

УДК 338.49

## ПРОБЛЕМЫ ИМПОРТИРОВАНИЯ ИНСТИТУТОВ НА ПРИМЕРЕ АВТОМОБИЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РОССИИ

© 2016 г.

*А.А. Пономарев*

Поволжский государственный технологический университет, Йошкар-Ола

a.a.ponomarev@inbox.ru

*Статья поступила в редакцию 06.10.2016**Статья принята к публикации 08.11.2016*

Проводится анализ гипотезы об эффективности институциональной модернизации автомобильного рынка России импортированием институтов, ранее реализованных и применяемых в других хозяйственных системах. Импортирование институтов рассматривается как основной детерминант развития институциональной среды автомобильного рынка России. Исследование проведено на основе положений нормативной и позитивной теории институциональных изменений. Для аргументации выводов использованы общенаучные методы, в том числе сравнительный анализ, синтез информации и формально-логический метод. Продемонстрировано, что практика импортирования институтов должна носить комплексный характер, а заимствованные институты должны отвечать критериям конгруэнтности и комплементарности. Автором доказано, что преемственность черт западной модели развития отрасли посредством сознательного заимствования институтов с учетом особенностей развития российской экономики является неотъемлемым аспектом развития институциональной инфраструктуры автомобильного рынка России.

*Ключевые слова:* импортирование институтов, институциональная среда, институциональные изменения, автомобильный рынок, комплементарность институтов.

Автомобильный рынок России является неотъемлемой частью национальной экономики, и его развитие во многом зависит от динамичных факторов: заданных социально-экономических параметров, внешнеполитических факторов, конъюнктуры мирового автомобильного рынка. Своевременная и эффективная адаптация институциональной среды автомобильного рынка к новым условиям определяет динамику его дальнейшего развития. «Выращивание» новых институтов с целью модернизации существующей институциональной инфраструктуры является длительным процессом и связано с рисками отторжения новых правил. Поэтому рассмотрим метод импортирования институтов как наиболее оптимальный вариант развития институциональной инфраструктуры автомобильного рынка России.

Вопросы, связанные с импортированием, заимствованием, революционными изменениями, отражены в работах зарубежных социологов и экономистов – Ф. Хайека, Д. Норта, Г. Мюрдаль, Б. Бади, Г. Таллока, К. Эрроу, Т. Эггертссона, Д. Бьюкенена, С. Корнелла, Дж. Калта, Дж. Ховстеда и российских ученых – Р. Нуреева, Я. Кузьминова, А. Шаститко, А. Олейника, В. Волчика, Р. Капелюшникова, В. Мау. К основным недостаткам существующих исследований можно отнести: преобладание исследований эволюционных изменений, недостаточную формализуемость полученных результатов, поверхностное

рассмотрение вопросов практического применения в отдельных отраслях, что обуславливает актуальность нашего исследования.

Целью данного исследования является анализ гипотезы об эффективности институциональной модернизации автомобильного рынка России импортированием институтов, ранее реализованных и применяемых в других хозяйственных системах. Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи: обосновать выбор методологии исследования, проанализировать опыт заимствования институтов на автомобильном рынке России, выявить условия эффективности импортирования институтов в институциональную инфраструктуру автомобильного рынка России.

Исследование перспектив и направлений развития российского автомобильного рынка с позиций институциональной теории предполагает использование определенного набора инструментов, позволяющего учесть специфику экономических процессов на данном отраслевом рынке. Многообразные трансформационные процессы, протекающие как на внутреннем автомобильном рынке, так и на мировом, представляют огромный материал для исследования институциональных изменений в рамках определенной экономической системы. «Молодой», быстро изменяющийся автомобильный рынок России требует институциональной модернизации путем изменений в правилах экономиче-

ского поведения субъектов рынка, или институциональных изменений. Теория институциональных изменений, как и базовая экономическая теория, представлена двумя формами: позитивной и нормативной.

