



Munich Personal RePEc Archive

SOCIO-PSYCHOLOGICAL ASPECTS OF MARKET EXCHANGE IN INSTITUTIONAL ECONOMICS

Sedlarski, Teodor

Sofia University St. Kliment Ohridski, Faculty of Economics and
Business Administration, Center for Economic Theories and Policies
at Sofia University St. Kliment Ohridski

31 January 2014

Online at <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/54246/>
MPRA Paper No. 54246, posted 26 Jul 2014 08:51 UTC

СОЦИАЛНОПСИХОЛОГИЧЕСКИ АСПЕКТИ НА ПАЗАРНАТА РАЗМЯНА В ИНСТИТУЦИОНАЛНАТА ИКОНОМИКА

Доц. д-р Теодор Седларски

Стопански факултет на СУ „Св. Климент Охридски“, катедра Икономика

E-mail: sedlarski@feb.uni-sofia.bg

Резюме

Представени са някои неортодоксални аспекти на институционалния подход към пазарите като социални структури (институции). Демонстрирана е възможността за обогатяване на новоинституционалния анализ, основан на концепциите за формални и неформални норми, имуществени права, транзакционни разходи, ограничена рационалност и социални мрежи, чрез отчитане ролята на обществени феномени като властта, статусното съревнование и когнитивните предизвикателства на разширените възможности за избор. Придобитите с помощта на разширения институционален подход изводи са отнесени към проблема на дългосрочната устойчивост на пазарната обществена система.

SOCIO-PSYCHOLOGICAL ASPECTS OF MARKET EXCHANGE IN INSTITUTIONAL ECONOMICS

Theodor Sedlarski

Abstract

This article summarizes some unorthodox aspects of the institutional approach to the markets as social structures (institutions). Demonstrated is the possibility to extend the new institutional analysis, based on the concepts of formal and informal rules, property rights, transaction costs, limited rationality and social networks, considering the role of social phenomena such as power, status competition and cognitive challenges of the greater selection opportunities. The conclusions of the proposed extended institutional approach are related to the problem of the long-term sustainability of the market society.

JEL: A12, B52, B41, P16

Key words: open access societies, natural orders, status, relative income, happiness, impersonal exchange, embeddedness

Пазарна размяна и власт

Аналитичната рамка както на *новата институционална икономика*, така и на социоекономическия подход на Карл Полани, обобщен в по-ранна публикация в сп. „Икономическа мисъл“ (Седларски, 2011), предоставят възможност за изследване на множество обществени феномени и взаимовръзки, оставащи традиционно извън ползрението на учените-икономисти.

Уилямсоновата (Williamson, 1975) дихотомия пазари – йерархии (водеща началото си от работата на Коуз – Coase, 1937; 1960) може да се разглежда в социологическа перспектива като признание за съществуването на области от социалните отношения, които не подлежат на пазарно регулиране¹. В йерархично организирани отношения индивидите често не са рационално-пресметливи (оптимизиращи), тъй като изпълняват волята на висшестоящите в йерархията (доколкото максимизират нетната си полезност, те минимизират усилия за изпълнението на желанията на властимащия, т.нар. „клинчене“ от работа, англ. *shirking*). Така с „йерархия“ елегантно се избягва понятието за *власт*, оставено традиционно за разглеждане от социологическата наука.

В своята концептуална схема за историческото налагане на пазарната организация на обществените отношения като рационални сделки между равноправни индивиди със свободна воля новите институционалисти Норт, Уолис и Уайнгаст въвеждат разграничението на „общества с отворен достъп“ (англ. *open access societies*) към икономическите и социалните ресурси (като съвременните демокрации) и такива с ограничен (запазен само за малцина) достъп – например феодалните стопанства. За поддържане на необходимата представа (идеология, мисловен модел) за

¹ “Но с оглед на факта, че често е заявявано, че координацията се осъществява от ценовия механизъм ... защо е нужна организация? Защо са тези ‘острови на съзнателна [преднамерена] сила’? ...” (Coase, 1937).

Седларски, Т. (2014), “Социалнопсихологически аспекти на пазарната размяна в институционалната икономика”, *Икономическа мисъл*, 1/2014, с.95-114.

равенство в достъпа в модерните общества е нужна неперсоналност, безличност на отношенията в противовес на модела патрон-протеже или „връзки” в българската словоупотреба, които изкривяват равнопоставеността в достъпа, съответно доверието в системата. Докато последните са неразделна част от светогледа и социалния ред в традиционните общества на неравнопоставеност и открита йерархичност във взаимоотношенията между хората, в съвременните общества с отворен достъп се превръщат в повод за възмущение и са оценявани като ретроградни, примитивни явления. Политици, които не се придържат към принципите на безпристрастност и равенство в достъпа, биват отстранявани от политическия живот от избирателите.

