

нальные альтернативы в контексте дерегулирования экономики. // – Вопросы экономики. – 2004. – №12. – С.94-111.

5. Нуреев Р. Теории развития: институциональные концепции становления рыночной экономики // Вопросы экономики. – 2000. – №6. – С.126-145.

6. Маркс К., Энгельс Ф. Полное собрание сочинений. – М.: Политическая литература, 1968.

7. Кейнс Дж. М. Общая теория занятости, процента и денег. Пер. с англ., общ. ред. А.Г. Милевского, И.М. Осадчей. – М.: Изд-во «Прогресс», 1978. – 494 с.

8. Бойренко В. Об обеспечении ускоренного развития экономики Украины // Экономика Украины. – 2005. – №8. – С.20-25.

Статья поступила в редакцию 26.01.2006

**Т.Г. САЛЬТЕВСКАЯ,**

*Харьковский национальный университет им. В.Н. Каразина*

### ИНСТИТУЦИАЛИЗАЦИЯ ЛИЧНОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ В ТРАНСФОРМАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКЕ

Изменение институционального пространства, происходящее в условиях рыночной трансформации экономики, обуславливает первоочередность решения ряда институциональных задач. Институционализация личного потребления актуально как с точки зрения новых явлений и процессов, происходящих в этой сфере, так и с точки зрения необходимости выявления и преодоления многочисленных отрицательных явлений, которые ей сопутствуют. Кроме того, анализ личного потребления важен ещё ввиду общецивилизационных тенденций: задача достижения устойчивого развития требует неперемного изменения концепции потребления с целью снижения антропологической нагрузки на природу и обеспечения на этой основе безопасной жизни текущих и будущих поколений.

Проблема личного потребления в трансформационной экономике с позиции её взаимосвязи с общецивилизационными тенденциями ещё мало изучена. Первые шаги в её рассмотрении сделал Ильин В [3]. Поднятые проблемы актуальны и для Украины. Концепцию устойчивого развития разрабатывали В.И. Данилов-Данильян[1], и К.С. Лосев[4].

Целью данной статьи является теоретическое обобщение экономических процессов в сфере личного потребления в трансформационной экономике Украины. Это предопределило решение следующих задач:

– анализ процесса институционализации личного потребления в трансформационной экономике;

– изучение опыта институционализации личного потребления в западном обществе и его использование в Украине;

– выработка приёмов преодоления недостатков в институциональных

– тенденциях личного потребления.

В настоящее время происходят трансформационные процессы в экономике Украины, которые меняют облик жизни общества. В частности, идёт ломка старых стереотипов личного потребления и формирование новых характеристик, закрепляющихся в соответствующих институтах.

Институты – это актуальное материализованное прошлое общественной системы, алгоритм, обеспечивающий дифференцированно активную позицию субъекта по отношению к внешним условиям его существования[8, с.32].

Институционализация личного потребления представляет собой процесс формирования совокупности норм, ценностей, правил поведения, лежащих в основе личного потребления. Данный процесс происходит при интеграции некоторых сохранившихся старых норм и норм, привнесённых благодаря импорту институтов извне, которые со временем глубоко укореняются и превращаются в привычную форму. Однако на первых этапах характеристики импортированной потребительской модели идут в разрез с отечественными нормами, сформировавшимися долгие годы в соответствии с идеологическими ориентирами. В данной ситуации возникает вопрос о совместимости двух институциональных систем в сфере потребления.

В советском обществе потребители в независимости от достатка, места проживания могли обеспечить себе удовлетворение первичных потребностей приблизительно на одинаковом уровне. На основании этого принципа и

© Т.Г. Сальтевская, 2006

были сформированы соответствующие стереотипы потребления. В сегодняшних условиях имеет место резкая дифференциация личного потребления, причиной которой послужила начатая с 90-х гг. ориентация на свободный рынок, проведение политики приватизации, рост налогов, сокращение влияния государства на экономику и пр.

