоятельный объект анализа. Так, в теории трансакционных издержек (Р. Коуз, О. Уильямсон, А. Алчиан, Г. Демсец) рассматривается влияние институциональной среды на издержки заключения контрактов и функционирование институтов. В теории прав собственности (Р. Коуз, А. Алчиан, Э. Фуруботн и Р. Рихтер) акценты смещаются в сторону изучения выигрышей от четкой спецификации прав собственности. Представители теории контрактов (М. Дженсен, У. Меклинг, Дж. Стиглиц, Б. Клейн, Д. Крепс, Дж. Коммонс, С. Гроссман, О. Харт и др.) рассматривают влияние институциональной среды на процессы заключения и исполнения контрактов. В этом случае доминирующими являются «правила игры», основанные на формальных (конституционных) нормах.

О.С. Сухарев [17. С. 19] выделяет два вектора развития науки в области институционального анализа. Первый подход связан с выявлением эндогенных факторов институциональных изменений, что важно как для понимания условий и особенностей развития экономической системы, так и для дальнейшего совершенствования аппарата экономической науки. Согласно второму подходу, усилия экономистов сосредоточиваются на изучении влияния институтов и организаций на экономическую эффективность, причем возникновение институтов и организаций остается экзогенным, т.е. вне рамок анализа. Институциональная структура считается известной заранее, заданной, проблемы же связаны с характеристиками изменения трансакционных и трансформационных издержек.

Ряд работ посвящен изучению свойств институциональной среды и оценке ее параметров. Так, Н.В. Василенко [2] выделяет показатель плотности или институциональной насыщенности – это субъективное ощущение индивидами достаточной степени регулирования отношений в той сфере, где они осуществляют свою деятельность. Среди факторов плотности институциональной среды автор называет наличие разнообразных институтов в обществе; высокий уровень взаимосвязей и контактов между институтами; способность институтов к согласованному реагированию, адаптации в ответ на изменяющиеся условия.

С точки зрения А.Е. Шаститко [23], для институциональной среды России характерны такие параметры, как многоуровневость, двойственность формальных и неформальных правил, несоответствие имеющихся правил и механизмов инфорсмента, компонентная неполнота и фрагментарность, а также зависимость институциональной среды от российского политического рынка. Автор отмечает, что «важно также обратить внимание на сложность и нестабильность институциональной среды», но не раскрывает сущности данных параметров.

Нам также представляется важным изучение параметров институциональной сложности (структурная составляющая) и неопределенности (динамическая составляющая) рынка. В силу ограниченности объема данной статьи остановимся подробнее на категории «институциональная сложность» рынка.

Table 2 – Approaches to determination of boundaries of institutional environment in a particular market

Type of boundary	Criteria for determining boundaries of institutional environment of a market
1. Product	Degree of specificity of realized asset, possibilities of its substitution and level of its differentiation; specificity of institutions influencing producers (sellers) of particular kind of products, works, services
2. Time	Duration of particular institutional framework; nature of development and level of sustainability of existing institutional framework (evolution of institutions, their import, etc.).
3. Locality (spatial)	Institutional framework functioning in the territory of a particular country, region, city

* Source: the author.

and supply, level of market concentration, etc.) may become as basis for further institutional analysis. Verbal, often subjective assessment of institutions is one of the drawbacks of the approach, whereas the main advantage is that "a set of institutions surrounding an individual and forming the corresponding structures may influence the character of his/her actions. The model of actions of economic subject results from its institutional surroundings, interaction of a type "subject-to-subject", "subject-to-structure", "institution-to-institution", "institution-to-structure-to-subject"" [17. P. 9].

Nowadays there are several different treatments of the concept "institutional environment of a company":

1) as a range of limitations, behavioural patterns[25. P. 5–6], [16. P. 36], [12. P. 9];

2) as the major factor of using resources [23];

3) as a factor of property rights distribution [5. P. 36];

4) as a set of values influencing the proportion of incentives in activities and the achievement of minimal consent between people [10. P. 401].

Having summarized the aforementioned approaches we regard institutional environment of a company as a set of formal and informal rules (limitations) accompanied by enforcement mechanisms that determines the range of strategic alternatives of the market subject concerning specification of objectives, distribution of resources and methods of coordination, cooperation and interaction with other market participants.

MONITORING OF EXISTING APPROACHES TO THE ANALYSIS OF INSTITUTIONAL ENVIRONMENT OF A COMPANY

Historically, in most economic works institutional environment of a company has been studied as an impact factor, but not as an independent object of analysis. This way, the transaction costs theory (R.H. Coase, O.E. Williamson, A. Alchian, H. Demsetz) considers the impact of institutional environment on the costs of concluding contracts and performance of institutions. The property rights theory (R.H. Coase, A. Alchian, E.G. Furubotn, R. Richter) focuses more on researching the benefits from clear specification of property rights. The representatives of the contract theory (M. Jensen, H. Meckling, J.E. Stiglitz , B. Klein, D. Kreps, J.R. Commons, H. Grossman, O. Hart and others) look at the influence of institutional environment on the process of concluding and executing contracts. In this case, the "rules of the game" based on formal (constitutional) norms dominate the analysis.

