

7. Скоробогатов А. С. Институциональная экономика. – СПб: СПб ФГУ-ВШЭ. 2006.
8. Carvalho F. J. C. Mr. Keynes and Post Keynesians. Principles of Macroeconomics for A Monetary Production Economy. Aldershot: Edward Elgar. 1992.
9. Dequech D. Fundamental Uncertainty and Ambiguity // Eastern Economic Journal. Vol. 26 (1). 2000. P. 41 - 60.
10. Keynes J. M. A Treatise On Money. Vol. I. The Pure Theory of Money. London: Macmillan. 1930.
11. Kregel J. A. Markets and Institutions as Features of a Capitalistic Production Process // Journal of Post Keynesian Economics. 1980. Vol. 3 (1). P. 32-48.
12. Rouseas S. Post Keynesian Monetary Economics. London: Macmillan (3rd Edition). 1998.

Статья поступила в редакцию 25.06.2008

И.В. ПЕНЬКОВА, д.э.н., профессор,
Донецкий национальный технический университет

НЕОПРЕДЕЛЕННОСТЬ: ПРОБЛЕМА НЕРАЦИОНАЛЬНОГО ВЫБОРА

Двойственность природы информации заключается в том, что она выступает как единство определенности и неопределенности. Однако одновременно под информацией понимается сумма сведений, снимающих неопределенность, следовательно, ее можно рассматривать как некую определенность. Присущая информации неопределенность связана с неопределенностью отражения и вытекает из вероятностного характера движения материи. Этот тезис излагает и А.Славнова: «Неопределенность отражения возникает вследствие существования объективной неопределенности отражаемого предмета, что имеет место при воздействии на этот объект других объектов, а также ввиду того, что этот объект изменяется, развивается, то есть все время находится в процессе движения» [1, с.87]. Философский тезис о том, что не существует абсолютных истин, подтверждает исходное положение теории измерений об отсутствии абсолютно точных измерений так же как и теория относительности Эйнштейна, и означает наличие качественной и количественной неопределенности информации. Вместе с тем сама неопределенность в ряде случаев может содержать информацию. Так, законы математической статистики построены на том, что неопределенность при известных условиях представляется надежным источником информации. В свою очередь теория вероятности оперирует тем постулатом, что случайность (неопределенность) ситуации необходима и также выступает источником информации.

Следовательно, на сегодняшний день по-прежнему остается актуальной проблема влияния неопределенности на поведение экономического агента и определения понятия «рациональности» как с точки зрения неоклассической

экономической теории, так и с позиций современной науки с учетом происходящих трансформаций, свойственных рыночным преобразованиям современности. Именно исследование различных аспектов в рамках очерченной проблемы и выявление соответствия неоклассической рациональности особенностям поведения современного экономического агента в условиях неопределенности и является целью предлагаемой статьи.

Такая цель предполагает решение некоторых задач:

выявление основных особенностей функционирования экономических агентов в современных условиях рыночных трансформаций, обуславливающих высокую степень неопределенности и преобразование неоклассической рациональности;

тезисное обоснование понятие «оптимальная рациональность» как современной альтернативы неоклассической рациональности.

Информацию на уровне особенного человек может воспринять непосредственно в явлениях. Поэтому информация такого рода не только выделяется человеком из окружающего мира в процессе наблюдений, измерений и фиксируется, но и создается непосредственно в процессе человеческого труда. Наиболее подробно это положение исследует В.Чекмарев [2]. В данном случае возникает потребность в исследовании, какая информация целесообразна для восприятия, фиксирования и воспроизведения.

Скворцова считает, что целесообразная информация «отражает единую субстанцию экономической реальности во всем своем многообразии ее проявления в виде экономических

процессов и явлений» [3, с.133]. Принимая во внимание универсальность информации как общенаучной категории, отметим, что, с одной стороны, в информации концентрируется, фиксируется, реализуется субстанциональная основа всех разнообразных благ капитального характера. Единое общее основание на субстанциональном уровне представляет собой информационное взаимодействие и делает различные элементы качественно сопоставимыми. С другой стороны, все внешние формы выражения и характеристики могут быть сведены к элементарным информационным составляющим. Анализ воздействия информации на экономическую жизнь осложнен двойственностью проявления самой информации, так как природа информации выступает идеально-материальной с объективно-субъективным характером.

