

ЕКОНОМІЧНА ПОЛІТИКА ДЕРЖАВИ: «СУСПІЛЬНИЙ ВИБІР» В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Розглядаються проблеми відображення суспільного вибору в економічній політиці держави. Проаналізовано способи виявлення суспільних переваг, можливості виявлення та реалізації суспільного вибору через інститути представницької влади.

Рассматриваются проблемы отражения общественного выбора в экономической политике государства. Проанализированы способы выявления общественных преимуществ, возможности выявления и реализации общественного выбора через институты представительской власти.

The article looks into the issues of public choice affect on the state economic policy. It analyses the ways of social advantages identification, the possibilities of identification and implementation of the public choice through executive authorities' institutions.

економічна політика держави, суспільний вибір, національна економіка, глобалізація, представницька влада

У сучасній економіці відбувається «змішування» дії двох координаційних сил – ринкового саморегулювання та державного регулювання (або регулювання, яке здійснюється спеціально створеними органами в рамках групи країн). При цьому реальне життя, здається, «тисне» на позиції прихильників лібералізму: «невидима рука ринку» демонструє свою нездатність захистити економіку, населення від криз і потрясінь. Залишається сподіватися на те, що, можливо, держава, її управлінські інституції компенсують регулятивні недоліки ринку, створюють більш надійні захисні механізми.

Розвиток глобалізаційних процесів не тільки не зменшує роль держави в економічному житті, а, здається, навпаки ставить питання про її збільшення, тому що посилюється необхідність використання нових ефективних регулятивних підходів до тих проблем, з якими стикається національна економіка в поширенні глобалізаційних процесів.

Діяльність держави як суб'єкта економічного регулювання виявляється в її економічній політиці. Остання може розглядатися як певні заходи, що вживаються державними інститутами для вирішення суспільних економічних проблем. Вважається, що в демократичній державі ці заходи мають відображати суспільні переваги, базуватися на суспільному виборі.

У рамках сучасної економічної науки як самостійний напрям сформувалася *теорія суспільного вибору*. Її представники об'єктом свого дослідження визначають процес прийняття економічних рішень державними інститутами. Серед прибічників цієї теорії можна, зокрема, назвати Дж. Б'юкенена, Д. Блека, К. Ерроу, Д. Норту та інших дослідників. У цій теорії вбачають й значне «політичне наповнення», її навіть називають «ною політичною економією», в якій «політична» розуміється як діяльність політиків, певних політичних сил у контексті їхнього впливу на економічну політику держави, на вирішення загальноекономічних проблем країни.

Зазначений науковий напрям активно розвивається. Це обумовлюється, зокрема, й тим, що значна частина грошових та інших ресурсів суспільства перебуває зараз під контролем державної бюрократії. Створюються умови для появи у державних чиновників великої спокуси щодо використання своїх владно-управлінських можливостей для покращання реалізації власних економічних інтересів. Як один із наслідків, – поширеність корупції. Крім того, виникає питання стратегічного характеру: чи є тенденція збільшення масштабів ресурсів, що знаходяться під контролем бюрократії, сприятливою для забезпечення ефективного функціонування національної економіки? Чи покращує це управління національною економікою? Важливо пам'ятати не лише про «провали ринку», але й про «провали політики» [1].

Аналіз досвіду багатьох країн, у тому числі України, свідчить про те, наскільки складною постає проблема реалізації ідеї суспільного вибору на практиці, її втілення в реальну економічну політику держави. Реальне суспільне життя, реальні механізми визначення та реалізації економічної політики держави фактично постійно формують виклик суспільній демократичній ідеології і, відповідно, науці, – не тільки економічній. Виникає ряд принципово важливих питань, зокрема: *по-перше*, наскільки реальною є ідея суспільного вибору, як основи економічної політики держави взагалі? Чи не є очікування «демократично-правильної» державної економічної політики суспільною ілюзією?; *по-друге*, як впливають процеси глобалізації на можливості, механізми, міру відображення в економічній політиці держави, зокрема зовнішньоекономічній, суспільного вибору? Чи не є, взагалі, приреченою ідея суспільного вибору в умовах глобалізації?