Позитивная теория институциональных изменений направлена на описание, объяснение и предсказание институциональных изменений. Институциональные изменения — это сложный процесс, потому что предельные изменения (*changes at the margin*) могут быть следствием изменений в правилах, неформальных ограничениях, в способах и эффективности принуждения к исполнению правил и ограничений [1, с. 21]. Описание институциональных изменений предполагает качественное или количественное описание произошедшего изменения какого-либо института и самого процесса изменения, включая его результаты. Задача объяснения институционального изменения состоит в описании некой модели, связывающей воедино причины происходящих изменений, характеристики данного процесса и его результаты. Комплексное описание процесса институционального изменения включает несколько этапов: появление идеи нового правила или изменения уже существующей нормы; распространение этой идеи среди потенциальных субъектов; внедрение нового или измененного правила как реально осуществляемого поведенческого акта среди экономических агентов.

Источниками идей институционального изменения являются целенаправленное проектирование правил или их спонтанное возникновение, а также импортирование (заимствование) правил, ранее уже реализованных и применяемых в других хозяйственных системах. Механизмами распространения действия нового правила (института) являются различные формы коммуникации, такие как социальное или индивидуальное обучение экономических агентов, целенаправленное информирование через средства коммуникации, спонтанное изучение и освоение новых правил и т.д. Средой распространения происходящих институциональных изменений является политический рынок и рынок институтов. Каждый этап институционального изменения реализуется посредством специфической комбинации представленных элементов, что придает определенную индивидуальность траектории развития отдельного институционального изменения.

Наиболее сложным направлением позитивной теории институциональных изменений является процесс предсказания относительно того, какой новый, ранее не существовавший институт появится в системе в ответ на опреде-

ленные изменения внешней и внутренней среды. Решение задач предсказания в рамках позитивной теории институциональных изменений тесно связано с разработкой рекомендаций в отношении желаемых и необходимых институциональных изменений в рамках нормативной теории. Действительно, для того чтобы предсказать изменения в поведении экономических агентов как реакцию на новую сформировавшуюся институциональную среду, прежде всего необходимо обоснованно рекомендовать те или иные действия, направленные на создание новых или изменение уже существующих институтов.

Нормативная теория институциональных изменений, как правило, учитывает и опирается на отдельные положения, разработанные в других научных направлениях, так или иначе изучающих человеческое поведение (экономика, право, экономика отраслевых рынков, социология, философия), что подтверждает междисциплинарный характер исследования.

Внедрение положений позитивной и нормативной теории институциональных изменений в практику изучения перспектив развития автомобильного рынка России является важной составляющей методологического инструментария проводимого исследования. Важно отметить, что формулируемые рекомендации по преобразованию институциональной структуры автомобильного рынка — от отдельной производственной и потребляющей единицы до всей экономической системы — должны быть не просто адекватными, они должны оптимально встраиваться и реализовываться в уже существующую институциональную среду, тем самым обеспечивая максимальное достижение экономических интересов всех агентов автомобильного рынка.

Применение позитивной и нормативной теории институциональных изменений является целесообразным при планировании направлений развития автомобильного рынка. Национальный рынок автомобилей имеет свои особенности, а его функционирование сопряжено с рядом проблем, специфика которых определяет характер и практику институциональных изменений.

Размеры страны, уровень плотности населения, климатические условия, отдаленность отдельных регионов от центра, различия в развитости инфраструктуры становятся важными факторами в формировании предложения и спроса на автомобили на территории России, тем самым определяя дифференцированный характер развития рынка автомобилей. Так, в крупном портовом городе — Владивостоке более 50% автомобилей привезены из Японии или Кореи. Такие автомобили остаются более удобными для эксплуатации и покупки, вследствие

отдаленности от Центральной России и близости к соседним государствам-автопроизводителям. В Москве, где качество дорожного покрытия самое лучшее в России, абсолютное большинство автомобилей моноприводные, а за Уралом преобладают автомобили, оснащенные полным приводом.