Неопределенность может быть присуща как самому объекту, так и знаниям о нем. Понятие неопределенности связано с выбором одного или нескольких элементов из некоторой их совокупности. Если, например, знания об объекте или предмете недостаточны, то возникает неопределенность, и, получив новые сведения об интересующем предмете, можем составить более четкую и ясную картину о нем. Следовательно, по мнению некоторых авторов [4, с.31], сообщение содержало информацию. Если сообщение не предоставляет новых сведений, не снижает неопределенность, то с позиций представленного подхода, в нем не содержится информации. Данное определение сущности информации и неопределенности дано с позиций кибернетики, и ему сложно претендовать на общенаучную значимость. Однако впоследствии эта одна из первых вероятностных теорий приобрела обширное применение среди других математических трактовок информации.

Вероятностное понимание информации как неопределенности и статистические методы ее измерения получили широкое распространение, но они не применимы в определенных условиях и процессах. Например, в системе управления, где поведение индивида во многих ситуациях не случайно, а предопределено технологией последовательного выполнения операций. В связи с этим разработаны невероятностные, нестатистические подходы к измерению количества информации, один из которых называется динамическим и применяется при наличии однозначной, динамической связи между причиной и следствием как в механике, так и в живой природе и в человеческом обществе. Существуют и другие варианты невероятност-

ной теории информации – топологический, алгоритмический и др. Наиболее широкое распространение получил комбинаторный подход к определению понятия количества информации, которое можно рассматривать как степень снятия неопределенности. Основным принцип этого подхода заключается в том, что в нем, абстрагируясь от типа причинных связей (чем отличается от других), одинаково четко описываются статистические и динамические системы, и основное внимание обращается на количество элементов в конечной совокупности.

Проблема вероятности исследовалась и экономистами, которые анализировали возможность наступления того или иного события и степень его влияния на поведение субъектов экономики. Наиболее полно разнообразные экономические подходы к вероятности изложены П. Шумейкером в работе «Модель ожидаемой полезности: разновидности, подходы, результаты, пределы возможностей» [5, с.38-40].

Поскольку выбор осуществляется из комплекса альтернатив, и в большей степени человек руководствуется рациональностью, то представляется целесообразным рассмотреть влияние неопределенности на поведение экономического человека, обусловленное рациональностью.

Создание модели экономического человека обусловлено исследованиями проблемы выбора и мотивации в хозяйственной деятельности индивидов. Тем не менее слабость этой концепции, по мнению Г. Саймона, заключается в том, что «неоклассическая теория исследует, по сути, не процесс выбора, а его результаты» [6, с.18].

В современной научной литературе для обозначения экономического человека используется сокращение REMM, означающее «изобретательный, оценивающий, максимизирующий человек» [7, с.38] и предполагающее, что человек, извлекая полезность из экономических благ, ведет себя полностью рационально при определенных условиях:

информация, требуемая для принятия решения, полностью доступна индивиду;

экономические поступки всегда эгоистичны;

обмен не ограничен внешними факторами при условии, что он максимизирует полезность;

стремление увеличить свое благосостояние реализуется только в форме экономического обмена.

Следует отметить, что не только рациональность определяет поведение экономиче-

ского агента, так как он не существует обособленно от окружающих субъектов, предметов и явлений. По мнению С. Архиреева, «человек не живет на необитаемом острове, а в обществе, и под воздействием социальных связей возможно возникновение специфической ценности отдельных вариантов выбора» [8, с.158]. А. Шаститко считает, что в определенных случаях при совокупности ограничений и условий можно вести речь и об экспрессивной или ценностной рациональности, объектом которой выступает цель [9, с.59]. Поэтому рассмотрим ограничения, влияющие на процесс принятия решения или осуществления выбора человеком.

