

Інституціональний підхід до формування інформаційної моделі регіонального ринку

Стаття присвячена аналізу інформаційної взаємодії між учасниками регіонального ринку. Досліджено специфіку інформаційного обміну між економічними агентами, проведено аналіз інституціональної складової цього обміну. На основі інституціонального підходу розроблено інформаційну модель регіонального ринку.

The article is devoted to the analysis of informative co-operation between the participants of regional market. It reviews the specific features of informative exchange between economical agents. The article focuses the readers' attention on institutional constituent of this exchange. The article presents the informative model of regional market elaborated on the basis of institutional approach.

Ключові слова: *регіональний ринок, інформаційний обмін, інформаційна модель, інститут, інституціональна теорія.*

Вступ. По мірі розвитку ринкових відносин формується нова регіональна сфера інтересів і відповідальності, яка реалізується на конкретній території в характерних для неї специфічних умовах. Регіони виступають основою забезпечення відтворювального процесу відповідно до властивого їм потенціалу економічного зростання. У сфері задач, які вирішуються в умовах підвищення ефективності регіонального відтворювального процесу, входить розвиток регіональних ринків. Особливо актуальні ці питання в процесі формування інформаційної економіки, необхідною передумовою якої є інформатизація регіональних ринкових структур.

Проблемам розвитку регіональних ринків присвячено багато наукових праць серед яких можна виділити роботи таких авторів, як І.В.Арженовський, О.Г. Гранберг, Б.М. Данілішин, В.П. Дубіщев, Г.І. Оніщук, О.В. Фінагіна. В роботах цих авторів обґрунтовано методологічні основи розвитку регіональної

Зінченко О.А., старший викладач кафедри менеджменту Донецького інституту залізничного транспорту Української державної академії залізничного транспорту
Зінченко Д.А., студент магістратури спеціальності «Економічна кібернетика» Донецького національного університету

економіки [3, 10], визначено роль та місце регіону в системі відносин господарчого комплексу держави [4, 12], досліджено проблеми регіонального управління [10], проаналізовано особливості функціонування регіональних ринків [1, 12].

В даному напрямі є також роботи, присвячені особливостям інформатизації ринкових відносин як на регіональному, так і на загальнодержавному рівнях. Тут можна виділити таких авторів, як А.Н.Коломієць [5], І.А.Лазарєв [6], Л.Г.Мельник [7], С.І.Парінов [11], Т.Шауер [13] та ін. Однак в сучасних наукових дискусіях навколо проблем розвитку ринкових відносин на регіональному рівні майже не обговорюється питання здійснення ефективного інформаційного обміну між учасниками ринку на основі єдиної інформаційної моделі, малодослідженою є її інституціональна складова.

Формування перспективних напрямів регіональної політики не можливе без чіткого уявлення про систему інститутів, які, з одного боку, створюють передумови для ефективного інформаційного обміну між учасниками ринку, а з іншого – регулюють цей обмін.

Постановка завдання. За таких умов актуальним є дослідження специфіки інформаційного обміну між економічними агентами за допомогою формування єдиної інформаційної моделі регіонального ринку. При цьому виняткового значення набуває використання інституціонального підходу до побудови такої моделі, що дозволить врахувати вплив інститутів ринкового середовища та скорегувати інформаційну взаємодію між учасниками регіонального ринку.

Результати. Важливою складовою частиною економічного комплексу регіону є система ринків. Механізм формування і функціонування регіональних ринків є взаємодією об'єктивно діючих чинників, явищ і процесів у сфері виробництва, розподілу, обміну і споживання товарів і послуг, що склалися на даній території. Регіональні ринки за своєю природою є первинними, оскільки саме тут створюється продукт, вивчається, формується обсяг його пропозиції і попиту на нього, ціна, умови і принципи реалізації [12, с. 73]. Тому від ступеню розвитку даних ринків залежить характер і особливості регіональної і державної ринкової економіки.