Безличността на достъпа до публични блага² като съдебна система, обществен ред, сигурност, налагане на изпълнението на договорите, защита на имуществените права и т.н. от своя страна намалява възможността на управляващите да заплашват или подкупват с отнемане или предоставяне на облаги на конкретни лица в замяна на политическа подкрепа и оттам увековечаването им на власт (подобно на ситуацията в обществата със затворен достъп). Така в концептуалната схема на Норт, Уолис и Уайнгаст кръгът от взаимоподдържащи се фактори на отворения достъп се затваря – при постоянно съществуваща държавна (макроинституционална) структура и конституция индивидите получават политическа и икономическа свобода от държавата (властимащите в конкретния момент) за действие, икономическо и политическо сдружаване, а следователно се осигурява конкуренция. Властимащите имат стимули да спазват правилата, за да бъдат преизбрани. Постоянно съществуващата държавна структура е задължителна за дългосрочното осигуряване на неперсонален законов ред – гарантиране на права за всички граждани и дълъг живот на организациите, съставляващи гражданското общество. Тъй като вече не е необходимо сделките да са между лично познати лица (доверие чрез вграденост в социални взаимоотношение или най-малко разпознаваемост на контрагента с цел достоверна заплаха с ответни действия – физическа разправа или социални санкции, срв. с McMillan, 2002), то размяната достига огромно разпространение – брой сделки и обеми, а с това се засилва разделението на труда и специализацията, от там производителността, икономииите от мащаба и възможностите за потребление на стоки и услуги (North/Wallis/Weingast, 2009, с.113-122).

² Например социалните помощи или помощите за безработни се предоставят на лица, които отговарят на формалните критерии, а не на такива с връзки или протекции от патрон в администрацията (авторите дават като пример за корупция индийската бюрокрация, продаваща правата за получаване на помощи - безплатна храна - на готовите да платят най-много, North/Wallis/Weingast, 2009, с.113).

В действителност обаче *властта* на едни индивиди над други прониква и доминира представяните от икономистите като пазарни (равни, конкурентни) отношения (вж. взаимоотношенията на големите корпорации с техните контрагенти у Гълбрайт или „пазарните” транзакции на компаниите на руските олигарси). Един *разширен новоинституционален анализ* като предложения тук би бил отправна точка към интердисциплинарно изследване на институционалните характеристики на конкретни пазари и национални стопанства, където голяма част от случващото се може да бъде обяснено с извънекономически (във формалисткия смисъл на Карл Полани³) фактори.

Аргументът за *неравенството* между пазарните участници бива пренесен от съвременния американски политолог Франсис Фукуяма на макроскопичното равнище на националните култури. Например японското общество често е характеризирано като основано на йерархични социални връзки, където отношенията между индивидите са по правило видимо неравни, в множество случаи патерналистични. За кариерния напредък обикновено е необходим патрон, който да подпомага младия служител (клиент). „Бащинската” роля, позната от традиционното семейство, се запазва в стопанската дейност и политиката⁴. С други думи дори в днешна Япония демокрацията и пазарът са само привидно същите като в западните стопанства – на политическата сцена решенията се вземат от старши функционери на единствената избираема партия без публични дебати, като този механизъм е одобряван от обществото. Не е трудно да бъдат открити прилики с Китай, но и със съвременна Русия. В световното състезание на култури, което Фукуяма предвижда в бъдеще, подобни ”*царства на почителността*” (моделът на „добрия деспот”) могат да се утвърдят като алтернатива на западния

³ Връщайки дискусията за пазара към корените ѝ (класическата и Марксовата политическа икономия), Полани издига създаването на нов подход към пазарите като „основна интелектуална задача в областта на икономическите изследвания” (Polanyi, [1957] 1971, с.270). Целта е да се избегне „икономистичната заблуда” (“economic fallacy”), която приравнява стопанството с пазарния механизъм. В представата на автора, икономическият живот е неразделно вплетен и подчинен на социалната структура на обществото. Полани определя ортодоксалното виждане за „икономическия проблем” (economic problem) – избор на приложение на оскъдните ресурси – като „формалистично”. За него същността на стопанството се състои по-скоро в осигуряването на физическа среда за поддържане на човешкия живот. Освен това оскъдността и изборът не предполагат непременно пазар, както свидетелстват различните алокативни механизми, съществували преди него (срв. с Ankarloo, 2002, с.6). Да се разбере стопанската история от формалистични позиции е невъзможно, тъй като „... да се ограничи сферата на икономическото до специфично пазарни феномени означава да се отстрани от сцената огромната част от човешката история” (Polanyi, 1977, с.6; Седларски, 2013а).

⁴ Наред с това липсва западният тийнейджърски бунт срещу родителите, индивидуалното изтъкване се наказва, работи се за груповата чест. Според Фукуяма, на Запад тъкмо тези добродетели са били оборени в епохата на Лок (включително безусловния авторитет на родителите) и е била наложена егалитарна (пазарна) обществена система на *тимотична* (за признание, социален статус) борба на всеки с всекиго (Фукуяма 2006, с.307-308, 326).

Седларски, Т. (2014), “Социалнопсихологически аспекти на пазарната размяна в институционалната икономика”, *Икономическа мисъл*, 1/2014, с.95-114.

либерализъм, включително от гледна точка на икономическа целесъобразност (Фукуяма, 2006, с. 323-330).