O.S. Sukharev [17. P. 19] specifies two directions of science development in the field of institutional analysis. The first approach is linked with detection of endogenous factors of institutional change that are essential both for understanding the conditions and particularities of economic system development and further improvement of the toolkit of economic science. Within the second approach, the efforts of economists concentrate on studying the impact of institutions and organizations on economic efficiency; at this, the emergence of institutions and organizations remains exogenous, i.e. outside the frames of analysis. Institutional structure is considered to be known in advance, specified, whereas the problems are connected with characteristics of change in transaction and transformation costs.

A number of works are devoted to examination of the attributes of institutional environment and assessment of its parameters. For instance, N.V. Vasilenko [2] develops an indicator of institutional saturation or density which is an individual's subjective feeling of sufficiency of relations' regulation in the sphere of his/her activities. Among the factors of density of institutional environment, the author lists the presence of various institutions in a society, high level of interconnections and contacts between institutions, institutions' ability to provide an agreed response and adapt to changing conditions.

From the viewpoint of A.Ye. Shastitko [23], such parameters as presence of multiple levels, duality of formal and informal rules, discrepancies between existing rules and enforcement mechanisms, element incompleteness and fragmentary nature as well as heavy dependence on Russian political market are typical characteristics of Russia's institutional environment. The author states that "it is equally important to pay attention to complexity and instability of institutional environment", but does not elaborate on the essence of these parameters.

We also believe it is necessary to study the parameters of institutional complexity (structural component) and uncertainty (dynamic component) of a market. In virtue of the limitations of the present paper, we will focus more on the concept "institutional complexity" of a market.

METHODOLOGY FOR ASSESSMENT OF THE LEVEL OF INSTITUTIONAL COMPLEXITY OF A MARKET

Institutional environment [8. P. 101] is destined to fulfil such functions as framework regulation (constraining a spectrum of accessible alternatives); maintenance of predictability and stability of economic system; guarantee security and freedom (within an institution); minimize costs for enforcing contracts and knowledge transfer.

From such perspective, institutional analysis of a market, in our view, should concentrate on determining the following fundamental aspects:

- general institutional frames (formal legal and economic norms, basic laws in the market);
- rules describing the procedure of choice in the transactions and simultaneously limiting the range of accessible alternatives in the market – the so-called market of "institutions" (the term is from [19]);
- specifics of informal institutions existing in the market, level of relational contracting;
- methods for choosing partners which are predetermined by initial institutional conditions and distribution of information in the market;
- presence of mechanisms for institutions' functioning decreasing information asymmetry (coordination mechanisms);
- presence and rigidity of enforcement mechanisms supporting existing institutional structure of a market;
- institutional dynamics (the term is from [17. P. 13–14]), i.e. evolution of institu-

Уровень 1 – рамочный	*Формальные институты:* Конституция РФ, Гражданский и Уголовный кодексы РФ, судебная система и пр. *Неформальные институты:* ментальные нормы	*Институты, регламентирующие вход на рынок* 1. Административные барьеры (лицензирование, размер уставного капитала и пр.). 2. Коррупция, система «откатов». 3. Варианты организационно-правовых форм. 4. Системы налогообложения и ограничения по их выбору. 5. Доступность финансирования проектов...
Уровень 2 – экономический	*Формальные институты:* законы «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках», «О защите прав потребителей», «О рекламе», «О товарных знаках...», «О лицензировании отдельных видов деятельности», «О развитии малого и среднего предпринимательства в РФ», Трудовой кодекс РФ, Налоговый кодекс РФ, Таможенный кодекс РФ и пр. *Неформальные институты:* этика ведения бизнеса	*Институты, определяющие функционирование предприятия на рынке* 1. Лоббирование интересов, система откатов, коррупция. 2. Возможность использования различных видов контрактов. 3. Права собственности: их спецификация и защита. 4. Способы распределения издержек и выгод. 5. Способы распределения ресурсов. 6. Условия финансирования...
Уровень 3 – контрактный	*Формальные институты:* использование различных видов контрактов (классический, неоклассический, отношенческий, имплицитный); формальный уровень переговорной силы участников и пр. *Неформальные институты:* возможность и готовность к отношенческой контрактации, организационная культура предприятия и пр.	*Институты, регламентирующие уход с рынка* 1. Процедура банкротства. 2. Административные барьеры (процедура закрытия бизнеса) …

Логика изучения институциональной структуры рынков в России*

* Составлено автором

МЕТОДОЛОГИЯ ОЦЕНКИ УРОВНЯ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОЙ СЛОЖНОСТИ РЫНКА

Институциональная среда призвана выполнять такие функции, как рамочное регулирование (ограничение набора доступных альтернатив); обеспечение предсказуемости и стабильности экономической системы; обеспечение свободы и безопасности (в рамках института); минимизация затрат на обеспечение сделок, а также передача знаний [8. С. 101].

