

Актуальні проблеми психології

УДК 330.3

Б.М. Одягайло
доктор економічних наук, професор,
професор кафедри міжнародної економіки,
Університет економіки та права «КРОК»

Інституціоналізація психокультурних значень ринку та її роль у формуванні міжнародних економічних відносин

У статті на основі історико-генетичного підходу обґрунтовано концептуальні засади дослідження ролі інституційних та психокультурних конструктів у формуванні міжнародних ринкових відносин. Теоретично обґрунтоване значення та показана роль психокультурних конструктів у формуванні міжнародного ринкового середовища, а також доведена необхідність його інституціоналізації.

На підставі дослідження доведена відсутність у людини внутрішньої природи оптимізації результатів міжнародної ринкової діяльності та показано, що досягнення цього можливе завдяки зовнішньому впливу інститутів, які необхідно оптимізувати. Запропоновано механізм знищення нелегітимних форм розвитку (корупції, рейдерства, преференційного оподаткування тощо) шляхом створення прийняттого для всіх учасників економічного процесу мотиваційного континіуму в міжнародному масштабі.

Ключові слова: інституціоналізація, інституційні та психокультурні конструкти, міжнародне ринкове середовище.

Б.М. Одягайло
доктор экономических наук, профессор,
профессор кафедры международной экономики,
Университет экономики и права «КРОК»

Институционализация психокультурных значений рынка и ее роль в формировании международных экономических отношений

В статье на основании историко-генетического подхода обоснованы концептуальные принципы исследования роли институционализированных психокультурных конструктов в формировании безопасной экономической среды. Теоретически обосновано значение и показана роль психокультурных конструктов в формировании безопасной экономической среды, также доказана необходимость его институционализации.

В результате исследования обосновано положение об отсутствии у человека внутренней природы оптимизации результатов безопасной экономической деятельности и показано, что

достижение этого состояния возможно благодаря внешнему влиянию институтов, которые необходимо оптимизировать. Предложено механизм упразднения нелегитимных форм развития (коррупции, рейдерства, преференционного налогообложения и т.д.) путем создания приемлемого для всех участников экономического процесса мотивационного континуума в международном масштабе.

Ключевые слова: институционализация, институциональные и психокультурные конструкты, международная рыночная среда.

В.М. Odyagaylo
*Doctor of Economics, Professor,
Professor of the Department of foreign trade and logistics,
University of Economics and Law "KROK"*

Institutional and mental aspects of shaping the secure business environment

In the article on the basis of historical - genetic approach substantiates the conceptual principles of research of the role of institutional and mental constructs in the formation of corporate business environment, in the past and present. The article substantiates the theoretical value and shows the role of mental constructs in the formation of a secure business environment, as well as proves the need for its institutionalization.

A result of research proves the proposition that man has no inner nature of the optimization of the results of secure business activity, and also showed that the achievement of this condition is possible due to the influence of external institutions that need to be optimized. The article proposes mechanism for canceling the predatory forms of development (corruption, raiding, tax rebates, etc.) by creating a motivational continuum acceptable to all participants in the international economic process.

Keywords: institutionalization, institutional and mental constructs, international economic.

Постановка проблеми

Радикальні зміни в національній та міжнародній економіці, що відбуваються останніми роками, потребують використання, поряд із традиційними, нових підходів і засобів розв'язання проблем обґрунтування господарських рішень та управління ризиками при формуванні міжнародного ринкового середовища. Тому актуальною є проблема розробки заходів мінімізації негативного впливу ризиків в міжнародній економічній діяльності, обґрунтування значення й ролі психокультурних конструктів у формуванні міжнародного ринкового середовища, їхньої інституціоналізації та ментальної ідентифікації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Дослідженням даної проблеми займаються вітчизняні та зарубіжні науковці,

зокрема, значний внесок у розробку проблеми інституціоналізації економічних форм зробили Д. Норт [4], О.І. Вільямсон [6]; еволюційного аналізу економічних змін Р. Нельсон та С. Вінтер [2]; зв'язку свідомого та підсвідомого – К.Г. Юнг [8]; ролі базисних інститутів у трансформаційній економіці – В.Д. Якубенко [9]. Аналіз наукових джерел з проблем інституціоналізації та ментальної ідентифікації економічних форм, їхньої ролі у формуванні міжнародного ринкового середовища свідчить про потребу подальших досліджень.