В неоклассической теории предполагается, что все потребители четко осознают свои нужды и желания, связанные функционально между собой. Однако такие теоретические предпосылки, предсказывающие выбор экономического агента, имеют свое применение тогда, когда окружающая среда относительно стабильна, а информация, связанная с ней, абсолютно доступна для восприятия и переработки человеческими возможностями. Но, кроме внешних ограничений, существуют еще и внутренние преграды, которые не учитываются неоклассиками, так как у них человек представлен как совершенное существо, полностью осознающее свои стремления и поступки, а основополагающим критерием экономического поведения представляется собственная функция полезности. При этом экономический агент не принимает во внимание предпочтения других субъектов, которые могут позитивно или негативно повлиять на его решения. Таким образом, недостаточное исследование неоклассической наукой возможности влияния решений одних людей на поведение других ослабляет социальность этого экономического направления.

По мнению С. Линденберга [10], существует два вида социологической модели человека. Первый (SRSM) назван социализированным человеком, исполняющим свою роль в обществе, при этом он находится под полным контролем общества и может быть подвержен санкциям. Вторая модель (OSAM) рассматривает человека, имеющего собственное мнение относительно различных проявлений окружающего его мира, восприимчивого и действующего. Причем он не представлен как экономический человек, так как ему не присущи избирательность и ограничения.

Однако отметим, что в своей основе общество сложно исследовать как самостоятельно действующий субъект, так как оно представля-

ет собой результат индивидуальных действий и взаимодействий его членов. В связи с этим современная наука тяготеет к модели экономического человека, обосновывая его поведение многообразными взаимосвязанными явлениями, тогда как социологическая модель, опираясь на неустойчивую взаимосвязь между человеком и обществом, не представляет достаточной базы для анализа.

Хайек полагал, что рациональным поведением можно назвать такой тип поведения, которое «нацелено на получение строго определенных результатов» [11, с.26]. При этом отмечается, что теория рационального выбора объясняет только «нормальное» поведение людей. Однако нераскрытым остается понятие «норма» в экономической действительности.

Согласно О. Уильямсону [12], существует три основных формы рациональности:

максимизация, которая рассматривает выбор лучшего варианта из всех имеющихся альтернатив;

ограниченная – введенная в оборот в экономической теории транзакционных издержек и предполагающая, что субъекты в экономике стремятся действовать рационально, но в действительности обладают этой способностью лишь в ограниченной степени;

органическая – слабая рациональность процесса, которая используется в эволюционном подходе Нельсоном, Уинтером и др. при исследовании эволюционного процесса в рамках одной или нескольких фирм, а представителями австрийской школы Менгером и Хайеком связывается с институтами денег, рынками и аспектами прав собственности. Такие институты сложно запланировать. «Общая схема таких институтов не созревает в чем-либо сознании. В самом деле, существуют такие ситуации, когда незнание «оказывается даже более «эффективным» для достижения определенных целей, нежели знание этих целей и сознательное планирование их достижения» [12, с.42-43].

Иной подход к рациональности изложен А. Шаститко, который полагает, что, если каждый экономический агент действует в условиях определенности, то рациональность можно определить как инструментальную, полную, постоянную и независимую [13, с.63].

В условиях неопределенности для субъектов рынка остаются неясными и транзакционные издержки, которые они несут в результате конкретной сделки, и этот фактор слабо воздействует на принимаемые ими решения. «Владение информацией делает транзакционные издержки более явными, и потребители

уже не могут не учитывать их при выработке стратегии субъективного поведения» [8, с.36]. Поскольку существуют издержки на идентификацию продавцов и цен – информационных издержек, и трансакционные издержки так или иначе связаны с издержками получения информации об обмене, то снижение степени неопределенности ведет к уменьшению трансакционных издержек, и наоборот.

Проявляющаяся в том или ином виде рациональность предполагает ориентацию экономического агента на собственный интерес. В современной науке выделяют несколько вариантов такой ориентации.