Негативни социалнопсихологически ефекти на пазарната размяна

Подобно на Полани и Вебер, в своята книга „Краят на историята и последният човек”, Ф. Фукуяма поддържа тезата, че свободният пазар, основан на неограничена физическа и социална мобилност, разгражда местните идентичности (съсловни, родови, съседски), традиционни норми и лични връзки и с това сам заплашва своето съществуване (Фукуяма, 2006, с.425-429). Докато при зараждането си либералният пазарен ред е бил подкрепян (бил е „вграден” в система) от идеи и норми извън себичния интерес на участващите индивиди, включително от вярата в свръхестествено възмездие за престъпването им след смъртта⁵, в съвременното ролята на такава външна институционална рамка е осигурявана единствено от принудителната власт на държавата. Фукуяма предлага обяснение на наблюдавания се, според него, общ спад на морала в модерното либерално общество: моралните норми имат значение, единствено при правдоподобна заплаха за тези, които ги нарушават (например *остракизъм* или придаване на по-нисък социален статус), но либералното кредо признава равна стойност на всеки индивид или малцинство и с това лишава моралната оценка на колектива от реално значение в живота на пазарните участници. Анонимните сили на търсене и предлагане, формирани от решенията на множеството *равнопоставени* пазарни участници, са вече тези, които подчиняват житейския път на отделната личност (срв. с понятието *аномия* у Дюркем).

Идеята на Фукуяма може да бъде продължена. В пазарното общество експлицитната власт с ясно видима йерархична структура (например старейшина – племенни членове, цар – поданици, феодал – крепостни селяни) бива сведена до минимум, но тя е заменена с *имплицитна власт* на всекиго над всекиго друг. Ако даден индивид желае да придобие определени възможности за консумация, той е подчинен на вкусовете на останалите, тъй като трябва да им предложи в замяна (чрез пазара) продукт на своя труд или умствени усилия, които те биха потърсили. Диктатът на мнозинството, характерен за политическата форма на демокрацията, е пренесен в стопанския, а това означава всекидневния, неполитичен живот. Макар всеки индивид

⁵ „Капиталистическият просперитет е възможен заради здравата трудова етика”, наследена от „призраците на мъртвата религиозна вяра” (Фукуяма, 2006, с.438). Фукуяма има предвид протестантската житейска етика, описана във връзка с налагането на капиталистическите обществени отношения от Вебер (2005).

Седларски, Т. (2014), “Социалнопсихологически аспекти на пазарната размяна в институционалната икономика”, *Икономическа мисъл*, 1/2014, с.95-114.

поотделно да участва във формирането на правилата чрез политическия процес, веднъж приети от мнозинството правилата (законите) стават задължителни за него и отклонението от тях бива санкционирано. По аналогичен начин, независимо, че пазарното търсене да бива формирано от предпочитанията на всеки отделен индивид, веднъж установило се на пазара то се явява „закон”, на който индивидът трябва да се подчини, ако не иска да бъде санкциониран икономически – чрез лишаване на доход.

В социалнопсихологически план този процес допринася за намаляването на непринудеността в ежедневните човешки взаимоотношения. Всеки срещнат непознат вече разполага с „власт” да определи чрез своето мнение (предпочитания) „пазарния успех” на дадена личност – степента, в която личността се „продава” добре на обществения пазар в най-широк смисъл. Оттук темата за независимостта от другите придобива особена важност в ценностния дебат на капиталистическото общество. Докато в традиционната йерархична обществена организация съществуват съвместно зависимостта в житейски план от властимащия (владетеля) от една страна, и независимостта от останалите (равните) в определянето на ежедневните дела, от друга, то при пазарната организация на социума границата между властимащия владетел и *обикновените останали* е размита, поставяща индивида винаги „нашрек” за мнението на отсрещната страна. Съответно стремежът към материална, а оттам и към социална независимост се конституира като желана (и легитимна) житейска цел в пазарните икономики⁶.

Подобна социалнопсихологическа перспектива към пазара е характерна и за опитите на икономистите да дадат обяснение на често невежливото отношение на хората един към друг в големия град. Те могат да бъдат обобщени като: 1) много малка вероятност за „повторение на играта” със същия, случайно срещнат индивид, за да е рационално очакването за възвращаемост на усилието (любезността) в бъдеще и 2) алтернативната цена (opportunity cost) за всяка отделена минута за разговор с непознат е твърде голяма в градовете с множество възможности за получаване на висок доход („времето е пари”) (срв. с Frank, 2007). И двете обяснения се вменват в *парадигмата на рационалния избор (rational choice paradigm)* – вежливостта е следствие от рационална пресметливост. Тезата на Смит за „невидимата ръка” идва да даде основание на подобен възглед към морала: егоистичният интерес води до рационална незаинтересованост от делата на останалите, което обаче в крайна сметка е в тяхна

⁶ Вж. за социалнопсихологическите последствия от така породения индивидуализъм Паспаланова (1999).

Седларски, Т. (2014), “Социалнопсихологически аспекти на пазарната размяна в институционалната икономика”, *Икономическа мисъл*, 1/2014, с.95-114.