Регіональні ринки є ні чим іншим як формою взаємодії між економічними агентами певного регіону. В межах розвитку економічних відносин та розширення сфер цієї взаємодії зростає роль комунікаційних зв'язків, які в умовах інформатизації економічних відносин отримали першорядне значення для досягнення сталого та ефективного розвитку господарчих суб'єктів.

За сучасних умов господарювання володіння релевантною інформацією трансформується в економічні переваги, що забезпечують перерозподіл природних ресурсів, праці та капіталу з відкриттям нових можливостей для всіх видів виробничої, економічної та фінансової діяльності. Таким чином, рекомендуємо структурувати регіональний ринок як сукупність двох залежних просторів:

матеріальний простір, що включає реальні процеси створення, розподілу та споживання ресурсів;

інформаційний простір, який формується завдяки інформаційному обміну між учасниками ринку і являє собою інформаційне відображення матеріального простору.

Інформаційний простір регіонального ринку включає в себе процеси формування інформаційної моделі ринкового середовища і синтезу на його основі нового образу матеріального простору. Це відбувається таким чином: економічні агенти – суб'єкти господарської діяльності – створюють в інформаційному просторі образ нових ринкових відносин, потім, в результаті певних корекцій, вони змінюють ці відносини у відповідності до інформаційної моделі. Таким чином, інформаційна модель ринку частково трансформується в структуру матеріального простору, змінюючи його поточний стан – відбувається еволюція ринкових відносин.

Однак ці процеси не є хаотичними, не виникають самі по собі і не протікають довільно. Вони регулюються певними обмеженнями, що водночас контролюють і спрямовують поступовий розвиток ринкових відносин. Так ми підходимо до інституціональної складової функціонування регіонального ринку.

З точки зору інституціональної теорії правила поведінки на ринку, або цитуючи класика цієї теорії – Д. Норта: «створені суспільством обмежувальні рамки, які організують взаємодію між економічними агентами» [8, с.17] є інститутами ринку. Інститути задають структуру спонукальних мотивів і

включають в себе всілякі обмеження, створені для того, щоб придати певну форму суспільним відносинам.

Розрізняють формальні та неформальні інститути. До формальних відносяться закони, норми, нормативи, тобто певні формальні правила; до неформальних – звичаї, неписані норми і загальноприйняті умовності [9, с.5]. Формальні інститути регламентують рикові відносини, формують правове поле їх здійснення, встановлюють систему обмежень ринкових відносин та форм контролю за їх дотриманням. Неформальні інститути, в свою чергу, є стимулами розвитку ринкових відносин, пріоритетами їх здійснення, носіями історичного досвіду ринкових перетворень. Неформальні інститути менш схильні до вольових дій, їх зміни носять інерційний характер. Однак дія як формальних, так і неформальних інститутів є значимою в розвитку ринкових відносин, оскільки завдяки регулятивній та обмежуючій функціям інститути спрямовують траєкторію інформаційного обміну між учасниками ринку.

Використовуючи інституціональний підхід змодельюємо інформаційний простір регіонального ринку. При цьому варто скористатися моделлю, запропонованою російським вченим Паріновим С.І. в роботі «К построению теоретической модели сетевой экономики». Так автор запропонував для характеристики відносин між різними економічними агентами використовувати ментальні моделі – моделі, що є результатом психологічного відображення людиною оточуючого її середовища [11, с.296]. В своїх розробках вчений спирається на праці Д. Норта, який стверджував, що «люди сприймають зовнішній світ шляхом переробки інформації за допомогою існуючих ментальних конструкцій, які забезпечують розуміння оточення та розв'язання виникаючих проблем» [8, с.37]. Таким чином ментальна модель є копією структури реального простору, в якому функціонують економічні агенти. Парінов С.І. пропонує позначати ментальну модель $O(A(i),P)$, де $A(i)$ – це певний економічний агент, що виступає учасником ринкових відносин, P – це економічний простір, в якому агенти реалізують свою взаємодію, і який містить всю множину агентів A , а також множину інших об'єктів Z економічної системи, які відрізняються від множини A , тобто $P\{A,Z\}$. При цьому відмінності між ментальною моделлю від її реального прообразу може дорівнюватиме нулю (в цьому випадку ментальна модель тотожно відображає всі компоненти економічної системи, а також їх зміни у часі), а може мати суттєві відмінності.

