

УДК 005.922.1:339.9:159.9

Б.М. Одягайло
*доктор економічних наук, професор,
професор кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності
та логістики,
Університет економіки та права «КРОК»*

В.І. Терехов
*доктор економічних наук, професор,
професор кафедри управління фінансово-економічною безпекою,
Університет економіки та права «КРОК»*

Інституційно-культурні аспекти формування безпекового бізнесового середовища

У статті показано значення інституційних і культурних конструкт у формуванні бізнесового середовища минулого та сучасності.

Ключові слова: міжнародний бізнес, інституціоналізація, принципи інституціоналізації, психологічні стереотипи, архетипи, рутини, безпека.

Б.М. Одягайло
*доктор экономических наук, профессор,
профессор кафедры менеджмента внешнеэкономической
деятельности и логистики,
Университет экономики и права «КРОК»*

В.И. Терехов
*доктор экономических наук, профессор,
профессор кафедры управления
финансово-экономической безопасностью,
Университет экономики и права «КРОК»*

Институционально-культурные аспекты формирования безопасной бизнесовой среды

В статье показано значение институциональных и культурных конструкт в формировании бизнесовой среды прошлого и современности.

Ключевые слова: международный бизнес, институционализация, принципы институционализации, психологические стереотипы, архетипы, рутини, безопасность.

В.М. Odiahailo
*Doctor of Economics, Professor,
Professor of Foreign Economic Activity and Logistics Department,
“KROK” University*

V.I. Terekhov
*Doctor of Economics, Professor,
Professor of Financial and Economic Security Department,
“KROK” University*

Institutional and cultural aspects of shaping of the secure business environment

The article shows the importance of institutional and cultural factors in shaping the business environment of the past and the present.

Key words: international business, institutionalization, institutionalization principles, mental aspects, archetypes, security.

Постановка проблеми

Важливою проблемою сьогодення залишається трансформація економік країн світу відповідно до принципів ефективності, економії енергії й природних ресурсів, екологічності та гуманності. Для України, як показують останні події, вона є особливо нагальною: невирішеність трансформаційних проблем, боротьба з корупцією, соціальне протистояння тощо – очевидно мають не тільки політичну, соціальну, економічну природу, а й культурну, яка оформлена інституційно. Вирішення багатьох нагальних питань, у тому числі й бізнесових, не може бути осторонь культурного клімату, що панує в суспільстві.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Сучасні підходи щодо обґрунтування ролі культурних факторів у розвитку економічного середовища розглядалися та обґрунтовувалися відомими закордонними вченими, такими як Р. Нельсон [2], К. Юнг [8]. Так, К. Юнг вважав, що людині притаманна система підсвідомих прообразів (архетипів), що програмує та мотивує майбутню економічну діяльність в умовах типової реальності [8, с. 113, 143-144]. Учений Р. Нельсон, за поглядами еволюціоніст, керувався не оптимізаційними розрахунками, а рутинними, підсвідомими, хоча й набутими в процесі соціального спілкування, прообразами і вважав, що вони стійкі і при зміні оточуючого середовища практично не змінюються, але мотивують економічну поведінку. Значний внесок у дослідження цієї проблеми зробили також відомі вітчизняні науковці. Так, У.У. Федорова стверджує, що культура є соціальним досвідом людей, соціальною пам'яттю, закріпленою в цінностях, традиціях, нормах, законах існування суспільства, які в сукупності детермінують становлення індивідів (також на рівні психіки – архаїчна інформація трансформується в рутинну, тобто потрапляє в підсвідомість) [7]. Як наполягає В.Д. Якубенко, центральне положення інститутів визначається тим, що дає відомості про віднесення доходів певним власникам, а ця інформація стала і є на межі підсвідомості [9].

Не вирішені раніше частини загальної проблеми

Як засвідчує реальність світової бізнесової практики, а тим більше української, дуже часто роль і культурних, і підсвідомих факторів, особливо на макрорівні, недооцінюється. Можливо, така ситуація зумовлена недостатньою популяризацією цієї проблеми в науковій літературі та засобах масової інформації. Отже, механізми інституційного оформлення рутинного психічного та його трансформації в економічне ще не мають достатнього наукового обґрунтування. Практика застосування цих механізмів для забезпечення бізнесової діяльності, безумовно, повинна спиратися на досить фундаментальну методологічну, теоретичну та методичну бази.

Формування цілей статті

Метою статті є теоретичне обґрунтування еволюції та ролі культурних конструкт у становленні безпекового бізнесового середовища.