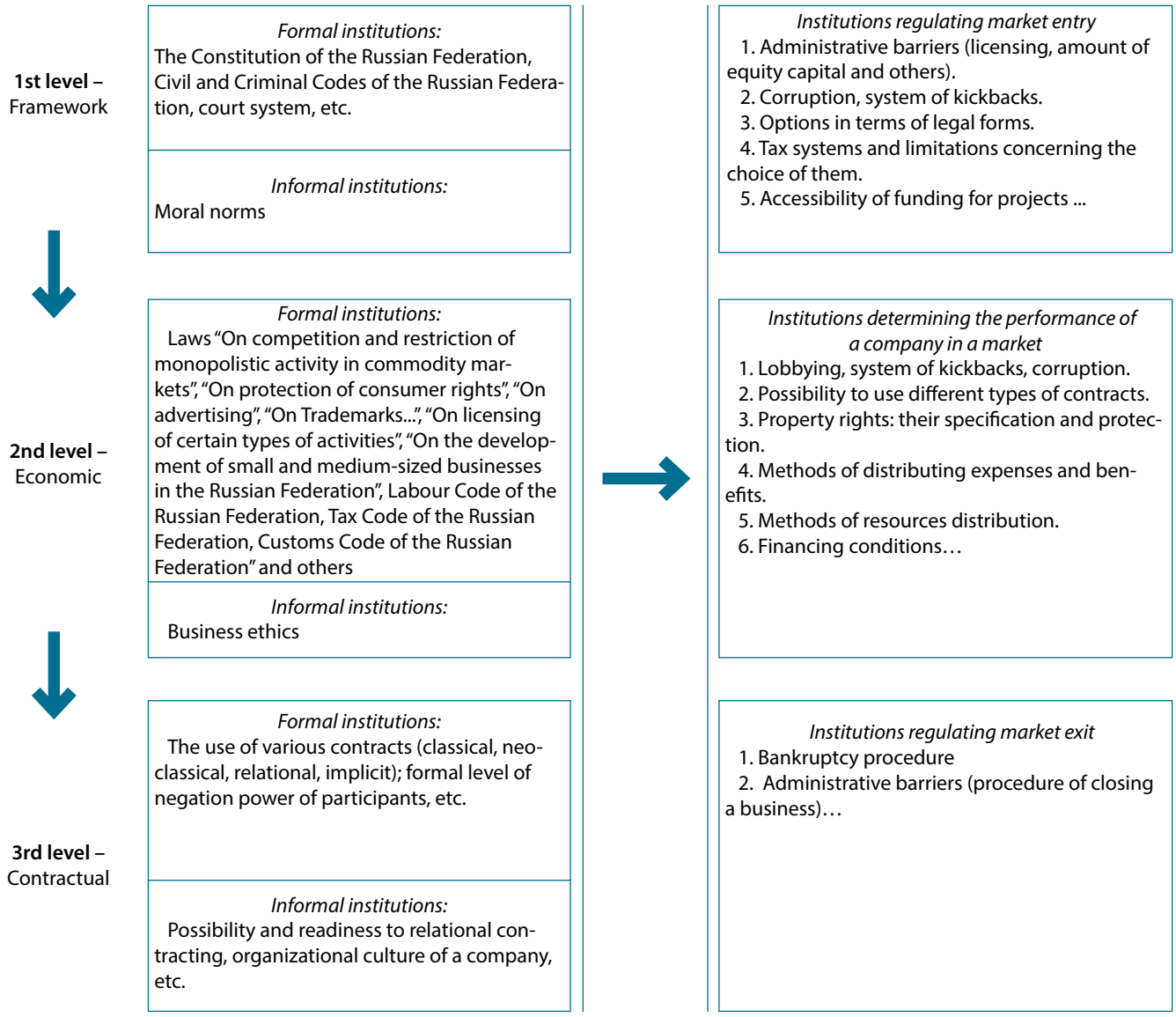
С этой точки зрения институциональный анализ рынка должен быть сосредоточен, на наш взгляд, на определении следующих основополагающих моментов:

- общие институциональные рамки (формальные правовые и экономические нормы, базовые законы данного рынка);
- правила, определяющие процедуру выборов при осуществлении сделок и одновременно ограничивающие набор доступных альтернатив на рынке – так называемый рынок «институтов» (термин из [19]);
- специфика действующих на рынке неформальных институтов, уровень отношенческой контрактации;
- способы отбора партнеров, которые задаются начальными институциональными условиями и распределением информации на рынке;
- наличие и механизмы действия институтов, снижающие информационную асимметрию (механизмы координации);
- наличие и жесткость механизмов инфорсмента, подкрепляющих действующую институциональную структуру рынка;
- институциональная динамика (термин из [17. С. 13–14]) – эволюция институтов, отражающая их траекторию развития.

Под *институциональной сложностью рынка* мы понимаем наличие и структуру разноуровневых формальных и неформальных институтов, которые определяют условия входа (выхода) на рынок, функционирование и специфику взаимодействия участников рынка.

Согласно [3], важнейшим показателем, определяющим качество состояния системы и вектор ее развития, является состояние институциональной структуры. Если институциональная структура находится в стадии формирования или изменения, то институты, конструирующие ее, будут возникать и закрепляться в зависимости от сравнительной эффективности альтернативных способов координации хозяйственной деятельности.

Таким образом, институциональная структура рынка представляет собой совокупность разных типов институтов



The logical scheme for studying institutional structure of markets in Russia*

* Source: the author.

tions mirroring the trajectory of their development.