1. Оппортунизм, определяемый как «следование своим интересам, в том числе обманным путем, включая сюда такие явные формы обмана, как ложь, воровство, мошенничество, но едва ли ограничиваясь ими. Намного чаще оппортунизм подразумевает более тонкие формы обмана, которые могут принимать активную и пассивную форму, проявляться *ex ante* и *ex post*» [14, с.46]. В данном случае можно рассматривать такие проявления информационной природы, как искажения, сокрытие истины, запутывание партнера, намеренная фальсификация событий и подтасовка фактов.

2. Простое следование своим интересам предполагает, что стороны в процессе обмена заблаговременно осведомлены о позиции друг друга, и их действия в конкретных условиях окружающей среды оговариваются и известны. В такой ситуации возможность возникновения препятствий в виде нестандартного и нерационального поведения или отклонения от правил представляется минимальной.

3. Послушание можно охарактеризовать следующим образом: «Можно представить себе крайний случай монолитного коллективизма, где плановые задания в централизованном порядке выполняются функционерами, которые полностью идентифицируют себя с поставленными перед ними глобальными задачами» [14, с.46]. Однако в данном случае возникают сложности совершенно иного порядка. Как отмечал К. Эрроу, принятие решения от лица общества требует постоянства системы предпочтений, согласованности, свободной от принуждения, определенного господства большинства на основе выбора только из известных обществу альтернатив. По мнению Эрроу, одно из перечисленных условий обязательно будет нарушено, в частности, при решении вопросов голосованием постоянство предпочтений не всегда соблюдается. Следовательно, постоянно придерживаться понятия выбора от лица общества

сложно, тем более, если учесть тот факт, что Эрроу рассматривал только последовательный ряд предпочтений, исключая такие из них, с которыми единодушно соглашались все потребители [15].

Отметим, что в чистом виде ни один из приведенных типов ориентации на собственные интересы не существует в реальной экономике по причине мобильности и нестандартности субъективного отношения и ожиданий экономических агентов. Следует отметить, что в действительности поведенческие предпосылки находятся в прямой зависимости от информированности субъекта, его ожиданий и степени удовлетворенности как промежуточными результатами, так и плодами, которые принесет достижение конечной цели.

В свою очередь «будущие ситуации, к которым мы приспособливаем наше поведение, обычно зависят от поведения огромного количества объектов и обусловлены столь большим числом факторов, что мы и не пытаемся все их принять во внимание, а тем более оценить и суммировать их индивидуальные значения» [16, с.12]. Следовательно, в условиях неопределенности «расчеты и знания заменяются оценками и мнениями» [13, с.65], на основе которых экономические агенты составляют свои планы, принимают решения и действуют.

Более того, на поведение и ожидания экономических агентов непосредственное влияние оказывает система предпочтений, которая формируется внутри человека и представляет систему ценностей, целевых установок, стереотипов поведения, привычек индивидов, психологического типа и религиозных убеждений, что предопределяет самостоятельный выбор индивида.

Эта предпосылка привела институционалистов к целесообразности исследования характера ситуации, в которой осуществляется выбор, и представила основания для включения в методологический аппарат исторического аспекта, на базе которого изучается эволюция человека, воспитанного в определенной культуре, обществе, группе и времени. Важным представляется и тот факт, что, если человек для свободной ориентации в окружающем мире и действительности владеет информацией не в полном объеме, то снижаются его возможности адекватной реакции на процессы индивидуальной и общественной жизни.

Следовательно, понятие рациональности снова остается расплывчато-неопределенным. Представители неинституциональной теории предлагают решать эту дилемму, используя

две поведенческие предпосылки – ограниченная рациональность и оппортунизм.

Так, Г. Саймон [6, с.20] выдвинул предложение заменить принцип максимизации принципом удовлетворенности, обосновывая это тем, что в сложных ситуациях следование правилам удовлетворительного выбора выгоднее, чем стремление к глобальной оптимизации.