Институциональная инфраструктура автомобильного рынка – это иерархическая система взаимосвязанных элементов, состоящая из формальных и неформальных институтов, определяемых спецификой институциональной среды автомобильного рынка и практикой поведения субъектов рынка. Наравне с формальными институтами особое значение приобретает неформальная составляющая институциональной инфраструктуры. Неформальные институты придают определенный характер взаимоотношениям автомобильных дилеров и компаний-импортеров. Значительная роль неформальных правил в институциональной инфраструктуре является следствием исторически сложившихся традиций и ценностей в обществе и социально-экономической системе. К тому же процесс институциональных изменений порой усложняется тем, что изменение неформальных институтов требует больше времени, чем целенаправленное проектирование и внедрение формальных правил. Так, подписание дополнительного договора к дилерскому соглашению между дилером и дистрибьютором занимает меньше времени, чем изменение специфики сложившихся отношений на данном рынке. К тому же даже внесение дополнительных изменений в антимонопольное законодательство является более быстрым процессом, чем изменение менталитета населения, традиций и неформальной практики взаимодействия, утвердившейся в обществе. Например, значительное количество автовладельцев с недоверием относятся к обслуживанию автомобиля в дилерском центре. Хотя развитие рынка в России идет цивилизованным путем, многие автовладельцы продолжают доверять ремонт «гаражным» мастерским, такой ремонт имеет меньшую стоимость, оплачивается непосредственно исполнителю без подтверждения кассовыми документами, что порой позволяет сэкономить средства. Одной из немногих причин, по которой автовладельцы обслуживают свои автомобили на сервисе официального дилера, является сохранение гарантии на автомобиль. По данным ассоциации «РОАД» («Российские автомобильные дилеры») в период действия гарантии до 90% автовладельцев выбирают станции официальных дилеров, после окончания гарантии заводизготовителя – 42% потребителей. После исте-

чения гарантийного срока многие перестают обслуживаться у дилера и обращаются в «гаражи» и неавторизованные центры. Подобные особенности функционирования автомобильного рынка, основанные на уже сформировавшихся традициях и практике взаимодействия субъектов рынка, затрудняют процесс совершенствования институциональной инфраструктуры.

Наиболее качественный скачок в трансформации данного рынка произошел после распада СССР, когда иностранные автомобилестроительные компании стали ориентироваться на российский рынок. Несмотря на то, что в настоящее время менталитет участников автомобильного рынка начинает приобретать адекватные «рыночные очертания», по-прежнему сохраняется недоверие к производителям и дилерским центрам. Автомобилестроительные компании вместе с дилерской сетью уделяют этому вопросу значительное внимание. Дилерский центр и импортер совместно отслеживают индекс лояльности потребителя к дилеру и производителю. Подобные практики являются признаком повышения уровня культуры автомобильного рынка в России.

В сложившихся условиях, когда настолько распространена практика взаимодействия импортеров и дилеров, оптимальным вариантом развития институциональной инфраструктуры автомобильного рынка является преемственность черт западной модели развития отрасли посредством импортирования (заимствования) институтов с учетом особенностей развития российской экономики и менталитета нации. Институциональные изменения в форме импортирования правил, ранее уже реализованных и применяемых в других хозяйственных системах и моделях, являются важной частью позитивной теории институциональных изменений. В целом заимствование широко распространено среди различных стран, экономических систем, сообществ, отраслей и выступает как принятие и использование различных элементов материальной, культурной, социальной и институциональной сфер. Заимствование инноваций, организационной структуры, контракта, идеи, правил включает восприятие и переработку института стороной-реципиентом. Следует отметить, что данный процесс имеет определенные ограничения, так как при наличии существенных различий в уровне развития «отдающей» (система-донор) и «принимающей» (система-реципиент) систем заимствование становится практически невозможным, поэтому вносимый элемент может быть полностью отторгнут субъектами принимающей системы. Поэтому достаточно часто эффективные в рамках одной си-

стемы институты оказываются бесполезными или снижающими продуктивность функционирования экономических агентов в рамках другой экономической системы. Несогласованность вводимого института с уже существующей в системе их совокупностью означает вероятное появление противоречащих друг другу правил и моделей поведения в ситуации принятия решения. В результате у субъекта скорее всего увеличится неопределенность будущего, что может привести к принятию дополнительных, а порой и ненужных решений.

Несогласованность правил означает, что между ними нет комплементарности, предполагающей такие виды деятельности, для которых увеличение объема любого из них увеличивает (или, по крайней мере, не снижает) предельную прибыльность каждого из остальных видов деятельности данной группы [2, с. 115]. Следовательно, институты будут комплементарными, а заимствование оправданным, если включение одного из них в институциональную инфраструктуру увеличивает эффективность функционирования субъектов или приводит к прежнему результату, что и в условиях ранее действовавших институтов, но, например, с наименьшими издержками. Такое заимствование считается эффективным.