In our research, we see institutional complexity of a market as presence and structure of multilevel formal and informal institutions determining the conditions for entering (exiting) the market and performance and specifics of interaction of market participants.

According to [3], the state of the institutional environment is an important indicator of system quality and vector of its development. If institutional environment is going through formation or changes stage, the institutions constituting it will emerge and survive depending on comparative efficiency of alternative ways of coordination of economic activities.

As a result, institutional environment of a market becomes a set of various types of institutions and contracts, market coordination mechanisms and enforcement mechanisms; ways of institutions' interaction, degree of their coherence and consistency.

It is possible to clarify the boundaries of institutional environment of a specific market through projecting general approaches to delineation of market borders [1. P. 40] (Table 2).

Hence, the level of institutional complexity of a market depends primarily on specificity and trajectory of development of pan-Russian institutional environment and only then is refracted in the form of rules and norms of behaviour of particular market participants.

Based on the known classifications of institutions (according to the degree of formalization, place in economic system and functionality) it is possible to present a logical sequence for studying institutional environment of a company in a scheme (Fig. 1).

Competition is the main mechanism of fulfilling potential of this or that market. It is the competition that triggers the selection of efficient institutional constraints together comprising institutional structure of one or another economic level [3]. That's why the institutional complexity may experience the influence of such factors as structure of market participants, their market power; number of barriers to entry and chances to overcome them; indicators of proportionality of a market (level of competition, demand and supply, business activity, absolute and current market capacity, etc.).

Similarly to classification of markets according to the level of entry barriers from the position of the theory of industrial organization [1; 15] it is possible to identify four levels of institutional complexity of a market (Table 3).

*Таблица 3 – Классификация рынков по уровню институциональной сложности**

Тип рынка	Характеристика отраслевого рынка	Вероятный тип рынка по уровню конкуренции	Институциональные характеристики рынка
Легкий	1. Отсутствие на рынке конкурента, у которого имеются какие-либо преимущества в затратах, большое количество игроков. 2. Стратегические барьеры отсутствуют. 3. Высокая мобильность капиталов. 4. Конкуренция на рынке поставщиков (свобода в приобретении ресурсов). 5. Рынок чаще всего растущий, предложение превышает спрос. 6. Значительная дифференциация продукта	Совершенная конкуренция (на практике встречаются крайне редко). Монополистическая конкуренция	1. Институциональная структура простая (стандартные (рыночные) правила и механизмы координации взаимодействия участников рынка). 2. Незначительные институциональные барьеры входа на рынок. 3. Преобладание неоклассических контрактов. 4. Действие формальных институциональных рамок, установленных государственными органами власти. 5. Незначительная роль неформальных институтов
Предоставляемый	1. Стратегические барьеры отсутствуют в связи с их неэффективностью в долгосрочном периоде. 2. Предложение ориентируется на спрос, так как покупателей немного. 3. Наличие нескольких крупных игроков. 4. Продукты дифференцированы незначительно, товары-заменители редки	Монополистическая конкуренция. Олигополия	1. Институциональная структура рынка сложная, но редко меняющаяся. 2. Значительный уровень институциональных барьеров входа на рынок. 3. Наличие значительного количества формальных и неформальных институтов, регулирующих взаимоотношения на рынке. 4. Наличие отношенческой контрактации
Сдерживаемый	1. Наличие на рынке доминирующей фирмы (владеющей 25%-ной долей рынка и более) и конкурентного окружения (последователи лидера, малый и средний бизнес). 2. Стратегические барьеры со стороны доминирующей фирмы. 3. Предложение ориентируется на спрос, так как покупателей немного. 4. Продукты дифференцированы незначительно, товары-заменители редки	Олигополия. Рынок с доминирующей фирмой	1. Институциональная структура рынка определяется доминирующей фирмой. 2. Значительный уровень институциональных барьеров входа на рынок. 3. Преобладание отношенческих контрактов (двойственность неформальных и формальных институтов). 4. Механизмы инфорсмента определяются или связаны с деятельностью доминирующей фирмы
Блокированный	1. Один участник (объединение участников). 2. Ограничения входа на рынок достигаются за счет стратегических барьеров. 3. Участники рынка могут регулировать спрос. 4. Продукты дифференцированы незначительно, товары-заменители редки	Картели. Естественная монополия	1. Институциональная структура рынка определяется объединением участников рынка или единственным участником. 2. Институциональные барьеры входа на рынок практически непреодолимы. 3. Преобладание отношенческих контрактов (двойственность неформальных и формальных институтов). 4. Механизмы инфорсмента определяются или связаны с деятельностью монополиста

* Составлено автором.

и видов контрактов, механизмов координации рынка и механизмов инфорсмента; способов взаимодействие институтов, их согласованность и непротиворечивость и пр.

Уточнение границ институциональной среды конкретного рынка возможно посредством проецирования общих подходов по выявлению границ рынков [1. С. 40] (табл. 2).

Таким образом, уровень институциональной сложности рынка зависит в первую очередь от специфики и траектории развития общероссийской институциональной среды, а только затем преломляется в виде правил и норм поведения участников отдельного рынка.