Произошло обнищание основной массы населения, для которых целью потребления стало банальное выживание. С другой стороны, появилась незначительная прослойка богатых людей, которые уже живут по западному образцу. На Западе же имеет место общество потребления, представляющее собой совокупность общественных отношений, в которых ключевое место занимает индивидуальное потребление, опосредованное рынком [3, с 4]. Основными характеристиками этого общества являются:

- 1) потребление выходит за рамки физического выживания и превращается в ключевую часть воспроизводства человека социального;
- 2) производство становится гибким и позволяет потребителям конструировать свою индивидуальность с помощью вещей;
- 3) маркетинговая ориентация фирм;
- 4) изменения в организации торговли, сферы обслуживания, связанное с ключевыми позициями крупных торговых центров;
- 5) отношение потребителей к шоппингу как распространённой форме досуга;
- 6) формирование социальной стратификации, в основании которой лежат различия в возможности доступа к пространству общества потребления;
- 7) культурная революция, в ходе которой осуществляется переход от повседневной культуры классического капитализма к современному консьюмеризму [3, с.5-6].

Общество потребления возникает как результат развития капитализма в западном обществе, однако и на начальной стадии формирования капитализма его появление возможно вследствие применения новых технологий производства товаров широкого потребления. Многие проявления западного общества потребления активно развиваются в Украине. Однако мы считаем, что формирование в нашей стране общества потребления должно осуществляться с учётом национальных особенностей. Общество потребления – это не только совокупность благ, которые являются привычными для человека, но и культура их потребления и отношения к ним. Культурные черты украин-

ского народа должны быть защищены посредством протекционистских мер, подобно тем, которые применяются для защиты отечественных производителей. В настоящий же момент происходит впитывание особенностей западной культуры, не все из которых адекватны природе национального менталитета.

Для богатых слоёв населения характерно показное потребление в духе снобизма с целью подчёркивания своего статуса. Это уже потребления не с целью удовлетворения своих материальных и духовных потребностей, а с целью удовлетворения амбиций. Человек может и не планировать сесть за руль купленного дорогого автомобиля, а данной покупкой желает лишь подчеркнуть своё материальное положение.

Для остальной части населения, уровень жизни которых резко упал в переходный период, потребление является лишь удовлетворением насущных потребностей. В структуре их потребления возросла доля продуктов питания, часто дешёвых, а возможность покупки товаров длительного использования снизилась до минимума. Население занялось ведением хозяйства на приусадебных участках, которые обеспечивают значительную массу потребляемых продуктов питания.

Существующая тенденция дифференциации в личном потреблении отрицательно влияет на социальную ситуацию в стране. Происходит моральная деградация, разрушение личности, что открывает путь криминализации, сокращению населения. Многие разочаровавшиеся в возможностях переломить ситуацию пытаются найти более счастливую жизнь на Западе. Для страны же это означает выезд трудоспособного населения и "утечку умов". За годы реформирования отечественной экономики за пределы страны выехало 30 % учёных высшей квалификации и трудоспособного возраста [9].

В обществе всё взаимосвязано, и подобная дифференциация населения приводит к недоступности для большинства его членов престижного образования, а потом и места работы, качественного медицинского обслуживания и пр.

Отличия в отношении личного потребления характерны не только для богатых людей и остальной части населения, но также для городских и сельских жителей. Среднестатистический житель города в сравнении со среднестатистическим жителем села имеет более широкий набор товаров и услуг, которые он потребляет, не покидая свой город, возможность

получения хорошего образования и места работы, доступ к культурным ценностям и информации, намного лучшее медицинское обеспечение и пр. Во многом это связано с беспрецедентным кризисом села в переходный период.

Для преодоления перекосов в потреблении необходимо повышение реальных доходов населения, что снизит социальную напряжённость в обществе. Необходимо уважение потребителя к самому себе, что поможет значительно уменьшить приобретение некачественных товаров, и увеличить долю покупок качественных товаров.