Для описання загального випадку автор вводить функцію викривлення $C(A(i))$, яка може бути індивідуальною для кожного агента. Тоді справедливою є тотожність [11, с.296]:

$$O(A(i),P) = C(A(i)) * P\{A,Z\}.$$

Ментальна модель кожного з агентів фактично є певною композицією ментальних моделей всіх агентів. Інформаційна активність партнерів створює їх віртуальну присутність в окремій ментальній моделі кожного агента з множини A [11, с.299].

Критично аналізуючи модель, запропоновану Паріновим С.І., дістаємося висновку, що автор концентрує увагу саме на психологічних, ментальних чинниках, що спонукають агентів до економічної діяльності, регулюють та регламентують їх взаємодію на ринку. Ці чинники є неформальними інститутами, що безперечно мають істотний вплив на поведінку економічних агентів. Однак в такому випадку не зрозуміла роль інших інститутів регулювання ринкових відносин, таких, як нормативно-законодавчі акти, стандарти, норми, інформаційні технології, державні та суспільні організації, координуючі ринкові перетворення (тобто формальні інститути), а також норми ринкової культури, досвід економічних агентів, вплив певних суспільних груп (неформальні інститути). Тому автори даної статті пропонують трансформувати дану модель з урахуванням інституціонального підходу до її побудови на регіональному рівні.

Так окрім ментальних характеристик учасників регіонального ринку будимо враховувати інституціональне середовище (I), під яким слід розуміти сукупність інститутів, що мають зовнішній прояв (нормативно-правові інститути; суспільні організації та органи державної влади, регулюючі ринкові відносини; норми інформаційної культури; ринковий потенціал регіону; соціальні та економічні інститути, представлені механізмами суспільного відтворення; стандарти життя та фактори добробуту населення регіону тощо). При цьому ми розглядаємо інститут як обмеження, які встановлюють певні рамки для ефективного функціонування інформаційної інфраструктури ринку. Однак під інститутом можна також розглядати і складне утворення, що акумулює інформаційні ресурси ринку та визначає траєкторію інформаційного обміну [2]. Таким утворенням і є економічний агент. Для вираження його ролі в ринковому обміні скористаємося функцією $A(i)$, запропонованою Паріновим С.І.

Однак, в нашій моделі ця функція відобразатиме не тільки ментальні характеристики агента, а й кількісні та якісні показники його діяльності: профіль, сферу функціонування, досвід, стратегічні пріоритети, результативність господарювання тощо. Відмінності інформаційної моделі економічного агента від його прообразу виражатиме функція $C(A(i))$.

Вплив, що здійснюватимуть інститути на діяльність економічних агентів на регіональному ринку спричинятиме певні перетворення інформаційного середовища. Виразимо ці перетворення функцією $C(I(j))$.

Крім множини економічних агентів, що є учасниками регіонального ринку (A), а також інституціонального середовища (I), в регіональному економічному просторі фігуруватимуть також і інші суб'єкти, які прийматимуть участь в ринкових процесах опосередковано (наприклад, суспільні об'єднання, політичні партії, благодійні організації тощо). Позначимо їх множиною Z . Тоді інформаційний простір регіонального ринку виразимо наступним чином: $P\{A, I, Z\}$.

З урахуванням вищенаведеного *інформаційна модель регіонального ринку* матиме вигляд:

$$O(PI) = P\{A, Z, I\} \times C(A(i)) \times C(I(j)), \text{ де}$$

i – кількість економічних агентів – учасників ринку, $i = \overline{1, n}$

j – кількість інститутів, що здійснюють вплив на функціонування регіонального ринку, $j = \overline{1, m}$.

Структура інформаційних зв'язків, що встановлюються економічними агентами в процесі формування інформаційної моделі регіонального ринку повинна стати прообразом інформаційної інфраструктури та основою механізму, який буде забезпечувати підтримку і супровід нової системи зв'язків в процесі їх практичної реалізації.