Используя известные классификации институтов (по степени формализованности, по месту в экономической системе и функциональной принадлежности), можно представить логику изучения институциональной среды деятельности предприятия в виде схемы (см. рисунок).

Конкуренция является основным механизмом реализации потенциала того или иного рынка. Именно благодаря конкуренции будет происходить отбор эффективных институциональных ограничений, составляющих в своей совокупности институциональную структуру того или иного экономического порядка [3]. Поэтому на институциональную сложность рынка могут влиять такие факторы, как: структура участников рынка, уровень их рыночной силы; количество и степень «преодолимости» барьеров входа (выхода) на рынок; показатели пропорциональности рынка (уровень конкуренции, уровень спроса и предложения на рынке, уровень деловой активности, абсолютная и текущая емкость рынка и пр.).

По аналогии с классификацией рынков по уровню входных барьеров с позиций экономики отраслевых рынков [1; 15], можно определить четыре уровня институциональной сложности рынка (табл. 3).

Важно отметить, что в данном исследовании автор не ставит задачи операционализации и нахождения количественного интегрального показателя, определяющего уровень институциональной сложности рынка. Статья в большей степени направлена на поиск и выработку методологии оценки, позволяющей определить институциональную специфику и закономерности развития любого рынка по заданному алгоритму.

Table 3 – Classification of markets according to the level of institutional complexity

Type of market	Characteristic of sectoral market	Probable type of market according to the level of competition	Institutional characteristics of market
Easy	1. Absence of competitors in a market that enjoy any cost advantages, high number of market participants. 2. No strategic barriers. 3. High capital mobility. 4. Competition in upstream market (freedom in buying resources). 5. In most cases, the market is growing, supply outstrips demand. 6. Substantial product differentiation	Perfect competition (almost is not met in practice). Monopolistic competition	1. Simple institutional structure (standard (market) rules and mechanisms of coordination of interaction between market participants). 2. Insubstantial institutional barriers to entry. 3. Domination of neoclassical contracts. 4. Active formal institutional framework established by government bodies. 5. Insubstantial role of informal institutions
Granted	1. No strategic barriers due to their inefficiency in long-term prospect. 2. Supply follows demand, because the number of buyers is limited. 3. There are several major players. 4. Products differentiate insignificantly, substitute goods are rare	Monopolistic competition. Oligopoly	1. Institutional structure is complex but rarely changes. 2. Substantial institutional barriers to entry. 3. Substantial number of formal and informal institutions regulating relations in the market. 4. Presence of relational contracting
Captured	1. There is the dominating firm (25% or more market share) and competitive environment (market followers, small and medium-sized business). 2. Strategic barriers on the part of dominating firm. 3. Supply follows demand, because the number of buyers is limited. 4. Products differentiate insignificantly, substitute goods are rare	Oligopoly. Market with dominating firm	1. Institutional structure is determined by the dominating firm. 2. Substantial institutional barriers to entry. 3. Domination of relational contracting (duality of informal and formal institutions). 4. Enforcement mechanisms are determined by or connected with activities of the dominating firm
Blocked	1. One participant (association of participants). 2. Barriers to entry are due to strategic barriers. 3. Market participants can control demand. 4. Products differentiate insignificantly, substitute goods are rare	Cartels. Natural monopoly	1. Institutional structure of a market is determined by association of market participants or by the sole participant. 2. Institutional barriers to entry are almost insurmountable. 3. Domination of relational contracting (duality of informal and formal institutions). 4. Enforcement mechanisms are determined by or connected with activities of the dominating firm

* Source: the author.

It is worth noting that in the present research the author is not undertaking the task of operationalizing and finding a quantitative integral indicator specifying the level of institutional complexity of a market. The paper mainly aims at drawing up the assessment methodology to identify institutional specificity and regularities of development of any market in accordance with the algorithm.

POSSIBLE DIRECTIONS FOR COMPANY DEVELOPMENT: CONCLUSIONS ON THE BASIS OF INSTITUTIONAL ANALYSIS OF A MARKET

Level of institutional complexity of a market influences strategic and tactical steps of a company operating in the market. Actually, the more complex and dynamic the market is, the more expensive the adaptation will be for firms present in this market.

The statement that the choice of a strategy for the most part is determined by the specifics of a company environment is confirmed in overwhelming majority of economic researches and does not require any further verification. It is much more important to identify the nature of interaction, the correlation and its degree between the level of institutional complexity of a market and the size of company resources (its specific assets).

The principal idea of the resource-based view of the firm introduced by E. Penrose [28] and B. Wernerfelt [29] is that companies' competitiveness is based on unique resources at their disposal, which are either sources of economic rent or sources of economizing on costs. The transaction costs theory treats resources as specific assets that may not be used alternatively without having a substantial loss in their capacity [20. P. 167].

C.W. Hofer and D. Schendel [26. P. 145] specify six types of resources: financial, physical, human, technological, organizational and reputational. R. Grant [27. P. 119] has extended this classification with the seventh type – non-material resources.