В ідеалі суспільний вибір має бути основою економічної політики держави. Він є, за своєю суттю, відображенням переваг громадян країни. Оскільки всі люди не можуть мати однакові погляди на те, як треба будувати економічне життя суспільства, які повинні прийматися державні рішення, економічна політика повинна орієнтуватися на відображення інтересів *більшості громадян*. При цьому мистецтво політики полягає й у тому, щоб рішення, які приймаються, були якоюсь мірою й компромісними з інтересами меншості. У державній економічній політиці потрібно підтримувати баланс інтересів різних суспільних груп, різного бачення шляхів та способів вирішення економічних проблем.

Процес формування та виявлення суспільного вибору, думки більшості є доволі складним. Виникає два ключових питання:

- по-перше, яким чином створити необхідні умови для виявлення суспільних переваг;
- по-друге, як організувати практичну реалізацію суспільних переваг в економічній політиці.

У демократичній системі існує два способи виявлення суспільних переваг:

- *пряме виявлення*: кожний громадян країни, який досяг певного віку, може безпосередньо заявити свою думку щодо способу вирішення певного суспільного питання. Для реалізації цього способу потрібно проводити пряме опитування (референдум) населення.

Очевидно, що при проведенні такого опитування необхідно сформулювати питання, що потребує свого вирішення, а також варіанти відповідей на нього. Таких варіантів повинно бути небагато, – щоб мати шанси одержати більшість у підтримці того або іншого варіанта рішення. К. Ерроу сформулював правило неможливості, відповідно до якого не існує в принципі розумного колективного вибору, якщо число можливих альтернатив більше двох [2]. І, дійсно, навіть при трьох варіантах відповідей (рішень) може скластися ситуація, коли одержання більшості голосів за одним з них (наприклад, за варіантом А, – 36%) не буде рішенням більшості громадян, тому що два інших варіанти відповідей (Б і В) одержали разом 64% голосів (варіант Б – 34%, варіант В – 30%). І, можливо,

якби були винесені тільки дві альтернативи (наприклад, А і Б), то ті, хто голосував за варіант В, віддали б свої голоси за варіант Б, і тоді варіант Б одержав би дійсну більшість голосів;

– *представницьке виявлення*: кожний громадянин країни, який досяг певного віку, має право періодично обирати своїх представників в органи державної та місцевої влади. У цьому випадку реалізується своєрідний двоступеневий суспільний вибір. Очевидно, що з погляду досягнення «чистоти» (точності) виявлення суспільних переваг такий порядок значно поступається першому способу.

Однак у реальному житті саме представницьке виявлення суспільних переваг є домінуючим способом, тому що неможливо з кожної проблеми економіки, а також з інших загальнонаціональних або місцевих проблем, проводити референдуми. Тому через представницьку форму здійснюється делегування повноважень – суспільство передає права рішення абсолютної більшості питань своїм вибраним представникам.

Крім того, необхідно враховувати й те, що найважливішою передумовою правильного вирішення будь-якого питання є компетентність у цьому питанні тих, хто бере участь у його вирішенні. Вибір більшості громадян не за будь-яких умов може бути визнаний стратегічно правильним, перспективним для розвитку суспільства вибором. Чим складнішим є те чи інше питання, тим важче визнавати виявлення більшості як адекватний спосіб його вирішення.

Таким чином, обрані громадянами представники виступають, по суті, у ролі особливих менеджерів, у ролі своєрідної «суспільної» спостережної ради. Але ці люди потрібні не тільки для якісного виконання функцій врахування суспільного вибору та контролю за бюрократією. Інноваційний розвиток країни, як умови її конкурентоспроможності, неможливо забезпечити простим виконанням волі більшості. Потрібне стратегічне бачення шляхів розвитку, необхідні якості щодо розробки та прийняття відповідальності щодо таких елементів економічної політики, які на цьому етапі не можуть вирішуватися за принципом «більшості голосів». Представники повинні бути людьми, здатними не тільки «відобразити», але й правильно стратегічно «вести».