Исследование процесса импортирования институтов и детальный эмпирический анализ последствий введения новых правил содержится в работах зарубежных ученых (С. Корнелл, Дж. Калт, Д. Берковиц, К. Пистор, Ж.-Ф. Ришар) [3, 4]. Как отмечают авторы, для того чтобы импортируемый институт стал эффективным, он должен иметь существенное значение в данной среде, а граждане должны иметь стимулы для использования данного правила, что будет создавать на него спрос, тем самым обеспечивая его исполнение и дальнейшее развитие. К тому же политики и прочие юридические посредники (адвокаты, нотариусы, судьи) должны быть ответственны за развитие института и стараться его улучшать с течением времени. Основная проблема, возникающая при импортировании институтов, – это оценка и обеспечение соответствия заимствованного правила или нормы системе существующих и реально применяемых формальных и неформальных институтов. Как отмечает А. Олейник, «основными факторами, влияющими на успех импорта институтов, являются степень и характер конгруэнтности господствующих в стране-импортере неформальных норм и формальных норм, на основе которых функционирует импортируемый институт» [5, с. 206].

Импортирование институтов может быть как осознанным, так и неосознанным процессом.

Неосознанное заимствование новых правил представляет собой более упрощенный процесс, сводящийся к двум действиям: осознание потребности в новом институте и принятие решения о его использовании. Данный подход является нецелесообразным, поскольку эффективность данного действия сводится к случайному результату без предварительной оценки полезности применения институционального нововведения.

Сознательное заимствование институтов происходит на основе сравнения тех или иных выгод ранее использовавшихся правил в системе-доноре с ожидаемыми выгодами, которые планируется получить в системе-реципиенте в результате импортирования.

Становление автомобильного рынка в США и Европе проходило на протяжении целого века. Россия старается пройти такой же путь за несколько десятилетий. Внедрение западных институтов развития автомобильного рынка вносит определенные трудности на отраслевой рынок в России. Вероятным недостатком нынешнего процесса заимствования является недостаточная степень конгруэнтности и комплементарности импортируемых институтов. Уже сейчас в России используются институты, заимствованные из-за рубежа, задачей которых является поддержка спроса на новые автомобили на определенном уровне. Сюда входят программы льготного кредитования на определенные автомобили, программа утилизации старых автомобилей, удобные схемы финансового взаимодействия, такие как лизинг, система обратного выкупа автомобиля, «trade-in».

Институциональная модернизация автомобильного рынка России возможна путем сознательного импортирования (заимствования) институтов из западной модели развития автомобильной отрасли с учетом особенностей российской экономики. Основной причиной, по которой общество прибегает к импортированию институтов, является невозможность на некоторых этапах экономического развития самостоятельно «вырастить» институты, соответствующие целям общества, в результате нехватки временных или материальных ресурсов, незапланированных преобразований, происходящих в социально-экономической системе под воздействием внешних факторов. Сознательное импортирование институтов из развитых стран обладает определенными преимуществами: это, во-первых, снижение транзакционных издержек и минимизация риска, во-вторых, относительная предсказуемость результата от внедрения нового института, в-третьих, эффективная трансформация неформальной составляющей институциональной среды.

В настоящее время можно говорить, что импортированные из-за рубежа институты, которые подтвердили свою эффективность в западной модели экономической системы, нашли применение и на российском автомобильном рынке. Примером такого импортирования является практика совместной деятельности автомобильных дилеров в форме специальной ассоциации. В США успешно функционирует ассоциация автомобильных дилеров National Automobile Dealers Association (NADA), которая объединяет около 20 тысяч предприятий. Ассоциация организована с целью оказания помощи субъектам автомобильного рынка в форме предоставления актуальной информации, раскрывающей основные тенденции и направления развития отрасли; ориентирована на предоставление профессионального образования и оказание консультационной и материальной поддержки [6]. В России объединение дилеров представлено ассоциацией «РОАД» («Российские автомобильные дилеры»). Количество членов ассоциации с каждым годом увеличивается, но не представляет большинство представителей отрасли. Проблема кроется в менталитете участников рынка, которые будут готовы вступить в ассоциацию только тогда, когда им предложат конкретные выгоды. На долю компаний, входящих в «РОАД», приходится менее 40% объемов рынка, а по количеству дилерских предприятий еще меньше. В настоящее время ассоциация «РОАД» представляет интересы 1/3 всего сообщества автомобильных дилеров, поэтому большинство экспертов считают, что ассоциация сможет достигать поставленных целей только тогда, когда количество участников значительно увеличится.