It seems that the more complicated institutional environment of a company is, the larger (both in amount and variety) specific assets are required for a company to gain sustainable competitive advantages. Institutional structure of a market will dictate necessity of certain types of specific assets for a company to retain sustainable competitive advantages.

Indeed, this dependence can be explained by the following facts:

- initially to overcome institutional barriers to entry (exit) a company needs more resources (for instance, to get license a company uses four types of assets simultaneously: financial, physical, human, technological);

ВОЗМОЖНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ: ВЫВОДЫ НА ОСНОВЕ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОГО АНАЛИЗА РЫНКА

Уровень институциональной сложности рынка определяет стратегические и тактические шаги в деятельности компаний, работающих на данном рынке. Фактически чем сложнее и динамичнее рынок, тем более затратной будет адаптация для фирм, которые на нем функционируют.

Утверждение, что выбор стратегии во многом определяется спецификой среды деятельности предприятия, подтверждено в подавляющем количестве экономических исследований и не требует дальнейших серьезных доказательств. Важнее установить характер взаимодействия, наличие и степень корреляции между уровнем институциональной сложности рынка и размером ресурсов компании (ее специфических активов).

Главная идея ресурсного подхода (resource-based view of the firm), основоположниками которого считаются Э. Пенроуз [28] и Б. Вернерфельт [29], состоит в том, что предприятия конкурентоспособны ввиду обладания уникальными ресурсами, которые являются источниками экономических рент либо источником экономии на издержках. Теория трансакционных издержек трактует ресурсы как специфические активы, которые не могут быть использованы альтернативным образом без существенной потери в их потенциале [20. С. 167].

К. Хофер и Д. Шендел [27. P. 145] выделяют шесть типов ресурсов: финансовые, физические, человеческие, технологические, организационные и репутационные. Р. Грант [26. P. 119] расширил эту классификацию, добавив к ней седьмой тип – нематериальные ресурсы.

Представляется, что чем сложнее институциональная среда деятельности компании, тем больше (как по количеству, так и по разнообразию) специфических активов требуется предприятию для достижения устойчивых конкурентных преимуществ. Институциональная структура рынка будет определять необходимость конкретных видов специфических ресурсов, требуемых предприятию для поддержания устойчивых конкурентных преимуществ.

Действительно, эта зависимость может быть объяснена следующими фактами:

- для преодоления институциональных барьеров входа (выхода) предприятию изначально требуется больше ресурсов (например, для получения лицензии могут быть задействованы сразу четыре вида активов: финансовые, физические, человеческие, технологические);
- удержание позиций на рынке (например, за счет ценовых или неценовых методов конкурентной борьбы) также связано с наличием у предприятия различных видов ресурсов; чем больше уровень неравенства на рынке, тем больше требуется ресурсов для удержания рыночной доли и уровня прибыли.

Важно отметить, что на рынках с «легким» входом также требуется наличие специфических активов, но ресурсная стратегия предприятия может быть сосредоточена на усилении одного-двух приоритетных ресурсов. Тестирование гипотезы на различных рынках (см., например, [11]) показывает, что данная зависимость подтверждается эмпирическими исследованиями.

Итак, выявление специфики категорий «рынок» и «среда деятельности фирмы» через призму неоинстиуционального подхода позволило в рамках данной статьи определить отличительные параметры оценки институциональной среды деятельности предприятий.

В основе предложенной методологии институционального анализа рынка лежит оценка его уровня сложности. Результаты диагностики специфических институциональных параметров рынка по предложенному алгоритму позволят предприятиям корректировать свои ресурсные стратегии. ■