По суті справи, представницьке виявлення суспільних переваг у рамках демократичного суспільного устрою не має альтернативи. Однак воно є недосконалим, має багато «вразливих місць», для зменшення числа яких потрібна дуже точна «настройка» функціонування всієї системи влади. Основне «слабке місце» цієї системи пов'язане з тим, що «представники» у своїх діях, у своїй участі у вирішенні суспільних економічних проблем виходять у цілому, насамперед зі своїх *особистих* економічних та інших інтересів. Основний їх мотив – зберегти владу, зберегти ті можливості, які дає «представництво» для реалізації своїх особистих інтересів. Звідси зокрема:

а) справжній інтерес «представника» до виборців, до їхньої думки формується тільки в рамках врахування ступеня їхнього впливу на досягнення його особистого інтересу. Важко уявити ситуацію, що політик принципово пожертує власними інтересами, якщо цього будуть вимагати інтереси виборців. Він, як суб'єкт політичного ринку, діє зазвичай за такими ж правилами раціональної поведінки, як і суб'єкти економічних угод. Поведінка за принципом зіставлення ефекту та витрат;

б) інтерес «представника» до маніпулювання думкою виборців у своїх цілях. Політик стає схожим на фокусника, який намагається привернути увагу виборців до того, що є важливим особисто для політика, що відповідає його інтересам саме на цей час, й «приховати» від виборців те, що їм «не потрібно знати». Політик-фокусник «правильно» розставляє акценти, надає «правильну» інтерпретацію певним подіям, «правильно» висвітлює роль окремих осіб тощо. Намагання маніпулювати людьми, громадською думкою не є новим суспільним

явищем. Воно має глибокі історичні коріння. Але, здається, що в сучасному світі масштаби маніпулювання завдяки маркетингу та політиці досягли небачених до цього масштабів, й створюють реальні загрози щодо майбутнього суспільства;

в) готовність «представника» до «інвестування» в «правильну» поведінку виборців. «Правильність» визначається тим, як виборці голосують, кому вони віддають переваги. «Інвестування в голоси», як правило, відбувається в непрямій формі. При цьому можна виділити два підходи до «інвестування в голоси»:

Перший із них – це підходи людей, які на час проведення виборів мають адміністративну владу.

По-перше, влада дає можливості адміністративного впливу на керівників організацій, підприємств, через яких можна спробувати «правильно» вплинути на їхніх підлеглих. Влада дає можливість впливати на комунікаційні канали (засоби масової інформації, рекламні агентства, торговельні, транспортні та інші організації). Влада дає можливість також обмежити свободу вільного висловлювання своїх думок у багатьох людей. Останні починають контролювати свої висловлювання на предмет забезпечення необхідного рівня толерантності до діючої влади. Очевидно, що в основі такої поведінки людей лежать звичайні побоювання, що «нелояльність» до діючої влади може негативно позначитися на можливостях реалізації їхніх інтересів. Очевидно, що такий мотив поведінки є раціональним мотивом, він базується на необхідності збереження відповідних стосунків із владою чи її фактичними представниками заради того, щоб, щонайменше, не погіршити можливості (умови) реалізації інтересів людей. Чим сильніше життя людей, реалізація їх інтересів залежить від конкретно взятих індивідуальних суб'єктів влади чи їх фактичних представників, тим більш толерантними будуть конкретні люди до діючої влади, її вимог щодо «правильної поведінки» під час виборчої кампанії. Так виглядає раціональний аспект ситуації реагування виборця на використання «адміністративного ресурсу».