Условия удовлетворенности в свою очередь зависят от ожиданий, формирующихся на основании жизненного опыта. Это положение может согласовываться с концепциями австрийской школы, в рамках которой вместо максимизации полезности используется понятие предпосылки о сравнительной важности потребностей и о наилучшем их удовлетворении возможно меньшим количеством благ.

Представляется, что замена рациональности понятием субъективной обоснованности действия осложнит задачу исследования индивидуального поведения и выдвинет на первый план необходимость поиска ответов на вопросы: чем обосновано то или иное решение и какая степень свободы достаточна или нужна для принятия решения.

Если предположить, что действия субъектов и принимаемые ими решения основываются на уровне ожиданий, то целесообразно привлечь этические нормы, игнорирование которых затрудняет объяснение многих экономических явлений. Этика, мораль, традиции являются теми правилами поведения или институтами, которые помогают изучать действительные проявления человеческой природы, используя при этом понятия ограниченной рациональности и оппортунизма.

Оппортунистическое поведение экономических агентов и их ожидания ограничены не только формальными институтами, создаваемыми государством, но и другими неформальными институтами, представленными нормами этики и морали, которые, минимизируя оппортунизм и снижая трансакционные издержки, повышают эффективность системы, способствуют стабилизации системы, эволюционируют и закрепляются в обществе. Однако система традиций, моральных и этических норм экономического поведения изменяется с прогрессом человеческой цивилизации, и каждому этапу ее развития соответствуют определенные нормы и правила поведения.

По мнению Хайека, «существуют благоприобретенные правила (бережливость, уважение к собственности, честность и т.д.), создавшие и поддерживающие расширенный порядок.

Расширенный порядок зависит от этой морали, он и возник благодаря тому факту, что группы, следовавшие ее основным правилам, опережали другие по увеличению численности и богатства» [11, с.123]. Именно эти благоприобретенные институты способствовали формированию и развитию системы права, которая в свою очередь снижает оппортунизм и способствует обмену.

Однако неосведомленность о принятых в том или ином обществе, группе или государственной системе этических нормах, правилах поведения может привести к повышению трансакционных издержек и к трансформации рациональности экономических агентов, стремящихся к удовлетворению собственных потребностей и реализации поставленных целей. Примером, демонстрирующим реальное проявление такого рода ситуации, может послужить корпоративная культура, присущая каждой фирме. И одним из важных требований при приеме на работу является согласие наемного работника следовать установленным внутри организации неформальным правилам и нормам.

Это в свою очередь облегчает коммуникации и снижает величину трансакционных издержек, которая зависит не только от правовых норм, регламентирующих правила заключения сделок или гарантирующих обеспечение прав собственности, но в равной степени и от традиций поведения участников обмена. Индивиды, принимая решения, учитывают те ограничения, которые обуславливаются устоявшимися и традиционными неформальными институтами, сформированными в результате эволюции. С другой стороны, игнорирование доминирующих в обществе этических норм может осложнить реализацию ожиданий экономического агента.

Следует учитывать, что, действуя согласно закрепившимся правилам, субъект экономической деятельности получает, осмысливает и использует больше информации о приемлемости своих поступков, чем, руководствуясь только рациональностью, что можно подтвердить мнением Хайека: «Рационализм может быть ошибочным, и традиционная мораль может в некоторых отношениях обеспечить более верное руководство для человеческих действий, чем рациональное знание» [17, с.185].

Исходящая из максимизации целевой функции экономических агентов, рациональность поведения субъектов может быть реализована в рамках системы предпочтений при ограниченном бюджете и наличии вариантов выбора.

бора.

Кроме того, следует учитывать два немаловажных фактора: владеет ли потребитель в момент сделки полной информацией о свойствах предлагаемого продукта и не влечет ли сделка отрицательных последствий для третьих лиц. В условиях информационной экономики, предполагающей индивидуализацию предложения, меняется как сама целевая функция потребителя и фирмы, так и ее вид. «В центре новой экономики находится потребитель, отнюдь не распределенный по рыночным сегментам и подробно описанный маркетологами. Это единственный клиент, и именно удовлетворение его индивидуальных потребностей является целью производства определенных благ» [18, с.107].