Мета статті – здійснити теоретико-методологічний аналіз проблеми та обґрунтувати концептуальні засади дослідження ролі інституційних і психокультурних конструктів у формуванні міжнародних ринкових відносин зокрема і міжнародних економічних відносин в цілому.

Виклад основного матеріалу

Ми стверджуємо, що в основі інституціоналізації бізнесових ер лежать базові психокультурні константи: архетипи та рутини. Перші є підсвідомими прообразами, що сформувались протягом еволюції людини як свідомої істоти. Другі – стійкі усвідомлені стереотипи поведінки. Згідно з підходами психолога К. Юнга [8, с. 113, с. 143-144], система підсвідомих прообразів (архетипів) програмує та мотивує майбутню діяльність в умовах типової реальності. Причому для всієї маси діяльних суб'єктів архетипи є стандартними.

Проникаючи в людську свідомість і не-свідомо спрямовуючи її, вони дають можливість вирішувати типові проблеми або, точніше, розв'язувати типові ситуації шляхом застосування універсальних засобів та прийомів. В основі уніфікації вирішення життєвих проблем лежить нагромаджений у підсвідомості історико-генетичний досвід або закодована інформація. Наші спостереження та знайомство з дослідженнями психологів і психоаналітиків дають підстави стверджувати, що вхід у свідомість теж здійснюється шляхом формування певних стереотипів.

Однак оскільки довкола людини, в оточуючому її середовищі, особливо соціальному, виникає безліч нестандартних, непередбачуваних і невизначених ситуацій, то людина включає свідомість та аналізує їх. Цей процес завжди іде шляхом узагальнення і виникнення нових стереотипів, тепер уже соціальних. Отже весь час виникають прообрази інституцій, спектр яких дуже різноманітний.

Людська свідомість сприймає оточуюче середовище через мову, символи чи знаки, які мають певне значення. Перехід же від однієї структури свідомості до іншої можливий завдяки розвитку значень слів або символів. У науці цей процес називається узагальненням. Рівень розвитку узагальнень представляє собою змістовну структуру свідомості, яка визначає її системну структуру, взаємозв'язок і місце кожної із функцій. Людина може усвідомлювати та діяти тільки на основі певних узагальнень.

Тим більшу роль відіграють узагальнення, чим більше доводиться індивіду спілкуватися з іншими індивідами і узгоджувати свої інтереси. Людина пізнає себе та ототожнює з кимось і будує свою поведінку через певні узагальнення (взірці) та їхній зв'язок.

Сплине дуже багато часу, поки ось оці усвідомлені прообрази будуть витіснені у підсвідомість і стануть архетипами. Але динамічність людської еволюції вимагає більш швидкого їх опанування. Тому з'являються уже безпосередньо соціальні форми інституцій як у неписаній формі, так і знаковій або писаній формі.

Те ж відбувається у виробництві та обміні, які регулюються зовнішніми по відношенню до них архетипами та акумульованою в них історико-генетичною інформацією, відбувається процес їхнього пізнання, усвідомлення і подальшого нагромадження досвіду. Інформація набуває рутинного характеру, а потім трансформується у певні поняття, що втілюються у певних інституціях, які відображають стандарти функціонування виробництва й обміну. Такими можна вважати певні усвідомлені закономірності та тенденції, що знаходять вираз у функціональних залежностях. Отже, функції інституціоналізуються.