Нормы поведения потребителей со временем приобретают устойчивый характер, что позволяет увидеть институциональные аспекты личного потребления. Нормой для богатого населения является подчёркивание в потреблении своей индивидуальности. Для остальной части населения сформировалась тенденция преобладания в своём потреблении некачественных дешёвых продуктов. Они только могут наблюдать со стороны за дорогими автомобилями, коттеджами и т.д., об обладании которыми им остаётся только мечтать.

В такой ситуации начинают формироваться видоизменённые формы потребления: дешёвые аналоги дорогих товаров, которыми украинское государство активно снабжает Турция и Китай; одежда из секонд-хэнда; распространение "фирм-двойников", которые от известного аналога отличаются лишь несколькими буквами; нелегальные диски и программы и пр. В сфере услуг также появляются специфические формы потребления, например: посещение концертов "певцов-двойников", которые успешно гастролируют по стране, получая прибыль от имиджа настоящего певца, при этом стоимость билетов на концерты таких "пародистов" и настоящих звёзд разительно отличается.

Принятая извне новая модель потребления изменяет тип личности. В современном обществе потребление стало приобретать намного большее значение в жизни человека. Это в равной степени касается и богатого, и бедного населения, однако у них разные возможности для осуществления потребления. Желание удовлетворять всё новые и новые потребности подогревается рекламой, которая мощным потоком хлынула на телевидение, радио, осваивает Интернет. Активно развивается SMS-коммерция, которая осуществляется посредством прямой рассылки рекламных сообщений о SMS-акциях, SMS-конкурсах и SMS-розыгрышах. Компании, активно рекламирующие

свои товары, пожинаяют плоды в виде увеличения прибыли, поскольку потребители отдаёт предпочтение тому товару, о котором много слышат. Помимо этого, реклама формирует привычки личности, диктует моду на потребление, что в особенности касается молодёжи, которая легко поддаётся на рекламные уловки.

Изменился и сам процесс потребления. Если в советское время для того, чтобы купить что-то часто приходилось выстаивать в многочасовых очередях, то теперь процесс потребления превратился в приятное времяпрепровождение в огромных супермаркетах с играющей музыкой, кафе, диванчиками, детскими игровыми площадками и пр. Все большее количество людей готовы платить дороже за гарантированное качество товаров и услуг, за более широкий ассортимент выбора, за удобство самого процесса покупки. В связи с этим происходит формирование торговых сетей, которые способны удовлетворить все эти требования. Консолидация закупок позволяет получать серьёзные внешние скидки, централизация управленческих функций ведёт к серьёзному снижению внутренних издержек. Как результат, быстрыми темпами растут обороты сетей. Форму сетевой организации активно применяют к салонам мобильной связи, аптекам, стоматологическим клиникам, мебельным магазинам и т.д. Рост сетей наблюдается также в общественном питании, как в секторе ресторанов (Два гуся), так и фаст-фуда (McDonalds). Перспективная сетевая организация, особо активно работающая в столице и в крупных городах Украины, осваивает всё новые и новые территории.

В Украине появились первые ростки электронной коммерции, которая активно развивается на Западе. Однако в нашей стране в этом виде торговли участвует лишь незначительная группа населения. Ведь для покупки товаров по Интернету нужен компьютер, доступ в глобальную сеть и навыки работы с ними. Для многих это пока неосуществимо, поскольку в Украине невысокая обеспеченность населения компьютерами, не говоря уже о доступе в глобальную сеть. Кроме того, такой вид покупок требует от людей хорошей осведомлённости в условиях работы Интернет-магазинов. Все эти факторы являются причинами неразвитости электронной торговли и ограниченности такого способа покупки товаров среди узкого круга покупателей.