Виклад основного матеріалу дослідження

На наведеному рисунку представлено ери розвитку міжнародного бізнесу та охарактеризовано їхнє значення. Прискіпливий погляд знаходить у них дещо спільне та вирізняє особливості. Ми стверджуємо, що в основі інституціоналізації бізнесових ер лежать базові психологічні константи: архетипи та рутини. Роз-

глянемо проблему детальніше. Перші є підсвідомими прообразами, що сформувалися протягом еволюції людини як свідомої істоти. Другі – стійкі усвідомлені стереотипи поведінки. Згідно з підходами психолога К. Юнга [8, с. 113, 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 несвідомо спрямовуючи її, вони дають можливість вирішувати типові проблеми або, точніше, розв'язувати типові ситуації шляхом застосування універсальних засобів і прийомів. В основі уніфікації вирішення життєвих проблем лежить нагромаджений у підсвідомості історико-генетичний досвід, або закодована інформація. Наші спостереження та ознайомлення з дослідженнями психологів і культурологів дають підстави стверджувати, що вхід у свідомість теж здійснюється шляхом формування певних стереотипів.



Рис. 1. Періодизація міжнародного бізнесу та її значення

Джерело: доопрацьовано на підставі [11] формування певних стереотипів

Однак в оточуючому середовищі, особливо соціальному, виникає безліч нестандартних, непередбачуваних і невизначених ситуацій, тому 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 є дуже різноманітним.

Людська свідомість сприймає оточуюче середовище через мову, символи чи

знаки, які мають певне значення. Перехід від однієї структури свідомості до іншої можливий завдяки розвиткові значень слів або символів. У науці цей процес називається узагальненням. Рівень розвитку узагальнень становить собою змістовну структуру свідомості, яка визначає її системну структуру, взаємозв'язок і місце кожної з функцій. Людина може усвідомлювати та діяти тільки на основі певних узагальнень. Тим більшу роль відіграють узагальнення, чим більше доводиться індивіду спілкуватися з іншими індивідами й 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. Однак динамічність людської еволюції вимагає більш швидкого їх опанування. Тому з'являються безпосередньо соціальні форми інституцій як у неписаній формі, так і в знаковій, або писаній формі.

Те ж саме відбувається у виробництві та обміні, які регулюються зовнішніми відносно 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 в певні поняття, що втілюються в певних інституціях, які відображають стандарти функціонування виробництва і 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 протоінститутами, 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 забезпечуватиме нижню межу фізичного споживання.

Тенденція маргіналізації буде спостерігатися в подальшому, навіть коли розвиток матеріального виробництва досягне сучасного рівня [5, с. 26-32, 264]. Тобто йдеться про спадкування консервативної інформації, яка, в принципі, не дає сигналів для прогресивного розвитку, але подає сигнал про можливість альтернативного вибору і орієнтує на певну діяльність. А це вже є передумова для переходу до більш ефективних ресурсів і, що головне, до кращих технологій. Саме з цього розпочинається товарно-грошова модернізація традиційного виробництва, яка потім переростає в індустріальну модернізацію та постіндустріальну (постмодернізоване або, так зване, інформаційне суспільство). За нашою пропозицією – інформатизоване суспільство.

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 в діяльності певного суб'єкта чи організації, індивідуальне уміння чи безперерійне ефективне функціонування суб'єкта чи організації. Можна стверджувати, що рутини відображають проміжний механізм переходу від соціального до природного і навпаки.

Відмітимо, що еволюціоністи керуються не оптимізаційними розрахунками, а рутинами [2, с. 120]. Вони стійкі і в разі 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 потребує ще більших витрат. По-друге, заміна рутини може зумовлювати погіршення або ліквідацію відносин як усередині фірми, так і з її партнерами.

По-третє, рутини стійкі завдяки їхньому підсвідомому хоча й соціалізованому походженню. Звідси випливає висновок про відсутність внутрішньої природи оптимізації результатів. Цього можна досягти завдяки зовнішньому впливу інститутів. Найбільш характерно він проявлявся в Західній Європі, де й сформувався основні принципи інституціоналізації.

На межі XX–XXI століть виникають нові принципи інституціоналізації:

- а) тотальний фінансизм;
- б) інформаційно-інноваційний активізм;
- в) ультраіндивідуалізм із довільними світоглядними орієнтирами.

Звідси випливають і першочергові завдання для України. Перше – побудова ринково-індивідуалістичної економіки. Друге – реструктуризація та постіндустріальна модернізація економіки. Третє – ліквідація бідності. Четверте – знищення грабіжницьких форм розвитку (корупції, рейдерства, преференційного оподаткування тощо). П'яте – культурна та морально-етична революція. Шосте – створення прийнятеного для всіх учасників економічного процесу мотиваційного континіуму. Сьоме – формування національної ідеї як способу самоорганізації народу та рефлексивного зв'язку національного «Я» і смислового континіуму світової культури.