Висновки. Інституціональна теорія є надійним підґрунтям для формування інформаційної моделі регіонального ринку. Вона дозволяє проаналізувати вплив як формальних, так і неформальних інститутів на інформаційний обмін між учасниками ринку. Відповідно до цього, функціонування інститутів регіонального ринку слід розглядати як певний механізм. На вході до нього – учасники ринкових відносин у вільному, неорганізованому стані. На виході – ці ж агенти, але зв'язані за допомогою системи певних норм та правил, інформаційні потоки між ними чітко

впорядковані та спрямовані. Таким чином, інститути і підтримуюча їх діяльність виконують роботу з переведення економічних агентів у впорядкований стан, а також формують необхідні компоненти для здійснення спільної діяльності в рамках певної організації.

Запропонована інформаційна модель регіонального ринку, побудована з урахуванням інституціонального чинника, є теоретичною і такою, що імітує реальні процеси функціонування ринкової системи. Також вона може слугувати основою для конструювання штучних інформаційних систем моніторингу регіональних ринків, в чому і полягає її практична значимість.

Література

1. Арженовский И.В. Региональный рынок: воспроизводственный аспект / И.В. Арженовский – Нижний Новгород, 1997. – 321 с.
2. Веблен Т. Теория праздного класса / Т. Веблен. Перевод с англ., вступит. статья С.Т. Сорокиной. Общая ред. ВВ. Мотылева. – М: Прогресс, 1984
3. Гранберг А.Г. Учебник «Основы региональной экономики»: о структуре, методологии и содержании / А.Г. Гранберг // Российский экономический журнал. – 2000. - № 10. – С.61-74
4. Дубищев В.П. Регион в системе отношений хозяйственного комплекса страны: [монография] / В.П. Дубищев – Полтава: Полтава, 1996. – 184 с.
5. Коломиец А.Н. Предвосхищающие реформы как трансформационная технология информационного общества / А.Н. Коломиец // Социально-экономические проблемы информационного общества: [коллективная монография под ред. Л.Г. Мельника] – Сумы: ИТД «Университетская книга», 2005. – С.381-397
6. Лазарев И.А. Новая информационная экономика и сетевые механизмы развития: [учебник]/ И.А. Лазарев, Г.С. Хижа, К.И. Лазарев – М.: Дашков и Ко, 2005. – 240 с.
7. Мельник Л.Г. Предпосылки формирования информационного общества / Л.Г. Мельник // Социально-экономические проблемы информационного общества: [коллективная монография под ред. Л.Г. Мельника] – Сумы: ИТД «Университетская книга», 2005. – С.60-88

8. Норт Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики / Д. Норт Перевод с англ. под ред. А.Н. Нестеренко – М.: Фонд экономической книги «Начало», 1997. – 185 с.
9. Олейник А. Институциональные ловушки постприватизационного периода в России / А. Олейник // Институциональная экономика: Учебник под общ. ред. А. Олейника. – М.: ИНФРА-М, 2007. – 704 с.
10. Онищук Г.І. Проблеми розвитку міського комплексу України: теорія і практика: [монографія] / Г.І. Онищук – К.: Науковий світ, 2002 – 439 с.
11. Паринов С.И. К построению теоретической модели сетевой экономики / Паринов С.И. // Социально-экономические проблемы информационного общества: [коллективная монография под ред. Л.Г. Мельника] – Сумы: ИТД «Университетская книга», 2005. – С.277-313
12. Фінагіна О.В. Ринкова трансформація в регіоні: особливості розвитку та діагностування: [монографія] / О.В. Фінагіна – Донецьк: ЮгоВосток ЛТД, 2005. – 228 с.
13. Шауер Т. Информационные технологии и проблемы устойчивого развития / Т.Шауер // Социально-экономические проблемы информационного общества: [коллективная монография под ред. Л.Г. Мельника] – Сумы: ИТД «Университетская книга», 2005. – С.358-381