Але життя людини не відбувається лише в рамках поведінки за принципом «вигідно – не вигідно», за принципом розуміння та уважного врахування можливостей впливу тих чи інших осіб на реалізацію інтересів цієї людини. Люди не є абсолютно раціональними, запрограмованими природою суб'єктами на суворе дотримання в їх поведінці курсу на отримання вигоди. Люди, на щастя, мають ще й відчуття, здатність формувати уявлення про справедливість, чесність, гідність, волю, самодостатність тощо. Кожна людина – це свій емоційний тип, це індивідуалізоване світосприйняття. Й тому конкретну реакцію людини на застосування «адміністративного ресурсу» визначає чимало факторів. Суспільні традиції, неформальні суспільні норми є одним із найважливіших серед них. Проте, в будь-якому випадку, ми маємо погодитися з тим, що використання «адміністративного ресурсу» фактично означає намагання використати мотив страху – втрати доходів, можливостей кар'єрного зростання, лояльного ставлення з боку тих, хто має «адміністративний ресурс», або втрати можливості змінити в майбутньому якісь аспекти свого життя на краще (якщо носії «адміністративного ресурсу» збережуть владу). Крім того, існує чимало людей, які побоюються просто порушення того балансу спокою, соціальних відносин, який склався на цей час.

Долю тих людей, які відкрито не підкоряються «адміністративному ресурсу», полегшує відсутність монополії на політичну владу. Наявність альтернативної політичної сили, з одного боку, підтримує психологічні, вольові та інші духовні ресурси «нескорених». Тобто політична альтернативність зменшує страх, люди не відчують своєї повної залежності від політичної партії-монополіста. Крім того, політична альтернативність змушує владну політичну силу бути більш стриманою і обережною у використанні «адміністративного ресурсу» як засобу тиску на виборців. При політичному монополізмі масово перебороти почуття страху за наслідки «нелояльного» ставлення може лише інше почуття страху –

тривала бідність, безперспективність, загроза життю своєму, дітей, близьких. Крім того, здатність не підкорятися багато в чому залежить й від сприйняття сили діючої влади. Слабкість останньої є суттєвим фактором зменшення ролі мотиву страху у виборців.

По-друге, діюча влада може використовувати «адміністративні економічні ресурси». У принципі, якщо поєднати ці ресурси з попередніми «прямими адміністративними ресурсами», то ми побачимо, що нічого нового в цьому плані не відбувається: «батіг» і «пряник» – давно відомі універсальні методи впливу на людей, забезпечення «правильності» їх поведінки. Використання «адміністративних економічних ресурсів» може відбуватися за двома напрямками:

- економічне стимулювання виборців;
- формування економічних ресурсів «партії влади» для здійснення комунікаційного впливу на виборців.

Якщо «батіг» та «пряник» є елементами загальної теорії менеджменту, зокрема теорії мотивації (зрозуміло, в дещо спрощеному вигляді), то зазначені вище два пункти є одними з ключових елементів (інструментів) маркетингового впливу на споживачів, а саме – стимулювання збуту та спеціальні комунікаційні засоби (реклама, зв'язки з громадськістю тощо). У цілому це називається в маркетингу засобами просування. У нашому випадку мова йде про просування політичних послуг.

Економічне стимулювання виборців з боку діючої влади може відбуватися в різні способи: надання обіцянок або здійснення фактичного підвищення рівня пенсій, заробітних плат у бюджетній сфері, стипендій студентам, введення нових соціальних пільг, надання обіцянок щодо запровадження інвестиційних проектів в окремих населених пунктах (будівництво медичних закладів, автомобільних доріг, мостів тощо). Безумовно, не простим питанням є розмежування реальних економічних досягнень діючої влади та популістських проектів. Влада, щоб бути конкурентоспроможною на наступних виборах, повинна представити виборцям свої реальні соціально-економічні досягнення. У той же час завжди існує спокуса представити свої досягнення якнайкраще для виборців: й тоді відбувається об'єднання реальних, економічно реалізованих або обґрунтованих на майбутнє проектів з популістськими проектами. Останні мають свій конкурентний сенс, тому що схильність вірити, сподіватися на краще є характерною особливістю психіки багатьох людей. Популістські проекти – це маніпулювання почуттями довіри, надії, сподівань на краще.