полза, понеже ако всеки се концентрира напълно върху извършването на собствената работа, то всички ще разполагат с най-много възможности за потребление. Увеличаването на потреблението се конституира като морален принцип. Но тъй като потреблението в много отношения няма естествени граници⁷, то представлява в по-голяма степен заробващ *социален императив*, отколкото съблюдаваните традиционни норми на благоприличие, изискващи поведение в определени граници, а не максимизация на резултат⁸ (срв. с Вебер, 2005; Фром, 2004).

Друг малко изследван социоекономически аспект на пазара очертават аргументите на американския психолог Бари Шуорц (Schwartz, 1994; 2004). В работата си, стояща близо до модерното изследователско течение „икономика на щастието” (*happiness economics*), авторът разглежда деструктивната роля на приложението на пазарна логика към функционирането на институции, които преди са стояли над (извън) пазара като правото, медицината, спорта. Влошаването на емоционалното състояние на гражданите на най-развитите икономики, „епидемичната депресия”, въпреки привидното увеличаване на качеството на живот, Шуорц обяснява, използвайки концепции на границата между икономиката и психологията. По-големият избор, който пазарното стопанство дава на индивидите при консумацията, кариерната и житейската реализация, според автора е парализиращ за съвременния човек. От една страна този ефект се дължи на силно увеличените (транзакционни) разходи за вземане на решения (набавяне на информация за цени, качество, специфични характеристики) в ситуации, които преди не са изисквали подобни инвестиции на време и усилия – като

⁷ Срв. с описанието и предвидените социални последици на т.нар. *хрематистика* (стопанска дейност с цел неограничена парична печалба, а не за задоволяване на естествени потребности, както в случая на ойкономията, *oikonomia*) у Аристотел.

⁸ Вж. концепцията за *satisficing*: отслабено допускане относно (ограничено) рационалното човешко поведение (*bounded rationality*) – вместо към максимизация на полезността индивидите се стремят към достигане на определени, считани за достатъчни нива на собствената полезност, спестявайки (транзакционни) разходи за максимизацията (вж. Simon, 1955; Williamson, 1993; 1985, с.11). За сравнение, неокласическият *homo economicus* максимизира полезността си като претегля предимствата / недостатъците на достъпните възможности за действие (изчислява разходите и ползите) като отчита и пропуснатата изгода от неосъществени алтернативи (алтернативни разходи), дисконтира очакванията за бъдещи ползи / разходи и взема под внимание наличните рискове / вероятности за събдяване на събитията. Философска основа на идеята за „икономическия човек” е хедонистичната представа на Бентъм за удоволствието като цел на живота. При всяко действие индивидът преценява резултатното удоволствие или болка и извършва само действията, които носят повече удоволствие от болка (вж. Фром, 2004, с.160). Този вид „психологическо счетоводство” образува и до днес ядрото на микроикономическата теория - така формулирана, тезата на Бентъм може да бъде непосредствено открита в теорията за очакваната полезност на фон Нойман и Моргенщерн. През последните десетилетия концепцията е доразвита в интердисциплинарните изследвания на границата между икономиката и когнитивните науки (вж. работата на нобеловия лауреат Д. Канеман и на А. Тверски).

Седларски, Т. (2014), “Социалнопсихологически аспекти на пазарната размяна в институционалната икономика”, *Икономическа мисъл*, 1/2014, с.95-114.

пазаруването в супермаркет или на битова електроника⁹, но също и при житейски решения като избора на образование и дори времето и условията за встъпването в брак.

От друга страна, информацията за увеличения избор създава в съзнанието на индивидите това, което икономистите обозначават като алтернативни разходи. Всеки направен избор вече е свързан с (неприятните чувства по) претеглянето на всички пропуснати възможности. Аргументът може да бъде развит с твърдението, че емоционалната свръхпечалба – разликата между полезността в резултат на едно взето решение и най-добрата достъпна алтернатива непрекъснато намалява. А както твърди Шуорц, тя все по-често става отрицателна с разширяването на знанието за нови, пропуснати възможности. Така все по-големият избор води до повече разочарование. То се причинява допълнително и от високите предварителни очаквания, които многото налични възможности създават във всяка ситуация.

От индивидуално психологическа гледна точка в този контекст е важно също изместването на съзнанието за контрола над случващото се в живота на отделната личност от външните обстоятелства (липса на избор) към самия индивид (широк избор и следователно лична отговорност и вина) в пазарната система, което е допълнителен фактор за формирането на съвременната индивидуалистична личност (срв. със защитаваната по-рано от Фром теза в „Бягство от свободата” – Фром, 2001). В този смисъл индивидуализмът може да се разглежда като следствие на устойчивата свобода да се избира самостоятелно в либералната пазарна организация на обществата¹⁰.

⁹ Вж. Coase (1937), бел. 2 на с.394: “Има определени маркетингови разходи, които могат да бъдат избегнати само при премахването на „потребителския избор“ и това са разходите на търговията на дребно (retailing). Възможно е тези разходи да са толкова високи, че хората да предпочитат ратиониране (rations), тъй като допълнително придобитото количество от продукта [в този случай] си струва загубата на възможността им за избор“.