Источники

1. Авдашева С.Б., Розанова Н.М. Теория организации отраслевых рынков: учебник. М.: Изд-во «Магистр», 1998.
2. Василенко Н.В. Институциональная среда организаций: характеристики и уровни регулирования // Проблемы современной экономики. 2008. № 3(27).
3. Вольчик В. Эффективность рыночного процесса и эволюция институтов. URL: www.libertarium.ru /88725/ cms_subscribe.
4. Елисеев А.Н., Шульга И.Е. Институциональный анализ интеллектуальной собственности: учеб. пособие. М.: ИНФРА-М, 2005.
5. Жук А., Кизилова Е. Российский рынок алкогольной продукции: институциональный анализ, выводы, предложения // Экономика отраслевых рынков. 2013. Т. 4. № 3. С. 47–57.
6. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / пер. с англ. Ю.Н. Каптуревского. СПб.: Питер, 2004.
7. Клейнер Г.Б. Эволюция институциональных систем / ЦЭМИ РАН. М.: Наука, 2004.
8. Кузьминов Я.И., Бендукидзе К.А., Юдкевич М.М. Курс институциональной экономики: институты, сети, трансакционные издержки, контракты. М.: ИД ГУ-ВШЭ, 2006.
9. Норт Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики. М.: Начала, 1997.
10. Олейник А.Н. Институциональная экономика: учеб. пособие. М.: ИНФРА-М, 2000.
11. Орехова С.В., Леготин Ф.Я. Содержательные и эмпирические аспекты институционального российского трубного рынка // Известия Иркутской государственной экономической академии. 2015. № 4.
12. Перепелица Г.В. Формирование институциональной среды в российской экономике: дис. ... канд. экон. наук. Казань, 2006.
13. Полтерович В.М. Институциональные ловушки и экономические реформы. М.: РЭШ, 1998 (препринт).
14. Портер Е.М. Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов. М.: Альпина Бизнес Букс, 2005.
15. Рой Л.В., Третьяк В.П. Анализ отраслевых рынков: учебник. М.: ИНФРА-М, 2009.
16. Степанова О.А., Алтынникова Л.А., Минакова Е.И., Кузнецова И.В. Институциональная среда, российский вариант // Российское предпринимательство. 2009. № 1. Вып. 2.
17. Сухарев О.С. Методологические основы институционального анализа: старая, новая школы и мейнстрим // Финансовая аналитика: проблемы и решения. 2013. № 41(179). С. 7–24.
18. Тамбовцев В.Л. Теории институциональных изменений. М.: ИНФРА-М, 2008.
19. Тамбовцев В.Л. Институциональный рынок как механизм институциональных изменений // Общественные науки и современность. 2001. № 5. С. 25–38.
20. Уильямсон О.И. Экономические институты капитализма: фирмы, рынки, «отношенческая» контрактация / пер. с англ. Е.Ю. Благова, В.С. Катькало, Д.С. Славнова, Ю.В. Федотова, Н.Н. Цытович. СПб.: Лениздат; CEV Press, 1996.
21. Фуруботн Э.Г., Рихтер Р. Институты и экономическая теория: достижения новой институциональной экономической теории / пер. с англ. под ред. В.С. Катькало и Н.П. Дроздовой. СПб.: Изд. дом Санкт-Петербург. гос. ун-та, 2005.
22. Ходжсон Д. Экономическая теория и институты: манифест современной институциональной экономической теории: пер. с англ. М.: Дело, 2003.
23. Шаститко А.Е. Институциональная среда хозяйствования в России: основные характеристики // Куда идет Россия?.. Кризис институциональных систем: Век, десятилетие, год: монография. М.: Логос, 1999. URL: http://ecsocman.hse.ru/data/834/685/1219/028Shastitko.pdf.

• ability to retain positions in the market (for example, using price and non-price methods of competitive struggle) is also linked with company's available resources; the greater the level of inequality in the market is, the bigger resources are required to retain market share and maintain the level of profit.

It is important to note that in the markets with "easy" entry, companies needs specific assets as well, but their resource strategy may concentrate on strengthening one or two priority resources. Having tested this hypothesis in various markets (see [11]) the author is able to say that such dependence is confirmed by empirical research.

Thus, revealing the specifics of the concepts "market" and "company environment" through the prism of neoinstitutional approach within the present paper enabled us to identify distinctive parameters in assessment of institutional environment of a company.

The suggested methodology of institutional analysis of a market is based on assessing the level of its complexity. The results of diagnosis of specific institutional parameters of a market using the proposed algorithm will allow companies to adjust their resource strategies. ■

24. Akerlof G.A. The Market for «Lemons»: Quality Uncertainty and the Market Mechanism // The Quarterly Journal of Economics. 1970. Vol. 84. № 3. Pp. 488–500.

25. Davis L., North D. Institutional Change and American Economic Growth. Cambridge, 1971.

26. Grant R.M. The Resource-Based Theory of Competitive Advantage: Implications for Strategy Formulation // California Management Review. 1991. Vol. 33. № 3. Pp. 114–135.

27. Hofer C.W., Schendel D. Strategy Formulation: Analytical Concepts. West Publishing: St. Paul, MN, 1978.

28. Penrose E. The Theory of Growth of the Firm. N.Y.: John Wiley, 1959.

29. Wernerfelt B. A resource-based view of the firm // Strategic Management Journal. 1984. № 2(2). Pp. 171–180.

References

1. Avdasheva S.B., Rozanova N.M. Teoriya organizatsii otraslevykh rynkov [Theory of industrial organization]. Moscow, ICHP "Izdatelstvo Magistr", 1998.

2. Vasilenko N.V. Institutsionalnaya sreda organizatsiy: kharakteristiki i urovni regulirovaniya [Institutional environment of organizations]. *Problemy sovremennoy ekonomiki – Problems of Modern Economics*, 2008, no. 3(27).

3. Volchik V. *Effektivnost rynochnogo protsessa i evolyutsiya institutov* [Efficiency of market process and evolution of institutions]. Available at: www.libertarium.ru /88725/ cms_subscribe (in Russ.).

4. Yeliseyev A.N., Shulga I.Ye. *Institutsionalnyy analiz intellektualnoy sobstvennosti* [Institutional analysis of intellectual property]. Moscow, INFRA-M Publ., 2005.

5. Zhuk A., Kizilova Ye. Rossiyskiy rynok alkogolnoy produktsii: institutsionalnyy analiz, vyvody, predlozheniya [Russian market of alcoholic beverages: institutional analysis, conclusions, and suggestions. *Ekonomika otraslevykh rynkov – Economics of Sectoral Markets*, 2013, vol. 4, no. 3.