Майже всі форми первісної цивілізації, на наш погляд, є своєрідними прото-інститутами, які регулюють задоволення невиразно структурованих первинних потреб за допомогою млявого використання нерозвиненої ресурсної бази (земля, пасовища, мисливські угіддя тощо) та неспеціалізованого виробництва. Таке виробництво практично є маргінальним і буде забезпечувати нижню межу фізичного споживання.

Акцентуємо увагу: на думку еволюціоністів, у поведінці господарчих суб'єктів головну роль відіграють рутини, або стійкі стереотипи поведінки. Цей термін може характеризувати шаблон, що постійно повторюється у діяльності певного суб'єкта чи організації, індивідуальне уміння чи безперебійне ефективне функціонування суб'єкта чи організації. Можна стверджу-

вати, що рутини відображають проміжний механізм переходу від соціального до природного і навпаки.

Зазначимо, що еволюціоністи керуються не оптимізаційними розрахунками, а рутинами [2, с. 120]. Вони стійкі і за зміни оточуючого середовища практично не змінюються, що обумовлено наступним. По-перше, рутини є своєрідними активами фірм, на придбання яких були здійснені безповоротні витрати і заміна яких коштує ще більших витрат. По-друге, заміна рутини може викликати погіршення або ліквідацію відносин як всередині фірми, так і з її партнерами. По-третє, рутини стійкі завдяки їхньому підсвідомому, хоча і соціалізованому походженню. Звідси випливає висновок про відсутність внутрішньої природи оптимізації результатів. Цього можливо досягти завдяки зовнішньому впливу інститутів. Найбільш характерно він проявлявся у Західній Європі, де і сформувались основні принципи інституціоналізації.

Важливо розглянути той період суспільного розвитку, коли економіка, детермінована протоінститутами, переходить до товарно-грошової або ринкової. Ми вважаємо, що в цей період вона більшою мірою починає впорядковуватись культурою. Наведемо одне з типових її визначень: культура є соціальним досвідом людей, соціальною пам'яттю, закріпленою в цінностях, традиціях, нормах, законах існування суспільства, які в сукупності детермінують становлення індивідів [7]. Культура виступає як мірило реалізації й розвитку сутності людини в процесі її соціальної діяльності. З цієї позиції культура не є чимось зовнішнім по відношенню до економічної сфери, вона є її вмонтованим елементом, який можна розглядати трояко.

По-перше, культура надає початкові когнітивні здібності економічним індивідам, даючи їм можливості нагромаджувати знання, використовуючи значні потоки інформації, добираючи і засвоюючи ту, яку вони вважають надійною. При цьому цінність інноваційної інформації в порівнянні з іншими її видами зростає непомірно.

По-друге, з позиції виробника пропонується дешевший товар, і це стає основою постановки його господарчих цілей – мати перевагу у реалізації надлишків виробництва. В той же час попит виступає не тільки як явище платоспроможності, а як культурний феномен – феномен специфічних уподобань, характерних тільки для певного народу чи його окремих прошарків. На перехресті попиту та пропозиції відбувається визначення їхніх параметрів. Пропозиція вимагає розуміння позиції споживача, його культурних стандартів, а попит вимагає засвоєння стереотипів виробника. Але і в одному, і в іншому випадках усвідомлюються і внутрішньо опановуються чужі погляди. Тут відбувається трансформація архаїчної інформації в рутинну.

І, по-третє, культура впливає на вибір засобів реалізації господарських цілей. Цінності, як вищі стандарти поведінки, формують систему оцінок. Ці оцінки приводять до вибору уподобань: що можна використати у якості ресурсу і обрати можливі комбінації його з іншими ресурсами, як ці комбінації оцінити з позиції ефективності і тому подібне. Тут домінує функціональна інформація.

І, насамкінець, вироблені блага навантажуються символами – багатозначними образами, з допомогою яких людина визначає сенс виробничих процесів і своє місце в них. Споживач розпізнає продукт за його символічними ознаками якості. Тут домінує рутинна інформація.