Кроме того, при относительной стабильности и однозначности физиологических потребностей индивида социализация личности связана с расширением многообразия духовных потребностей, которые в свою очередь создают основу для формирования потребительских привычек и стиля жизни, что предопределяет социальные отношения между людьми и группами, их рамки и характер взаимоотношений. Это приводит к тому, что нередко решающую роль при выборе товара играет не качество или потребительские свойства продукции, а фирма-производитель или товарный знак. Причем производители с более известными именами определяют цену продажи своего товара с учетом стоимости имени или брэнда (trade-mark). Немаловажное значение в этом процессе принадлежит рекламе, создающей образ товара. Производится не вещь или услуга, а ее образ (привлекательность, стильность, уникальность). Симуляция вещи в рекламном сообщении начинает превалировать собственно над самой вещью [19].

Однако, по мнению С. Архиреева, несмотря на то, что «денежный эквивалент, превышающий издержки функционирования брэнда, делает создание последнего выгодным для производителя», это может привести к нелегальному использованию товарного знака другими производителями с целью получения несправедливых преимуществ, что «может повлечь переоценку потребителями полезности товаров с данным типом маркировки и вызвать потери у обладателя брэнда» [8, с.174].

Согласно рациональности потребитель расходует свой бюджет в рамках имеющегося выбора с целью достижения наивысшей полезности. Однако в информационном обществе, помимо традиционных потребностей, на поведение покупателя оказывают влияние уровень

социального статуса и растущее стремление к самореализации.

Система предпочтений индивида существенно меняется, и с ростом дохода люди на первое место ставят потребности нематериального характера: лучшее здоровье и образование, доступ к культурным и историческим ценностям, охрану окружающей среды, безопасность и психологический комфорт.

Н. Скрыльникова полагает, что в информационной экономике «вид целевой функции индивида предполагает оптимизацию в рамках стандартной модели потребления и дополняется максимизацией удовлетворения в связи с потреблением нематериальных благ» [18, с.108].

В соответствии с современной теорией фирмы, цели экономических агентов заключаются в принципах: оптимальной нормы прибыли; максимизации продаж; увеличения доли фирмы на рынке; выживания в долгосрочном периоде; обеспечения личной амбициозности менеджеров; социальной ответственности, безопасности и определенной степени автономии.

По нашему мнению, условия потребления, складывающегося в информационной экономике, приводят к:

формированию групп лояльных потребителей, которые пролонгировано привержены одной марке;

максимизации прибыли на основе спроса созданных лояльных групп потребителей;

максимально возможному расширению круга потребителей на основе использования информационных технологий, предоставляющих возможность круглосуточного обслуживания заказчиков;

превалированию гибких форм организации производства, которые вытесняют строгие горизонтальные и вертикальные структуры;

приоритету доставки товара точно в срок, что создает предпосылки для формирования новых форм хранения товаров в основном на транспортных средствах и во время перевозки.

Следовательно, в условиях перехода человечества к информационной стадии развития рациональность в неоклассическом понимании трансформируется, приобретая иное содержание. В частности, как полагает Г. Гукасян, «развитие сети Интернет привело к поиску новых условий рациональности» [20, с.124].

Новые критерии рациональности обусловлены появлением «человека кликающего», пальцы которого, по мнению В. Тарасенко, «кlickют» на то, что ему хочется, что удобно, практично, рационально и утилитарно. Кнопка

приобретает рыночную стоимость, а умение обращаться с компьютерными сетями предоставляет практически неограниченный доступ к чужой информации, трансформируя понятие собственности [21, с.37].

Однако отметим, что экономический агент не всегда четко осознает свои стремления, желания и потребности (особенно потребности уровня самореализации по Маслоу). Следовательно, информация о внутреннем состоянии индивида или экономического субъекта может оставаться неполной. В связи с этим предлагаем ввести в оборот термин «внутренняя информация экономического агента», предполагающий осознание субъектом экономической деятельности своих потребностей, ожиданий и целей.