Формування економічних ресурсів «партії влади» для здійснення комунікаційного впливу на виборців відбувається виключно в прихованих формах. Влада має такі основні ресурси впливу на бізнес (саме він може бути постачальником фінансових ресурсів для влади): державні закупівлі товарів та послуг; податкові та кредитні преференції; митно-тарифні та нетарифні преференції; надання земельних ділянок та прав на використання природних ресурсів. Влада може приховано пропонувати бізнесу обмін – своєї лояльності, преференцій для певних суб'єктів бізнесу та постачання фінансових ресурсів у «комунікаційно-виборчий» фонд влади. Фактично бізнес купує для себе певні поточні та майбутні преференції. Гра є абсолютно нечесною за своєю моральною сутністю. Суспільство за будь-яких умов ніколи не дасть згоду на такі дії влади. Виходить, що в таких ситуаціях поєднання економічної політики та суспільного вибору взагалі жодним чином не пов'язані процеси. Великий бізнес в Україні фактично постійно веде такі економічні ігри з владою.

Другий підхід до «інвестування в голоси» – це підхід з боку тих сил, які на час проведення виборчої кампанії не мають адміністративної влади. Можна зробити припущення, що для політичних претендентів цієї групи доступ до адміністративних ресурсів, у тому числі економічних, має бути закритим. Напевно, в більшості країн з демократичними політичними системами це відбувається

саме так. Але можуть бути й певні нюанси. Так, діюча влада може відображати, наприклад, владу якогось політичного блоку, тобто об'єднання політичних партій. Блок є менш стійким утворенням порівняно з політичною партією. Блок є складним поточним збалансуванням певних політичних інтересів. Але ці інтереси є рухомими. Більш того, з досвіду України можна сказати про те, що окремі складові елементи блоку виявляють прихований чи відносно-відкритий інтерес до можливої поточної або майбутньої співпраці та кооперації з тими силами, які не входять до владного блоку. За таких умов, може відкритися певний прихований коаліційний доступ невідданих сил до адміністративних ресурсів.

Щодо форм «інвестування в голоси», то тут використовується, як правило, поєднання фактичного інвестування з обіцянками майбутнього інвестування в певні соціально-економічні проекти. У першому випадку – це проведення локальних PR-акцій (будівництво дитячих майданчиків, розбивка скверів, ремонт окремих комунальних об'єктів, ремонт ліфтів, проведення благодійних акцій, в тому числі з використанням поп-зірок тощо). У другому випадку, «творчі задуми» взагалі набувають дуже широкого розмаху. Одним із факторів цього є те, що людська пам'ять далеко не все фіксує. А це означає, що пам'яттю теж можна маніпулювати.

Ми можемо розглядати політика як суб'єкта, який формує попит на голоси виборців для одержання в майбутньому певних вигід для себе у випадку позитивного для нього голосування виборців. Суть його пропозиції виборцям – послуги щодо представництва їх інтересів. У той же час система обміну цінностями між виборцями та політиками працює таким чином: спочатку виборці віддають свої голоси за претендента, а тільки потім починається процес «надання послуг виборцям» обраним політиком. Тобто за такого механізму здійснення угоди, виборці об'єктивно знаходяться в гіршому становищі, ніж політик. До цього додається ще й така достатньо важлива обставина: зміст послуги політика не є достатньо конкретизованим.

Система представницького виявлення суспільного вибору певним чином ускладнюється, коли громадяни країни в ролі своїх представників обирають не стільки окремих, конкретно взятих людей, скільки певні *політичні партії*. Суб'єктом угоди з виборцями фактично стає партія. При цьому виборці можуть не мати практично жодного впливу на те, як формуються виборчі списки партій. У результаті вони починають орієнтуватися у своїх оцінках на лідерів партій. Цьому значно сприяють і засоби масової інформації, насамперед телебачення, які активно і регулярно «демонструють» суспільству партійних лідерів. У результаті, якщо політична конкуренція ведеться, наприклад, між 4–5 партіями, то реально конкурують більше харизми, обіцянки, репутації тощо 4–5 лідерів, а не проекти ідей щодо майбутньої економічної та іншої політики держави. У той же час, напевно, саме через такі проекти могла би відбуватися конкретизація тих послуг політичних партій, які вони пропонують виборцям. Треба також зазначити, що чим більше партій беруть участь у виборчій конкуренції, тим менше шансів для здійснення виявлення вибору більшості громадян, у тому числі й щодо вирішення економічних проблем.