Важливо розглянути той період суспільного розвитку, коли економіка, детермінована протоінститутами, переходить до товарно-грошової або ринкової. Ми вважаємо, що в цей період вона в більшій мірі починає впорядковуватися 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 мірилом реалізації й розвитку сутності людини в процесі її соціальної діяльності. З цієї позиції культура не є чимось зовнішнім стосовно економічної сфери, вона є її вмонтованим елементом, який можна розглядати трояко.

По-перше, культура надає початкові когнітивні здібності економічним індивідам, даючи їм змогу нагромаджувати знання, використовуючи значні потоки інформації, відбираючи 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 більш дешевий товар, що стає основою постановки його господарчих цілей – мати перевагу в реалізації надлишків виробництва. Водночас 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. Проте і в одному, і в іншому разі усвідомлюються та внутрішньо опановуються чужі погляди – відбувається трансформація архаїчної інформації в рутинну.

По-третє, культура впливає на вибір засобів реалізації господарських цілей. Цінності, як вищі стандарти поведінки, формують систему оцінок. Ці оцінки приводять до вибору вподобань: що можна використати в якості ресурсу і вибрати можливі комбінації його з іншими ресурсами, як ці комбінації оцінити з позиції ефективності тощо? Тут домінує функціональна інформація.

Вироблені блага навантажуються символами – багатозначними образами, за 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. Водночас ринок стає засобом виробництва і розповсюдження ідентичностей, ареною символічної боротьби за інтерпретацію змісту. Усе розпочинається з відносно простих товарних знаків і закінчується формуванням бренда, який має безліч значень і образів. Останні передбачають існування відомих споживачеві, достатньо складних, культурних кодів – ключів до їхнього розпізнання. Це дає змогу виділити товар серед інших об'єктів товарного світу, позиціонувати його як особливий. Аналіз соціокультурних значень ринку дає можливість пояснити процеси, що відбуваються в ньому. Це ж стосується й інституційних елементів, оскільки культурні імперативи поглинаються інституціями за принципом «матрьошки». Це також стосується ієрархічних станів.

Інституцію також пов'язують з обмеженнями в діяльності економічних суб'єктів. Ця властивість інституції, як зазначає В.Д. Якубенко є «...основою стратифікації та отримання особливих форм доходів» [9, с. 22]. Додамо – віднесення доходів, а з позиції економічної реалізації інституції – отримання цінності. Отже, центральне положення її визначається тим, що вона дає відомості про віднесення доходів певним власникам саме в «межах можливого». За цими межами отримання доходу іншим «власником» є нелегітимним, а, отже, неекономічним.

Слід зазначити також, що має місце еволюція прав власності, яка дає можливість отримання доходів і не власникам, а похідним категоріям суб'єктів власності, наприклад, орендарям. Похідні форми власності встановлюють пучок повноважень отримання та використання доходів. Теорія прав власності виводиться з факту обмеженості ресурсів. Вони для ринкової економіки повинні бути чітко визначені. Чітке визначення прав власності та досконала законодавча база змінюють поведінку суб'єктів господарювання, пристосовуючи її до умов ринку. Це створює прерогативу для придбання прав власності суб'єктами, які здатні одержати від них більшу індивідуальну і суспільну користь [3, с. 27; 1, с. 11-12].

Пучок прав власності складається з елементів, які, виходячи з множинної природи прав власності, істотно розширюють і конкретизують традиційну структуру власності. Кожне право означає можливість допускати до об'єкта власності одних і обмежувати чи виключати доступ іншим суб'єктам (агентам). Зміст і розподіл прав власності впливає на розподіл ресурсів, обсяг і умови обміну, розподіл і рівень прибутку, процеси ціноутворення. Для пристосування власності і прав на неї до умов ринку необхідним є постійний збір і оброблення інформації про форми та види власності основних економічних суб'єктів. В неоінституціоналізмі будь-яка операція обліку розглядається як обмін пучками прав власності. Отже, необхідно з цієї позиції детально вивчати канали, за якими він здійснюється. За Р. Коузом [12] основним таким каналом є контракт. Згідно з О. Уільямсоном контракт є угодою між покупцем і постачальником, у якому умови обміну визначаються трьома факторами: ціною, специфічністю активів і гарантіями [6, с. 688-689].

Відносна ціна є тим інструментом, який дає змогу здійснити альтернативний вибір. Специфічність активу обмежує рамки вибору партнера. Але все одно в умовах обмеженої раціональності та опортуністичної поведінки є можливість експропріації потоку квазіренти. Тому в угоді повинні бути передбачені гарантії, що запобігають цій експропріації. Однак 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. Як стверджує Р. Коуз [12], контрактні відносини є тотожними ринку, але протилежними ієрархії. Навпаки, за О. Уільямсоном [6], ринок і 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. У результаті цього підсумком будь-яких дій контрагентів буде підсилення 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 будуть виникати стимули обманювати, які, власне, і призводять до недосконалості ринку [4].