Культура в умовах ринку ідентифікує продукти, стверджує статутні ієрархії, інтерпретує зміст. В той же час ринок стає засобом виробництва і розповсюдження ідентичностей, ареною символічної боротьби за інтерпретацію змісту. Все починається з відносно простих товарних знаків і закінчується формуванням бренду, який має безліч значень і образів. Ці останні передбачають існування відомих споживачу достатньо складних культурних кодів – ключів до їхнього розпізнання. Все це дає змогу виділити товар серед інших об'єктів товарного світу, позиціонувати його як особливий. Аналіз соціо-

культурних значень ринку дає можливість пояснити процеси, що відбуваються в ньому. Це ж відноситься і до інституційних елементів, оскільки культурні імперативи поглинаються інституціями за принципом «матрьошки». Це ж стосується й ієрархічних станів.

Відносна ціна є тим інструментом, який дає змогу здійснити альтернативний вибір. Специфічність активу обмежує можливості вибору партнера. Але тим не менше в умовах обмеженої раціональності та опортуністичної поведінки є можливість експропріації потоку квазіренти. Тому в угоді повинні бути передбачені гарантії, що запобігають цій експропріації. Але контрагенти завжди володіють неповною інформацією і розробляють контракти як суб'єктивні моделі поведінки. При цьому вони коригують свої моделі досить недосконало. Укладаються так звані неповні контракти. На цьому, можливо, і закінчується досконалий ринок. Р. Коуз [12] стверджує, що контрактні відносини є тотожними ринку, але протилежними ієрархії. Навпаки, за О. Вільямсоном [6], ринок та ієрархія є специфічними формами контрактації, які лежать по різні боки трансакційних витрат.

Щодо трансакційних витрат, то вони є фактором, який формує механізм недосконалого ринку. Вони виникають у результаті того, що інформація має ціну й асиметрично розподілена між агентами обміну. В результаті цього підсумком будь-яких дій контрагентів буде посилення недосконалості ринку. Ефект полягає в тому, що збуджуючі мотиви, закладені в інституціях, передають агентам змішані сигнали. І навіть тоді, коли сучасна інституційна система більше сприяє отриманню вигод від обміну, ніж попередня, все одно виникатимуть стимули обманювати, які, власне, і призводять до недосконалості ринку [4].

Такий механізм найліпше спрацьовує в умовах непрозорості, яка може бути створена різними засобами. Непрозорість спонукає до експропріації, а ця остання найвагоміше виступає в умовах монополії. В ній інформація є спотвореною (прихова-

ною), як це має місце в умовах монополістичної конкуренції. І в умовах олігополії змова є обов'язковою. Недосконалість ринку значною мірою також визначається ієрархічним поєднанням індивідів у компаніях-учасниках ринкових відносин та, особливо, на народногосподарському рівні. Це означає, що структурні зв'язки тут будуються за принципом від вищого до нижчого. Конфліктні цілі індивідів в таких економічних утвореннях приводяться до рівноваги в межах контрактних установок, що забезпечують відносини цих індивідів.

Вище йшлося про те, що на перехресті попиту та пропозиції усвідомлюються та внутрішньо опановуються чужі погляди, в тому числі й на світову економіку, стверджується ідентичне бачення її закономірностей. А це є основою формування міжнародних економічних відносин. Наведемо один із прикладів.

Зростаюча інтернаціоналізація української економіки, яка ще більше підсилилася після вступу України до СОТ, неминуче веде до посилення конкуренції і зростання ризикованості операцій вітчизняних компаній як на внутрішніх, так і міжнародних ринках.