Недемократичний внутрішньопартійний устрій призводить до того, що лідери партій – їх, напевно, можна назвати у таких ситуаціях засновниками партій – самостійно формують виборчі списки своїх партій. Ті, хто потрапляє в ці списки, відчують, розуміють свою пріоритетну залежність не від виборців, а від лідерів (засновників) партій. Політична партія виступає корпоративним суб'єктом політичної угоди з виборцями. Депутат-«партієць» повинен бути «правильним» в очах лідера партії, а не виборця. Він діє, насамперед, як представник партії, а не представник виборців. Еластичність реакції такого «представника», на думку виборців, дуже невисока, хоча риторика «представника»

може бути постійно сповнена згадуваннями про інтереси виборців, яким «представник» самозабутньо служить.

Таким чином, у представницькій системі виявлення суспільних переваг формується певний розрив у взаємозв'язках між суспільними групами (виборцями), з одного боку, і «представниками» – з іншого. Останні отримують широкий коридор свободи у своїх діях, у тому числі таких, які можуть бути дуже далекими від реальних потреб виборців. «Простим» виборцям у край складно впливати на правильність поведінки «представників», на виконання ними політичної угоди. Відсутність впливу призводить до зменшення або навіть взагалі до усунення відповідальності «представника» за правильність відображення у своїх політичних діях колективного вибору. Одночасно «сильні виборці», які організовані в певні групи, знаходять можливості для забезпечення своїх економічних інтересів через лобістську діяльність.

Таким чином, ми можемо говорити про те, що тільки пряма демократія може дати за певних умов «чистий» суспільний вибір. Але пряме виявлення суспільних переваг – це процедури, які, у найкращому випадку, періодично застосовуються для прийняття рішень з окремих важливих проблем суспільного життя. Усі інші рішення в рамках державної або регіональної економічної політики – це рішення «представницького» характеру. Реальної альтернативи «представницькій економічній політиці» як системі державного й місцевого управління практично немає. Тому залишається тільки формувати, підтримувати й розвивати такі *умови*, за яких «представницька економічна політика» буде найбільше повно відображати суспільний вибір, суспільні інтереси, а можливості «представників» використовувати владу у своїх особистих інтересах будуть найменшими.

Що відбувається із «суспільним вибором» в умовах розвитку глобалізаційних процесів?

Насамперед, ми маємо оцінювати міру впливу глобалізаційних процесів на окремо взятую економіку. *Чим визначається «глобалізаційна чутливість» економіки конкретної країни?*

Напевно, перш за все, рівнем її зовнішньоекономічної відкритості. Вимір цього рівня може здійснюватися за абсолютними та відносними показниками, які характеризують зовнішньоекономічну діяльність (зовнішньоторговельний обіг, обсяги експорту та імпорту, відношення цих показників до ВВП). Якщо, скажімо, в Україні частка експорту у ВВП дорівнює приблизно 50%, то це достатня підстава для того, щоб визнати економіку України «чутливою» до глобалізаційних процесів.

Другим фактором «глобалізаційної чутливості» є ступінь залежності національної економіки від діяльності багатонаціональних (транснаціональних) компаній. За якими показниками можна оцінити цю діяльність? По-перше, за питомою вагою вартості продукції, що виробляється / реалізується представництвами таких компаній на території певної країни. По-друге, за питомою вагою транснаціонального капіталу в структурі власності підприємств, розміщених в країні (це можна робити, в розрізі пріоритетних галузей економіки). Ці показники надають можливість оцінити масштаби перенесення стандартів бізнес-процесів, характерних для транснаціональних компаній, на національну економіку, міру їх впливу на формування стандартів споживацької поведінки, на наповнення державного та місцевих бюджетів коштами, на зайнятість населення.