Концепция личного потребления в Украине должна учитывать необходимость достижения устойчивого развития, которое представляет собой сбалансированное экономиче-

ское, социальное и экологическое развитие на основе рационального использования ресурсов планеты. Концепция устойчивого развития экономики признана мировым сообществом доминантной идеологией развития XXI в., стратегическим направлением обеспечения материального, социального и духовного прогресса человечества. Причинами необходимости достижения устойчивого развития являются демографический взрыв, кризисное состояние биосферы, снижение её возобновляемости вследствие чрезмерных антропогенных нагрузок на природу. Вспомним пророчество, высеченное иероглифами на пирамиде Хеопса: "Люди погибнут от неумения пользоваться силами природы и от незнания истинного мира".

Человек всё больше отходит от понимания истинно человеческого. В нездоровом, бешеном темпе, который ознаменовал вступление в новое тысячелетие, человек преследует грубо материальные цели, невольно отодвигая духовное и моральное на последний план, т.е. ценой материального обогащения выступает духовная деградация человека[2, с. 15-16].

Никакие научно-технические нововведения, экономические преобразования, социальные реформы сами по себе не обеспечивают устойчивости развития цивилизации. Устойчивое развитие возможно только как результат этического обновления человечества, формирования новой системы ценностей, новых моральных императивов[1, с.13].

Только путём духовного возвышения потребностей человека и его нравственного роста человечество сможет обеспечить себе бесконечно долгую жизнь. В этом, собственно и состоит духовный императив устойчивого развития[6, с.92].

Без воспитания нравственных потребителей возникает бездуховность, на почве которой развивается консюмеризм – разновидность потребительства, опирающаяся на принцип расточительства[3,с.6]. Культура современного потребительства в поведении выражена в чрезмерной озабоченности людей потреблением.

Поэтому необходима культурная, нравственная революция, которая принесла бы с собою новые нравственные нормы, основанные на принципах устойчивого развития. Мы говорим о революции как о быстрых и решительных действиях, поскольку, к сожалению, вопрос о сохранении жизни на планете стоит настолько остро, что времени на длительные эволюционные преобразования нет.

При рассмотрении вопроса устойчивого развития необходимо упомянуть такие понятия,

как "экологическая этика" и "экологическая культура. Экологическая этика состоит в утверждении того, что природа – наш общий дом, достояние всего человечества. Поддержание её в благоприятном для жизнедеятельности состоянии – обязанность всех людей вместе и каждого в отдельности[4, с. 216].

Экологическая этика заставляет людей почувствовать ответственность человека перед природой. Планета является имуществом общества. Цели, которые ставит перед собой человек, в потреблении должны быть соизмеримы с возможностями природы.

Человек должен следовать экологическим законам природы, а это значит, он должен исходить не только из своих нужд и соображений, но и достаточно глубоко чувствовать нужды природы, её внутренние измерения с учётом её внешних ограничений[5, с.239].

На сегодняшний день многими учёными экологическая культура определяется как нравственно-духовная сфера жизнедеятельности человека, характеризующая своеобразие его взаимодействия с природой и включающая в себя систему взаимосвязанных элементов: экологическое сознание, экологическое отношение, экологическую деятельность. В условиях всё возрастающего экологического кризиса выживание человечества полностью зависит от него самого. Он может устранить эту угрозу, если сумеет изменить стиль своего мышления, своей деятельности и придать им экологическую направленность. Человек должен изменить и экологическую культуру, в основе которой будут лежать законы сохранения и воспроизводства природных ресурсов[5, с.240-241]. Экологическая культура должна стать ведущей составляющей процесса институционализации личного потребления.

Развитие в Украине должны получить союзы предпринимателей и другие неправительственные организации, подобно тем, которые активно работают на Западе. Наличие такого рода организаций позволит сформировать такое поведение потребителя, при котором он будет учитывать важность природоохранных мероприятий и отдавать предпочтение товарам тех фирм, которые проводят подобные меры. Такое поведение потребителей будет быстро подхвачено производством, которое с большей долей ответственности будет относиться к проблемам защиты окружающей среды, снизит материалоёмкость и энергопотребление, будет искать более экологичные источники энергии, как, например, энергию ветра, солнца и пр. Для Украины это важно ещё с точки зрения акту-

альности реформирования топливно-энергетического комплекса, которая особенно возросла в свете последних событий в газовой сфере. Подобные меры дают возможность экономить и более рационально использовать природные ресурсы и дышать чистым воздухом.