Несмотря на существующие проблемы, дальнейшее заимствование институтов дает положительные результаты. Изменение антимонопольной политики позволит привлечь дополнительных участников ассоциации, тем самым повысив ее значение в автомобильной отрасли. Проведение ежегодных конференций и переговоры дилеров с автопроизводителями и государственными структурами могут привести к новым соглашениям, что позволит ассоциации стать важнейшим институтом развития автомобильного бизнеса в России.

Практика импортирования институтов в автомобильной отрасли должна носить комплексный характер и отвечать критериям конгруэнтности и комплементарности. Особое значение приобретает проблема импортирования взаимосвязанных институтов. Эффективность влияния на отдельный сектор отрасли в результате заимствования институтов носит системный харак-

тер и требует соответствующих институциональных изменений в смежных направлениях, что позволит достичь прогнозируемого результата. Очевидно, нельзя воздействовать на один сегмент рынка, не уделяя внимания смежным областям отрасли.

Примером неоднозначного влияния институционального изменения на автомобильном рынке стало внесение поправок в законодательство. По инициативе Федеральной антимонопольной службы в Закон РФ «О защите прав потребителей» были внесены поправки, отстаивающие интересы потребителя. Обычно продавец (изготовитель) рекомендует соблюдать условие о периодическом прохождении технического обслуживания. Однако несоблюдение этого условия не может повлечь за собой утрату гарантии. На основании пункта 6 статьи 18 закона продавец (изготовитель) вправе отказать потребителю лишь в том случае, если окажется, что конкретный недостаток возник по причине нарушения потребителем правил использования<sup>1</sup>. Внесенные изменения позволили потребителю обслуживать и ремонтировать свои транспортные средства на любой (не являющейся авторизованной станцией автопроизводителя) станции технического обслуживания (СТО), при этом гарантийные обязательства продавца или поставщика оставались в силе. В свою очередь, данная норма реализовалась без соответствующего институционального урегулирования договоренности с компаниями-импортерами и дилерским сообществом, на котором негативно отразились нововведения.

Практика вмешательства в работу автомобильных дилеров перенимается у западных стран. Основной целью внедрения заимствованных норм является более качественное развитие автомобильного рынка. Новые европейские нормы развития дилерской сети нарушили вертикальные отношения между импортером и дилерской сетью. Благодаря поправкам в законодательстве произошло разделение бизнеса по продаже автомобилей и послепродажному обслуживанию. Участники рынка – дилеры получили возможность открыть дилерский центр, специализирующийся исключительно на продаже или на сервисном обслуживании. Однако данные меры не смогли оказать значительное влияние на развитие отрасли. Возможностью открывать дилерский центр, специализирующийся исключительно на продаже автомобилей, воспользовалось малое количество участников рынка, т.к. рентабельность продаж автомобилей часто отрицательная. Некоторые дилеры отказались от

продажи автомобилей в пользу расширения производственных мощностей сервисных центров. Следовательно, предпринятые меры по регулированию рынка автомобилей в Европе оказались фиктивными и не дали желаемого результата в полной мере [7].

Таким образом, применение положений нормативной и позитивной теории институциональных изменений дополняет комплексное теоретико-методологическое понимание институционализации автомобильного рынка. Описание, объяснение и предсказание институциональных изменений является предметом позитивной теории институциональных изменений. А одним из инструментов возникновения идеи институционального изменения является импортирование (заимствование) правил, ранее уже реализованных и применяемых в других хозяйственных системах. В ходе исследования было доказано, что процесс импортирования институтов в автомобильной отрасли является наиболее оптимальным и эффективным методом институциональных изменений в современных условиях, он должен носить комплексный характер и отвечать критериям конгруэнтности и комплементарности, тем самым обеспечивая оптимальное формирование институциональной инфраструктуры эффективно функционирующего автомобильного рынка. Импортированные институты должны оптимально встраиваться и реализовываться в уже существующую институциональную среду, тем самым обеспечивая максимальное достижение экономических интересов всех агентов автомобильного рынка. Полученные автором научные результаты являются теоретико-методологической базой для дальнейшего исследования импортирования институтов автомобильного рынка как неотъемлемого аспекта устойчивого функционирования автомобильной отрасли, а критерии эффективности импортирования институтов могут быть основой для разработки стратегии заимствований новых институтов на автомобильном рынке и в других отраслях.