За таких умов надзвичайно актуальним для вітчизняних компаній стає оволодіння ефективними методами оцінки та управління ринковими ризиками. Зарубіжна практика свідчить про те, що керівництво успішних і динамічно зростаючих компаній достатньо широко застосовує управління ризиками як в окремих функціональних сферах бізнесу компанії (функціональний ризик-менеджмент, виробництво, фінанси, кадри і т.п.), так і в межах компанії в цілому (стратегічний, комплексний, інтегральний ризик-менеджмент). Але цей закордонний досвід в Україні потребує відповідної ментальної ідентифікації, щоб усунути зі свідомості українських бізнесменів принципи неупередженої погоні за доходами, рейдерство, корупцію тощо. На практиці це означає, що в нашому суспільстві необхідно анулювати антисоціальні та антигуманні явища, які викликають сьогодні негативний резонанс як у вітчизняній, так і світовій спільноті.

Висновки

Звідси випливають висновки про відсутність у людини внутрішньої природи оптимізації результатів безпечної економічної діяльності. Цього можливо досягти завдяки зовнішньому впливу інститутів, які треба оптимізувати. Конфліктні цілі індивідів у компаніях-учасниках ринкових відносин приводяться до рівноваги в межах контрактних установок, що забезпечують відносини цих індивідів. Не є виключенням і відносини на рівні націо-

нальних економік, які оптимізуються чималою системою інститутів (законами, що регулюють права власності, обмеженнями в діяльності економічних суб'єктів тощо). Отже мова може йти також і про формування та оптимізацію міжнародних економічних відносин.

У протилежному разі домінуватимуть принципи неупередженої погоні за доходами, рейдерство, корупція тощо, тобто, антисоціальні та антигуманні явища, які викликають сьогодні негативний резонанс як у вітчизняній, так і світовій спільноті.

Література

1. Капелюшников Р.И. Экономическая теория прав собственности (методология, основные понятия, круг проблем). – М., 1990. – 312 с.
2. Нельсон Р., Уинтер С. Эволюционный анализ экономических изменений. // М.: 2000. – 420 с.
3. Николаева Л.А., Черная И.П. Экономическая теория: Методическое пособие. – М.: Институт экономики и бизнеса. ВГУЭС, 2000. – 170 с.
4. Норт Д. Институты и экономический рост: историческое введение // THESIS. – 1993. – Т. 1. – Вып. 2. – С. 69–91; Институты, идеология и эффективность экономики // От плана к рынку: будущее посткоммунистических республик. – М.: Catallaxy, 1993. – С. 307–319; Норт Д. Институциональные изменения: рамки анализа [Доклад на конференции по проблемам экономических реформ в России. Вашингтон, март 1996 г.] // Вопросы экономики. – 1997. – № 3. – С. 6–17.
5. Одягайло Б.М. Економіка: транзитивність від найпростішої до глобальної. Монографія. – Дніпропетровськ: Пороги, 2003. – 312 с.
6. Уильямсон О.И. Экономические институты капитализма: Фирмы, рынки, «отношенческая» контракция: – СПб.: Лениздат, CEV Press, 1996. – 689 с.
7. Федорова У.У. Культурологія: Навч. посіб. – К.: ІВЦ. Видавництво «Політехніка», 2005. – 160 с.
8. Юнг К.Г. Сознание и бессознательное: Сборник / Пер. с англ. – СПб.: Университетская книга, 1997. – 544 с.
9. Якубенко В.Д. Базисні інститути у трансформаційній економіці: Монографія. – К.: КНЕУ, 2004. – 252 с.
10. Ястремський І.С. Удосконалення методів господарювання в десятий п'ятиріччі. – К.: Наукова думка, 1977. – 150 с.
11. Пивоваров С.Э. Международный менеджмент / Под ред. Пивоварова С.Э., Тарасевича Л.С., Майзеля А.И. – СПб: Питер, 2001. – 576 с.: ил. – (Серия «Учебники для вузов»).
12. Коуз Р. Фирма, рынок и право / пер. с англ. Б. Пинскера. – М.: Дело ЛТД, 1993. – 192 с. – ISBN 5-86461-133-6.