¹⁰ До допълнителни интересни изводи води социоекономическият аспект в анализа на институционалното развитие, свързан с ролята на разделението на труда за дивергенцията на индивидуалните „мисловни модели“ (mental models, вж. Denzau/North, 1994) в обществата след индустриализацията („Втората икономическа революция” в понятиятата система на Дъглас Норт). По-силното разделение на труда, специализацията, сложните разменни отношения имат за резултат различни реални опитности на отделните икономически участници (слабо свързани социални „микросветове”), а от там и различни идеологии („светогледи”). Докато споделяните от по-голямата част от населението представи улесняват налагането и поддържането на ясни, разбирани и приемани от всички (предимно неформални) правила, то, обратно, раздалечаването на идеологиите на отделни обществени групи или даже на индивидуално ниво водят до необходимостта от създаване на множество формални институции, съответно повече (транзакционни) разходи за следенето на тяхното спазване и принудителното им налагане. Възникването на идеологиите, следователно, е ендогенно за технологичното, икономическото и институционалното развитие на дадено общество. При високи информационни разходи и стабилни относителни цени (т.е. като правило в ранните етапи на социално развитие) поддържането на съвместимостта между светоглед и правила е свързано с малки разходи, но с увеличаване на скоростта на социална промяна (чести изменения в относителните цени както в модерните общества) те значително нарастват. “Колкото по-силно е разделението на труда и специализацията в едно общество, толкова по-високи са разходите за измерване [специфициране] във връзка със сделките и толкова по-скъпо е

Седларски, Т. (2014), “Социалнопсихологически аспекти на пазарната размяна в институционалната икономика”, *Икономическа мисъл*, 1/2014, с.95-114.

“Субектът на живеенето” е вземащият решенията индивид – в противовес на колективистичните общества, където възприеманият субект на живота и историята са групите¹¹.

Пазарното съревнование за статус

Обяснения като горните на негативни социални и психологически развития вследствие на наложената пазарна организация на човешките отношения обаче пропускат позитивния елемент в мотивацията за участие в пазарното съревнование. Големият психологически прелом, който пазарното стопанство успява да постигне, е промяната в традиционната (природна) нагласа на човека от спестяване на усилия към желание за максимизация на дохода и потреблението с цената на отдаване на енергия за работа¹². Полани, освен че изцяло пренебрегва положителния ефект върху общественото благосъстояние и икономическото развитие на тази промяна в дългосрочен план, пропуска да отчете и факта, че наред с негативния стимул на глада и социалната несигурност, при пазарите съществуват удовлетворението и материалната награда от успешните усилия в конкурентната борба¹³. Пропускът на Полани е

изработването на ефективни морални или етични норми на поведение” (North, 1988, с.57). В така представената схема разделението на труда и специализацията се явяват първопричина за широкоразпространения социално-психологически феномен на индивидуализма в капиталистическите общества и установяват посоката на причинната връзка от икономическо развитие към индивидуализъм (а не обратно), което може да се приеме за опит за разрешаване на дългия спор в социалните науки по темата (вж. за противоположната позиция работите на Хайек, Грайф и Хофстеде) (Седларски, 2009).

¹¹ Подобна социалнопсихологическа промяна очевидно отнема продължително време при прехода към пазарна икономика, където личната отговорност за собствения житейски път и взетите решения се възпитава постепенно в съзнанието на индивидите от новите условия.

¹² В своя анализ на съвременното индустриално общество Е. Фром въвежда термина „социален характер”: „Социалният характер има [...] задачата да оформя енергиите на членовете на обществото по такъв начин, че тяхното поведение да не е резултат от съзнателното решение дали да следват, или да не следват социалния модел, а да е резултат от желанието им да действат така, както трябва да действат [...] според изискванията на културата.” (Фром, 2004, с.92). Капиталистическата обществена система „трябваше да моделира човека така, че да иска да даде по-голямата част от енергията си за работа, да придобие дисциплинираност, по-конкретно стремеж към ред и точност, в степен, каквато не е била позната на повечето други култури. Не би било достатъчно, ако всеки индивид трябваше всеки ден съзнателно да взема решение, че иска да работи, да бъде точен и т.н., тъй като всяко такова съзнателно обмисляне би довеждало до много повече изключения, отколкото би могло да си позволи гладкото функциониране на обществото.” (пак там). Според Фром заплахата и принудата не могат да постигнат ефективността на интернализирани (неформални) норми при организирането на високоразвита индустриална система (с.93). В светлината на новоинституционалната теория концепцията за „индустриалния” социален характер (възпитанието на ред, точност у членовете на социума, срв. с ролята на протестантството за този процес у М. Вебер) може да бъде определена като механизъм за намаляване на съвкупните транзакционни разходи при функционирането на пазарната икономика.

¹³ В книгата „Капитализъм, социализъм и демокрация” на Й. Шумпетер проблемът за стимулите за производствена ефективност в отсъствие на пазар също се явява второстепенен. Двете централни икономически функции на конкуренцията, традиционно изтъквани в литературата, могат да се обобщят като: пазарно изчистване (във Валрасианската традиция) и принуда към ефективност (в Австрийската традиция). Шумпетер заема оптимистична позиция относно възможността изчистващата функция на

Седларски, Т. (2014), "Социалнопсихологически аспекти на пазарната размяна в институционалната икономика", *Икономическа мисъл*, 1/2014, с.95-114.