Третім фактором «глобалізаційної чутливості» може бути визначена міра інтегрованості національної економіки, державних управлінських інститутів до міжнародних союзів, асоціацій, альянсів тощо. Будь-яка інтеграція на такому рівні передбачає делегування певних управлінських повноважень на наднаціональний рівень, прийняття якихось загальних «правил гри». Це ми можемо

бачити на прикладі Європейського Союзу, Світової організації торгівлі, різних митних союзів тощо. Управлінська інтеграція неможлива без прийняття спільних «правил гри», й у багатьох випадках без делегування управлінських повноважень на новоутворений рівень.

Як позначається дія зазначених трьох «глобалізаційних» факторів на «суспільному виборі» в економічній політиці держави?

У цілому можна припустити, що «суспільний вибір», щонайменше, ускладнюється. Чим більш багаторівневою стає управлінська структура, тим більш залежними стають управлінські рішення від «бачення ситуації» на рівнях бюрократичної ієрархії. Ця оцінка ролі фактора міждержавної інтеграції на рівні інститутів влади.

Далі зазначимо, що, скоріше за все, розвиток глобалізаційних процесів ускладнює суспільну орієнтацію. Як наслідок, потенційно стає ще більш проблемним отримання «правильного» суспільного (електорального) вибору. Це об'єктивно послаблює значущість «демократичного компонента» в пошуку ефективних рішень, й, у кінцевому рахунку, у визнанні правильної стратегії. Меншою стає роль фактора «суспільство саме так вирішило», більшою – роль фактора довіри до обраних та призначених представників, як людей, які мають «на власний розсуд приймати рішення». Згадаємо «революцію менеджерів» у корпоративних структурах: топ-менеджери великих корпорацій перебрали на себе значну частку влади від власників бізнесу. Можливо, щось подібне спостерігається й щодо «ролі суспільства» в економічній політиці в умовах поглиблення міжнародної інтеграції, ця політика все більше стає власне політикою державних, політичних «топ-менеджерів».

Щодо факторів залежності національної економіки від зовнішньоекономічних товарорухів, від структури власності в компаніях, то вони впливають на «суспільний вибір» таким чином: по-перше, національні параметри та уряди у своїй економічній політиці та можливостях стають все більш залежними від зовнішніх бізнес-чинників; по-друге, активна діяльність транснаціональних компаній опосередковано впливає на те, якими можуть бути суспільні уявлення, «суспільний вибір», – через тиражування стандартів бізнес-процесів, бізнес-культури, бізнес-відносин та поведінки споживачів. Для цього вони мають достатньо значні засоби та ресурси впливу.

Отже, досить важко уявити можливість реального досягнення «чистого» суспільного вибору в сучасній економічній політиці держави. Орієнтація на таку мету напевно була б суспільною ілюзією. Реальним суспільним завданням може бути створення та підтримка таких умов, які б максимально наближували суспільство до відображення в економічній політиці держави суспільних переваг, суспільного вибору. Таке завдання, безумовно, є складним. Його вирішення потребує системних і послідовних дій. Але в будь-якому випадку його реалізація є необхідною передумовою досягнення ефективності в побудові системи державного управління, забезпечення суспільно-збалансованого характеру розвитку держави або певного регіону.

Список використаної літератури

1. Бьюкенен Дж.М. Конституциональная экономическая теория / Дж.М. Бьюкенен // Экономическая теория / под ред. Дж. Итуэлла, М. Милгейта, П. Ньюмена: пер. с англ. – М.: ИНФРА-М, 2004. – С. 168.
2. Курс экономической теории. – 6-е изд.: Киров: «АСА», 2007. – С. 396.

Надійшло до редакції 2.02.2010.