С нашей точки зрения, принимая во внимание фактор неполноты информации как о внутреннем состоянии, так и о внешних условиях функционирования как индивида, так и фирмы (организации), можно рассматривать поведение агента как рациональное только относительно данной системы координат, определяемой внутренней и внешней информацией.

Такая предпосылка может вести к мнению о том, что понятие неоклассической рациональности может быть заменено «оптимальной рациональностью».

Под оптимальной рациональностью предлагается понимать стремление экономического агента к удовлетворению своих потребностей и ожиданий на основании имеющейся у него внутренней информации и сведений о внешней среде.

Соглашаясь с А. Шаститко, отметим, что «для объяснения поведения человека в условиях неопределенности, а также взаимодействия между людьми необходима модификация разработанного в неоклассической теории инструментария», дополнив его анализом неопределенности, которая «рассматривается как существенный элемент в объяснении форм хозяйственной организации» [13, с.71] и представляется одной из ключевых характеристик транзакций.

На основании изложенного можно сформулировать следующие выводы:

1. В условиях трансформации системы мирохозяйственных связей и отношений в направлении информационной экономики предложенная неоклассиками рациональность, предполагающая наличие полной информации об окружающей среде, преобразовываясь, изменяет свое содержание, предполагая растущую степень неопределенности экономических

агентов, что связано с рядом факторов, среди которых снижение доверия, увеличение оппортунизма и рост объемов информационных потоков разнообразного содержания, что осложняет ориентацию человека в информационном пространстве.

2. Трансформация условий функционирования экономических агентов преобразует понятие неоклассической рациональности и создает предпосылки для глубокого исследования особенностей рационального поведения. Основываясь на анализе неопределенности, которая рассматривается как результат неполной информации о внутреннем состоянии экономического субъекта и окружающей его среде, обосновано понятие «оптимальная рациональность».

Литература

1. Славнова А.О. Информационная экономика: Становление и сущность: Дис. ... канд. экон. наук: 08.00.01 / Санкт-Петербург. ун-т экономики и финансов. – СПб., 1995. – 170 с.
2. Чекмарев В.В. К теории экономического пространства // Проблемы новой политической экономии. – 1999. – №3. – С.3-18.
3. Скворцова В.А. Интеллектуальный капитал в условиях постиндустриальной экономики: Дис. ... д-ра. экон. наук: 08.00.01 / Пензен. гос. пед. ун-т им. В.Г.Белинского. – Пенза, 2004. – 430 с.
4. Урсул А.Д. На пути к информационному обществу. // Философские науки. – 1996. – №5. – С.31-47.
5. Шумейкер П. Модель ожидаемой полезности: разновидности, подходы, результаты, пределы возможностей // THESIS. – 1994. – Вып.5. – С.29-80.
6. Саймон Г. Рациональность как процесс и продукт мышления // THESIS. – 1993. – Вып.3. – С.18-27.
7. Брунер К. Представление о человеке и концепция социума: два подхода к пониманию общества // THESIS. – 1993. – Т.1. – Вып.3. – С.36-47.
8. Архиреев С.И. Транзакционные издержки и неравенство в условиях рыночной трансформации. – Х.: Бизнес-Информ, 2000. – 288 с.
9. Шаститко А.Е. Модели рационального экономического поведения человека // Вопросы экономики. – 1998. – №5. – С.53-68.
10. Lindenberg S. Complex Constant Model (CCM): A Bridge Between Rational Choice and Structuralism // Journal of Institutional and Theo-

retical Economics. – 1995. – Vol. 150.

11. Хайек Ф. Пагубная самонадеянность. Ошибки социализма. – М.: Б.и., 1992. – 243 с.

12. Урсул А.Д. Проблемы информации в современной науке (Философские очерки). – М.: Наука, 1975. – 287 с.