Такий механізм найліпше спрацьовує в умовах непрозорості, що може бути створена різними засобами. Непрозорість спонукає експропріацію, а остання найвагоміше виступає в умовах монополії. у ній інформація є спотвореною (прихованою), 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. Це означає, що структурні зв'язки в них будуються за принципом від вищого до нижчого. Конфліктні цілі індивідів у такій організації приводяться до рівноваги в рамках контрактних установок, що забезпечують відносини цих індивідів.

Висновки

Таким чином, можна констатувати факт відсутності в природі людини внутрішньої здатності оптимізації результатів безпечної бізнесової діяльності. Цього можна досягти завдяки зовнішньому впливові інститутів, які треба оптимізувати. Конфліктні цілі індивідів у компаніях-учасниках ринкових відносин приводяться до рівноваги в рамках контрактних установок, що забезпечують відносини цих індивідів. Не є виключенням і відносини на рівні національних економік, які оптимізуються системою інститутів (законами, що регулюють права власності, обмеженнями в діяльності економічних суб'єктів тощо). В іншому разі будуть домінувати природні принципи нестримного нарощування доходів, рейдерства, корупції тощо, тобто антисоціальні та антигуманні явища, що 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) / Р. И. Капелюшников. – М., 1990. – 312 с.
2. Нельсон Р. Эволюционный анализ экономических изменений / Р. Нельсон, С. Унтер. – М., 2000. – 420 с.
3. Николаева Л. А. Экономическая теория : Методическое пособие / Л. А. Николаева, И. П. Черная. – М. : Институт экономики и бизнеса. ВГУЭС, 2000. – 170 с.
4. Норт Д. Институты и экономический рост : историческое введение / Д. Норт // 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 / Б. М. Одягайло. – Дніпропетровськ : Пороги, 2003. – 312 с.
6. Уильямсон О. И. Экономические институты капитализма : Фирмы, рынки, «отношенческая» контрактация / О. И. Уильямсон. – СПб. : Лениздат, CEV Press, 1996. – 689 с.

7. Федорова У. У. Культурологія : Навч. посіб. / У. У. Федорова. – К. : ІВЦ, Видавництво «Політехніка», 2005. – 160 с.

8. Юнг К. Г. Сознание и бессознательное : Сборник / Пер. с англ. / К. Г. Юнг. – СПб. : Университетская книга, 1997. – 544 с.

9. Якубенко В. Д. Базисні інститути у трансформаційній економіці : Монографія / В. Д. Якубенко. – К. : КНЕУ, 2004. – 252 с.

10. Ястремський І. С. Удосконалення методів господарювання в десятій п'ятирічці / І. С. Ястремський. – К. : Наукова думка, 1977. – 150 с.

11. Пивоварова С. Э. Международный менеджмент / Под ред. С. Э. Пивоварова, Л. С. Тарасевича, А. И. Майзеля. – СПб. : Питер, 2001. – 576 с. : ил. – (Серия «Учебники для вузов»).

12. Коуз Р. Фирма, рынок и право / пер. с англ. Б. Пинскера / Р. Коуз. – М. : Дело ЛТД, 1993. – 192 с. – ISBN 5-86461-133-6

УДК 330.1:338.24

О.І. Шапоренко

*доктор наук з державного управління, професор,
завідувач кафедри менеджменту ЗЕД та логістики,
Університет економіки та права «КРОК»*

О.І. Шайдоров

*здобувач кафедри управління фінансово-економічною безпекою,
Університет економіки та права «КРОК»*

Причини та наслідки функціонування тіньового сектору економіки

Проаналізовано причини виникнення тіньової економіки та її наслідки, зокрема вплив тіньового сектору на основні аспекти фінансово-господарської діяльності. Визначено деякі напрями позитивного впливу функціонування тіньового сектору.

Ключові слова: тіньовий сектор, економіка, фінансово-господарська діяльність, державне регулювання.

О.И. Шапоренко

*доктор наук по государственному управлению, профессор,
заведующая кафедрой ВЕД и логистики,
Университет экономики и права «КРОК»*

А.И. Шайдоров

*соискатель кафедры управления финансово-
экономической безопасностью,
Университет экономики и права «КРОК»*

Причины и последствия функционирования теневое сектора экономики

Проанализированы причины возникновения теневой экономики и её последствия, в частности влияние теневого сектора на основные аспекты финансово-хозяйственной деятельности. Определены некоторые направления позитивного воздействия функционирования теневого сектора на экономическую систему рыночного типа.

Ключевые слова: теневой сектор, экономика, финансово-хозяйственная деятельность, государственное регулирование.