запълнен, разбира се, от множество либерални икономически, политологически и философски съчинения, включително споменатата по-горе книга на Фукуяма (2006). В нея наред с отрицателните, авторът разглежда детайлно положителните психологически мотиви за участие в пазарната конкуренция като динамичен фактор за развитието на либералната капиталистическа система. И дори обосновава тезата, че комбинацията от либерална демокрация и пазар, предлагаща значителни предимства едновременно при удовлетворяването на желанията за потребление и амбициите за признание и житейско самоосъществяване в сравнение с алтернативните варианти на обществена организация (срв. с представата за *общества с отворен достъп* у North/Wallis/Weingast, 2009 в противовес на тези в *естествено състояние* /англ. *natural state*/), може да се окаже евентуална „крайна точка на историята“. От такава перспектива устойчивостта на капиталистическата пазарна система би могла да бъде обяснена с помощта на концепцията за социална игра („потлач“, съревнование, вж. Хьойзинха, 2000; Frank, 1985, с.10), която изцяло „поглъща“ вниманието на членовете на обществото.

Предимно философската аргументация на Фукуяма относно тимотичния (състезателен суетен, търсещ признание) характер на конкуренцията (срв. с Фукуяма, 2006, с.270) получава специфична микроикономическа трактовка в работата на Р. Франк (Frank, 1985). Изхождайки от *методологическия индивидуализъм*¹⁴ като основно

пазарите да бъде заместена при централно планиране чрез точни изчисления на бюрократите. Що се отнася до втората функция, по мнението на Шумпетер е възможна промяна в мисловните навици, която да доведе до ефективност (чрез потискане на опортюнистичното поведение) и в бюрократичната организация. За целта трябва да се изгради среда, създаваща символни стимули (като наградите и почестите в армията), които да породят конкуренция по подобие на съревнованието за пари в пазарните икономики (Egidi, 1996, с.8). Фукуяма (2006, с. 314-315) подчертава в тази връзка, че в японското и други *колективистични* азиатски общества идентифицирането с компанията и нацията е нефинансов тимотичен стимул за усилената работа за тях. Пожизнената заетост, обратно на либералните твърдения (че материалната осигуреност унищожава пазара, премахва „жилото“ на несигурността и намалява усилията) тук, обратно, води до по-интензивен труд (вж. особено близостта с концепцията на идентичността като мотиватор у Akerlof/Kranton, 2005). Последното може да се разглежда като подкрепа за културологичната теза, че либералните икономически и политически доктрини са само рационализация на присъщи на западните общества културни склонности: с отслабването на религиозната (протестантска) етика на „аскетизма в света“ (срв. с Вебер, 2005) мотивацията за труд може да се осигури единствено чрез изкуствено поддържаната в пазарната система материална и социалностатусна несигурност, както и с желанието за потребление. Проблеми възникват при прилагането на подобен подход в незападни общества, където населението трябва да бъде „приучено“ на индивидуална пресметливост при прехода към пазарна икономика, а религиозни предпоставки, осмислящи полагането на усилен труд и натрупване на капитал, липсват (Фукуяма, 2006, с. 316; Колев, 2002, с.91-99; Владимиров, 1999).

¹⁴ Което отличава подхода му от по-ранните приноси със социологически уклон в тази област на Веблен, Гълбрайт и др. Например Фукуяма (2006, с.270) се доближава плътно до Вебленовата и Галбрайтовата концепция съответно за *leisure society* или *affluent society* – в неговата трактовка трупането на собственост е резултат от тимотичен стремеж към признание в комбинация с желание за потребление (тъй като потреблението в съвременните развити общества е много над „естествените нужди“, то може да

Седларски, Т. (2014), "Социалнопсихологически аспекти на пазарната размяна в институционалната икономика", *Икономическа мисъл*, 1/2014, с.95-114.

допускане в традиционния икономически анализ, Франк успява да разкрие в лицето на имплицитните пазари на *социален статус* изцяло нов за неокласическата икономика вътрешен теоретичен пласт, обясняващ както конкурентното поведение, така и привидните отклонения от него на реално функциониращите пазари.

Три прости презумпции стоят в основата на изгражданата от Франк теоретична рамка: 1) във всяко състезание може да има победител, само ако в него има и губещ; 2) мерки, които предоставят еднакви предимства за всички съперници в състезанието (или ги ощетяват еднакво) не оказват влияние върху очаквания краен резултат (класирането в играта); 3) участието в много от важните съревнования е на доброволни начала (Frank, 1985, с.4). На макроскопично, социално равнище това означава, че в пазарното стопанство като състезателна организация на човешките отношения по повод на материалното благополучие винаги ще има по-заможни (победители) и по-малко заможни (губещи). Промяната в средния стандарт на живот в дадено общество няма да измени основните правила на играта. Авторът привежда доказателства от изследвания в природните науки, че в човешката нервна система е заложено вниманието към ранга (относителния статус в групата), точно както при другите висши бозайници. Еволюционното обяснение е, че високият статус дава предимство при достъпа до оскъдни ресурси, които са на разположение на групата и с това повишава вероятността от предаване на гените на притежаващите го индивиди. Локалният статус (в непосредственото обкръжение) е добър ориентир за енергията, която всеки следва да изразходва при набавянето на необходимите за оцеляването ресурси. Ако във всяка ситуация индивидът инвестира максимална енергия, скоро ще се намери лишен от сили (които обикновено са му жизнено необходими в кратки критични моменти). Ако обаче пести прекалено много усилия, е вероятно да попадне в по-долна статусна група, поставяща го в неблагоприятно положение при достъпа до групови блага. Доминантната стратегия тогава ще бъде съобразена с усилията, които полагат другите, намиращи се в пряка конкуренция с него. Според Франк, както еволюцията е развила несъзнателни реакции на животозастрашаващи ситуации, които са прекалено важни, за