Необходимо сотрудничество с международными неправительственными организациями, которые представляют собой общественные объединения и движения, партии, деятелей науки и культуры, защитников окружающей среды для выработки общего плана действий. "В нынешних условиях наступающего общепланетарного кризиса должна быть выработана некоторая общепланетарная идеология, цементирующая усилия планетарного сообщества, а также усилия, необходимые для его выживания, направленные на преодоление надвигающегося экологического кризиса. Разработка и утверждение такой идеологии должна быть становым хребтом того документа, который будет называться "Хартией Земли", и многочисленных программ дальнейшего развития цивилизации[7, с.97].

Таким образом, можно сделать следующие выводы:

– Происходит ломка старых стереотипов в области личного потребления и начинают формироваться новые, т.е. в трансформационной экономике происходит институционализация личного потребления, представляющая собой процесс формирования совокупности норм, ценностей, правил поведения в сфере личного потребления.

– Личное потребление в трансформационной экономике Украины жёстко дифференцировано. Имеют место два различных способа потребления: для незначительной части населения с высокими доходами, которые уже приобщились к обществу потребления, имеющем место на Западе, и основной массой населения, которым остаётся лишь быть посторонним наблюдателем общества потребления. Данная ситуация требует решения, поскольку накаляет социальную напряжённость в украинском обществе. Для решения данной проблемы необходима активная деятельность государства в социальной политике, повышение доходов граждан, развитие культуры.

– Данные явления приобрели устойчивый характер и в обществе происходит институционализация норм поведения богатого населения, имеющих возможность существовать в обществе потребления и в потреблении под-

чёркивать свой статус, и бедного населения, на долю которого выпали лишь его искажённые формы и нормой которого является потребление ради выживания. Потребление стало приобретать намного большее значение в жизни человека, что касается и богатого, и бедного населения, однако они отличаются по степени возможности осуществления потребления.

– Необходимость достижения устойчивого развития требует изменения концепции личного потребления. Для достижения устойчивого развития необходимо духовно-нравственное совершенствование человека и общества. Необходимо также активное участие институтов гражданского общества в лице союзов предпринимателей, организаций по защите природы, экологических движений.

Необходимость дальнейших исследований данного вопроса связана с тем, что отношения в сфере личного потребления находятся ещё на начальной стадии своего формирования и испытывают преобразования, которые нужно активно изучать и грамотно корректировать.

#### Литература

1. Данилов-Данильян В. И., Лосев К.С. Экологический вызов и устойчивое развитие. – М.: Прогресс-Традиция, 2000. – 248 с.
2. Задорожный Г.В. Гуманизация глобализации как стратегия выживания человечества. – Харьков.: 2003. – 25 с. (Препр. / Харьковский национальный университет им. В.Н. Каразина).
3. Ильян В.И. Общество потребления: теоретическая модель и российская реальность// Мир России. – № 2. –2005. – С.3-40
4. Лосев А.В., Провадкин Г.Г. Социальная экология./ Под ред. В.И. Жукова. –М.: Владос, 1998. –312 с.
5. Малофеев В.И. Социальная экология. – М.: Маркетинг, 2002. –260 с.
6. Мантатова Л.В. Духовный императив устойчивого развития// Вестник Моск. ун-та. – Серия 7. Философия. – №2. – 2003. – С.87-95
7. Моисеев Н.Н. Судьба человечества: путь разума–. М.: МНЭПУ, 1998. – 328 с.
8. Ярёмченко О.Л. Переходные процессы в экономике Украины: институциональный аспект. – Х.: Основа, 1997. – 182 с.
9. [http://www.nbu.gov.ua/articles /vis-nanu/2002-316.htm](http://www.nbu.gov.ua/articles/vis-nanu/2002-316.htm)

Статья поступила в редакцию 18.01.2006