#### Примечание

1. Закон РФ от 07.02.1992 г. № 2300-1 «О защите прав потребителей» (ред. от 3.07.2015 г.) // Собрание законодательства РФ. № 3, 15.01.1996. Ст. 140.

#### Список литературы

1. Норт Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики / Пер. с англ. А.Н. Нестеренко; предисл. и науч. ред. Б.З. Мильнера. М.: Фонд экономической книги «Начала», 1997. 180 с.
2. Milgrom P., Roberts J. Economics, Organization and Management. Englewood Cliffs: Prentice-Hall, 1992.
3. Cornel S., Kalt J. Where does economic development really come from? Constitutional rule among the contemporary Sioux and Apache // Economic Inquire. V. 33. Jule 1995. P. 402–425.
4. Berkovitz D., Pistor K., Richard J.-F. Economic development, legality and the transplant effect. William Davidson Institute Working Paper 308, February 2000.
5. Олейник А.Н. Институциональная экономика: Учебное пособие. М.: ИНФРА-М, 2002. 416 с.
6. National Automobile Dealers Association. Режим доступа: <http://www.nada.com/b2b/AboutUs/Industries.aspx> (дата обращения: 18.02.2015).
7. Егорова К. Европа против монополии // Авто-БизнесРевю. 2012. № 6. С. 50–53.
8. Клейнер Г.Б. Эволюция институциональных систем. М.: Наука, 2004. 276 с.
9. Коммонс Дж. Институциональная экономика // Terra Economicus. 2012. Т. 10. № 3. С. 69–76.7.
10. Московский А. Институционализм: теория, основа принятия решений, метод критики // Вопросы экономики. 2009. № 3. С. 110–124.
11. Нестеренко А. Экономический рост на основе институциональных изменений // Вопросы экономики. 1996. № 7.
12. Нестеренко А. Экономический рост на основе институциональных изменений [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.xserver.ru/user/egnoi/> (дата обращения: 28.08.2015).
13. Норт Д. Институциональные изменения: рамки анализа // Вопросы экономики. 1997. №3. С. 6–17.
14. Норт Д. Институты и экономический рост: историческое введение // THESIS. 1993. Т. 1. Вып. 2. С. 69–91.
15. Олейник А. Институциональная экономика. Учебно-методическое пособие // Вопросы экономики. 1999. №№ 1–12.
16. Сидорович А.В. Экономическая теория и национальная экономика // Национальная экономика: Вопросы теории, проблемы преподавания. Материалы научно-практической конференции. М.: МАКС Пресс, 2001. С. 5–8.
17. Шаститко А. Фридрих Хайек и неинституционализм // Вопросы экономики. 1999. № 6. С. 43–53.
18. Шаститко А.Е. Новая институциональная экономическая теория. 3-е изд., перераб. и доп. М.: Экономический факультет МГУ, ТЕИС, 2002. 591 с.

**PROBLEMS OF IMPORTING OF INSTITUTIONS AS EXEMPLIFIED  
BY THE RUSSIAN AUTOMOTIVE INDUSTRY**

*A.A. Ponomarev*

Volga State University of Technology, Yoshkar-Ola

The aim of this study is to analyze the hypothesis about the effectiveness of institutional modernization of the Russian automotive market by importing institutions previously implemented and applied in other economic systems. We consider importing of institutions as the main determinant in the development of the Russian automotive market's institutional environment. The basis for the study was provided by the normative and positive theories of institutional change. To support our arguments, we have used general scientific methods, including comparative analysis, synthesis of information and the formal logic method. Our analysis of the previously imported institutions has demonstrated that the practice of importing institutions should be comprehensive, and the institutions borrowed must meet the criteria of congruence and complementarity. The author proves that providing the continuity of some elements of the Western model of automotive industry development by means of conscious borrowing of institutions with the account of the peculiarities of Russian economy is essential for developing the institutional infrastructure of the Russian automotive market.

*Keywords:* importing of institutions, institutional environment, institutional change, automotive market, complementarity of institutions.