се обясни главно със социално-статусни фактори). Всъщност темата за статусното измерение на потреблението присъства не рядко в икономическите съчинения, но от научната общност рядко ѝ се приписва приоритетно значение (факт, който не успява да промени и самата работа на Frank, 1985). Например Дюзенбери (Duesenberry, 1949) пише, че т.нар. „демонстративни ефекти“ (*demonstration effects*) карат хората да имитират потребителските навици на стоящите над тях в доходната йерархия. Лайбенщайн (Leibenstein, 1950) анализира т.нар. „снобски блага“ (*snob goods*) и „ефекти на принадлежността към кликата“ (*bandwagon effects*). Сrv. с изследванията върху значението на относителния доход в противовес на промяната в абсолютния на автори като Easterlin (1973); Hirsch (1976); Scitovsky (1976, гл.7); Thurow (1980); Layard (1980) и др., вж. Frank (1985, с.33).

да се оставят на разпореждане на съзнателно равнище (срв. с телесните реакции „бий се или бягай“; симптомите на глада и пр.), така в подсъзнателната област е останало автоматичното реагиране на статусни сигнали и непрекъснато приспособяване на относителния статус в групата.

Тъй като човекът е социално мобилен, осъзнато или (по-често) несъзнато индивидите избират своите *референтни групи* (работно място, учебно заведение, членство в клубове, приятелски кръгове) така, че статусните им предпочитания да бъдат задоволени. Понеже последните се различават, между икономическите участници възникват имплицитни пазари за лидерски и подчинени позиции в съответните групи¹⁵. Пазарът на статус съществува и поради факта, че сравнението с близкото обкръжение има много по-голямо психологическо значение от това с далечните или абстрактните групи (вж. отново горното биологическо обяснение; ако съизмерването би било глобално, индивидите не биха имали стимул да променят тесните си социални групи, за да повишат статуса си¹⁶). Например, когато определят себе си като бедни или богати, хората в развитите страни обикновено не се сравняват с тези от третия свят, а с живущите в своя квартал. Новината, че известен милионер е реализирал огромна печалба, засяга възприемания личен относителен статус много по-малко отколкото незначително намаление или повишение на заплатата на колега на работното място (Frank, 1985, с.7-27).

В тази перспектива социални явления след прехода към пазарно стопанство в Източна Европа като носталгията към социализма са лесно обясними: предишното равенство в доходите е предпочитано от статусна гледна точка от част от индивидите, които – дори с по-високи абсолютни реални доходи днес – усещат понижение в относителната си статусна позиция спрямо други, станали по-заможни, членове на близкото си обкръжение. Още в социалистическия период достъпът до западни стоки и по-високия стандарт на живот създава проблеми поради неблагоприятното сравнение с местните. На този по-ранен етап тъкмо нарасналите желания, породени от сравнението с капиталистическите икономики, водят до недоволство от социалистическия стандарт на живот и относително бързото решение за замяната му с пазарна икономика. Иронично, след началото на прехода, недоволството от новата обществена система

¹⁵ Участниците на подчинени позиции могат да изискват от елита на групата компенсации под различна форма, тъй като без тях не би имало и лидери (според 1.). Лидерите биха направили този разход, ако оценяват по-високо от него целостта на групата, т.е. своето водещо положение в нея. Поради последното обстоятелство подчинените позиции, също като водещите, имат („пазарна“) цена.

¹⁶ Подобно на групите във футболните първенства те избират да се състезават в групи, изискващи големи или по-малки усилия (цена) за постигането на локална победа (статус).

Седларски, Т. (2014), “Социалнопсихологически аспекти на пазарната размяна в институционалната икономика”, *Икономическа мисъл*, 1/2014, с.95-114.

обаче расте още по-бързо, тъй като стандартът на живот в развитите стопанства и на бързо станалите заможни членове на собственото общество се е превърнал вече в непосредствена база за сравнение (срв. с Фукуяма 2006, с.198).