6. Kotler Ph. *Marketing menedzhment* [Marketing management]. Saint-Petersburg, Piter Publ., 2004.

7. Kleyner G.B. *Evolyutsiya institutsionalnykh sistem* [Evolution of institutional systems]. Moscow, Nauka Publ., 2004.

8. Kuzminov Ya.I., Bendukidze K.A., Yudkevich M.M. *Kurs institutsionalnoy ekonomiki: instituty, seti, transaktsionnyye izderzhki, kontrakty* [Course in institutional economics: institutions, networks, transaction costs, contracts]. Moscow, HSE Publ., 2006.

9. North D. *Instituty, institutsionalnyye izmeneniya i funktsionirovaniye ekonomiki* [Institutions, institutional change and economic performance]. Moscow, Nachala Publ., 1997.

10. Oleynik A.N. *Institutsionalnaya ekonomika* [Institutional economics] Moscow, INFRA-M Publ., 2000.

11. Orekhova S.V., Legotin F.Ya. Soderzhatelnyye i empiricheskiye aspekty institutsionalnogo analiza rossiyskogo trubnogo rynka [Essential and empirical aspects of institutional analysis of Russian pipe market]. *Izvestiya Irkutskoy gosudarstvennoy ekonomicheskoy akademii – Bulletin of Irkutsk State Academy of Economics*, 2015, no. 4 (August).

12. Perepelitsa G.V. *Formirovaniye institutsionalnoy sredy v rossiyskoy ekonomike* [Formation of institutional environment in Russian economy]. Diss. of Cand. Sc. (Econ.). Kazan, 2006.

13. Polterovich V.M. *Institutsionalnyye lovushki i ekonomicheskiye reform* [Institutional traps and economic reforms]. Moscow, Russian Economic School Publ., 1998.

14. Porter M.E. *Konkurentnaya strategiya: metodika analiza otrasley i konkurentov* [Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and competitors]. Moscow, Alpina Business Books Publ., 2005.

15. Roy L.V., Tretyak V.P. *Analiz otraslevykh rynkov* [Analysis of industrial markets]. Moscow, INFRA-M Publ., 2009.

16. Stepanova O.A., Altynnikova L.A., Minakova Ye.I., Kuznetsova I.V. Institutsionalnaya sreda, rossiyskiy variant [Institutional environment, Russian alternative]. *Rossiyskoye predprinimatelstvo – Russian Entrepreneurship*, 2009, no. 1, iss. 2.

17. Sukharev O.S. Metodologicheskiye osnovy institutsionalnogo analiza: staraya, novaya shkoly i meynstrim [Methodological bases of institutional analysis: the old, the new schools and mainstream]. *Finansovaya analitika: problemy i resheniya – Financial analytics: problems and solutions*, 2013, no. 41(179).

18. Tambovtsev V.L. *Teorii institutsionalnykh izmeneniy* [Theory of institutional change]. Moscow, INFRA-M Publ., 2008.

19. Tambovtsev V.L. Institutsionalnyy rynok kak mekhanizm institutsionalnykh izmeneniy [Market of institutions as the mechanism of institutional changes]. *Obshchestvennyye nauki i sovremennost – Social Sciences and Modern Times*, 2001, no. 5.

20. Williamson O.Ye. *Ekonomicheskiye instituty kapitalizma* [The economic institutions of capitalism]. St.-Petersburg, Lenizdat Publ., SEV Press, 1996.

21. Furubotn E.G., Rikhter R. *Instituty i ekonomicheskaya teoriya: dostizheniya novoy institutsionalnoy ekonomicheskoy teorii* [Institutions and economic theory: contributions of the new institutional economics]. St.-Petersburg, Publishing house of the Saint-Petersburg State University, 2005.

22. Hodgeson D. *Ekonomicheskaya teoriya i instituty: manifest sovremennoy institutsionalnoy ekonomicheskoy teorii* [Economic theory and institutions: a manifesto for a modern institutional economics]. Moscow, Delo Publ., 2003.

23. Shastitko A. Ye. Institutsionalnaya sreda khozyaystvovaniya v Rossii: osnovnyye kharakteristiki. Kuda idet Rossiya?... Krizis institutsionalnykh sistem: vek, desyatiletiye, god [Institutional environment in Russia: the main characteristics. Where is Russia headed? … The crisis of institutional systems: the age, a decade, a year]. Moscow, Logos Publisher, 1999. Available at: http://ecsocman.hse.ru/data/834/685/1219/028Shastitko.pdf (in Russ.).

24. Akerlof G.A. The Market for "Lemons": Quality Uncertainty and the Market Mechanism. *The Quarterly Journal of Economics*, vol. 84, no. 3. (Aug.), 1970.

25. Davis L., North D. *Institutional Change and American Economic Growth*. Cambridge, 1971.

26. Grant R.M. *The Resource-Based Theory of Competitive Advantage: Implications for Strategy Formulation*. California Management Review, vol. 33, no. 3, 1991.

27. Hofer C.W., Schendel D. *Strategy Formulation: Analytical Concepts*. St. Paul, MN: West Publishing Co.,1978.

28. Penrose E.T. *The Theory of Growth of the Firm*. N.Y.: John Wiley & Sons, 1959.

29. Wernerfelt B. A Resource-Based View of the Firm. *Strategic Management Journal*, no. 2(2), 1984.