13. Шаститко А.Е. Неинституциональная экономическая теория. – 2-изд., перераб. и доп. – М.: ТЕИС, 1999. – 465 с.

14. Уильямсон О. Поведенческие предпосылки современного экономического анализа // THESIS. – 1993. – Т.1. – Вып. 3. – С.41-49.

15. Bergson A. Reformulation of Certain Aspects of Welfare Economics // Quarterly Journal of Economics. – 1938. – P.310.

16. Найт Ф. Понятие риска и неопределенности // THESIS. – 1994. – Вып. 5. – С.12-28.

17. Хайек Ф.А. Происхождение и действие нашей морали: проблема науки // ЭКО. – 1991. – №12. – С.184-197.

18. Скрыльникова Н.А. Информационная экономика: концепция и социально-экономические трансформации: Дис. ... д-ра экон. наук: 08.00.01 / Томский гос. ун-т. – Томск, 2003. – 399 с.

19. Иванов Д.В. Постиндустриализм и виртуализация экономики. – Режим доступа: <http://www.medport.ru/USSR/characters/virtual.htm>.

20. Гукасян Г.М. Экономическая теория: проблемы «новой экономики». – 2-е изд. – СПб.: Питер, 2002. – 192 с.

21. Тарасенко В.В. Антропология Интернета: самоорганизация «человека кликающего» // Общественные науки и современность. – 2000. – №5. – С.36-42.

Статья поступила в редакцию 17.04.2008

С.В. ЧИСТЯКОВА,

Інститут економіки та прогнозування НАН України

ПРОБЛЕМА АСИМЕТРІЇ ІНФОРМАЦІЇ В КОНТЕКСТІ ІНСТИТУЦІЙНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ

Ефективність ринкових трансформаційних процесів залежить від дії множини інституційних чинників, серед яких найбільш впливовим (особливо на етапі формування інформаційного суспільства) стає можливість доступу до інформаційних джерел та можливість подальшого використання інформації. Зростання важливості використання інформаційного ресурсу зумовлює важливість рівноцінного доступу до джерел інформації всіх економічних суб'єктів. При відсутності однакових можливостей для різних учасників ринку виникає ефект асиметрії інформації, який виступає основою формування нерівноцінних конкурентних умов для різних суб'єктів інституційної взаємодії. Як результат, суб'єкт, який володіє більшим обсягом інформації, може зловживати нею з метою отримання власної вигоди всупереч інтересам інших учасників.

Як показав досвід становлення ринкового середовища у вітчизняній господарській практиці останніх десятиліть, асиметрія інформації стала домінуючим чинником формування інституційної структури, що зумовило негативні наслідки та деструктивні прояви загальних економічних процесів. Асиметричний розподіл інформаційного ресурсу спричинив поглиблення кризових явищ в економіці країни як на мак-

ро-, так і на мікрорівнях і визначив загальну нестабільність створеного на таких засадах ринкового середовища. Отже, узгодження взаємодії та інтересів всіх учасників економічних відносин шляхом формування відповідних інституціональних та організаційних передумов і засад рівномірного та всебічного отримання інформації є одним із основних завдань стабілізації інституційного середовища та оптимізації його подальшого розвитку.

Проблема асиметрії інформації є об'єктом постійного наукового інтересу таких західних вчених як Дж. Акерлоф, У. Вікрі, М. Дженсен, В. Меклінг, Л. Мізес, Дж. Міррліс, Д. Норт, М. Спенс, Дж. Стігліц, О. Тоффлер [14,3,16,6,7,8,19,10,12]. На пострадянському просторі проблема досліджується в працях А. Аузана, В. Вольчика, Г. Константінова, Ю. Павленка, А. Ткача, А. Шастітка, та ін. [1,2,4,5,9,11,13]. Проте до цього часу в українській науковій літературі не вироблено єдиного теоретико-методологічного підходу щодо змісту концепції інформаційної асиметрії та її впливу на економічну діяльність господарюючих суб'єктів України, що актуалізує важливість дослідження проблеми як в теоретичній,

© С.В. Чистякова, 2008