Така теоретичните заключения в книгата на Франк „Да избереш правилното бласто” са в съзвучие с все по-големия брой емпирични изследвания в икономиката на щастието, които последователно установяват, че не номиналните стойности на дохода определят субективното усещане за благосъстояние, а относителното им ниво¹⁷ (Седларски/Панайотов, 2013). Конструирани и пресмятани от различни автори индекси на щастието не показват нарастване в развитите западни икономики (САЩ, Великобритания, също Япония) въпреки драстичното повишение в средните доходи, качеството на потребяваните блага, условията на труд, здравния статус и т.н. през последните 50 години. (Easterlin, 1973; Scitovsky, 1976, гл.7; Тофлър/Тофлър, 2007, с.336; Фукуяма, 2006, с. 246-247).

В тази връзка може да бъде приведена и по-ранната теза на Дж. К. Галбрайт за идеологическия характер на убеждението, че потреблението на по-голямо количество блага води до житейско щастие и на конституирането му като основна цел на индивидуалните усилия в пазарното общество. Културологични изследвания като това на Р. Ингълхарт също отхвърлят материалното развитие като самоцел: “Отвъд определен праг от доход на глава от населението, по-високите доходи намаляват ръста на субективното благополучие” (Inglehart, 1997, с. 38). Както твърди Таунсенд (Townsend 1979, с.17-18): „Всяка строга концептуализация на социалното определяне на нуждата унищожават идеята за абсолютна нужда ...”. Още Маркс пише, че потребностите се увеличават с нарастването на производителността на труда, а за щастието е необходим баланс на потребности и възможности за производство. В съвременните общества желанията изпреварват възможностите, въпреки бързото нарастване на последните (Фукуяма, 2006, с. 198; Frank, 1985, с.32-33; Sen, 1983). Дори вглеждането в първия закон на Госен за намаляващата пределна полезност от потреблението може да подсказва илюзорността на хедонистичния идеал на консуматорското общество (щастие чрез максимизация на потреблението). В историята големите култури са се отличавали именно с ефективни решения (светогледни системи, философия, религия) за ограничаване на непосредственото задоволяване на желанията и постигане на дългосрочно житейско удовлетворение.

¹⁷ Авторът шеговито дефинира богатството като всичко, което е с поне 100 долара повече от годишния доход на мъжа на сестрата на собствената съпруга (Frank, 1985, с.5).

На свой ред темата за показното потребление от творчеството на Веблен и концепцията за „позиционните блага” (*positional goods*) в работата на Ф. Хирш (Hirsch 1976), които се търсят не заради конкретните си качества, а поради статусните си характеристики, намират в работата на Франк своето съвременно развитие. Индивидуалните предпочитания зависят от групата, към която икономическите субекти са решили да се причислят, както и от желания статус в нея. Т.е. рационалното оптимизационно поведение не е независим индивидуален процес, затворен само в отношението между икономическия субект и разполагаемите блага, както в неокласическата представа (вж. Postlewaite, 1998; срв. също със социологическата концепция за *социална роля*). Ако например всички в дадена група изберат да се обличат скромно, това ще запази предишните статусни позиции на членовете ѝ непроменени. Когато отделен индивид обаче вземе такова решение сам, той рискува спад в относителната си позиция с всички произтичащи от това неблагоприятни ефекти.

Едно от важните макроскопични следствия от факта, че за да съхрани статусното си ниво, отделният пазарен участник се подчинява на тенденцията, наложила се в *референтната група*, е непосредствено свързано с дискусията за налагането и стабилността на капиталистическата система. Ако в дадена общност индивидите са приели като норма да полагат значителни трудови усилия, за да си позволят високо ниво на потребление, това би подтикнало всеки отделен член към подобно поведение с цел запазване на статусната му позиция. В крайна сметка ще се стигне до общество с висока производителност и заетост (вж. кейнсианския мултиплициращ ефект от повишеното потребление). Обратно, в общества със стабилни статусни структури, установени при ниско ниво на усилията, налагането на подобна социална норма ще бъде силно затруднено. Следователно, пазарната динамика на съвременното потребителско общество – подтика към все по-голяма консумация и фокусирането върху работата и максимизацията на дохода – може да бъде разглеждана в контекста на статусната игра (съревнование) на Хьойзинха (2000)¹⁸.

¹⁸ Приносът на Франк може да бъде разглеждан от тази перспектива обаче и като продължение на аргумента за негативния стимул (гледа) за участие на пазарите у Полани в съвременни условия – участниците в пазарната система са подтиквани към непрекъснато действие чрез страха от загубата на статус (относителното си положение спрямо членовете на своето близко обкръжение, или – в социологическата терминология – на своята референтна група) (вж. Frank, 1985, с.8). Срв. отново със стремежа към признание от другите у Фукуяма (2006, с.213, 223, 232) и връзката с концепцията за идентичност на Akerlof/Kranton (2005), при която с желанието за принадлежност към определена статусна група в дадена организация (например водещите служители, най-добрите войници) се обяснява

Същевременно привличането на статуса като аргумент във функцията на полезност на индивидите еднакво добре обяснява и противоположните тенденции – описаните от Полани форми на социален контрол за ограничаване пазарната конкуренция в по-ранни исторически епохи (вж. Седларски, 2011). Дори съвременните обществени регулации за безопасност и добри условия на труд, нормираното работно време и други “патерналистични” мерки, понижаващи степента на свобода на конкурентното пазарно действие, имат за цел да намалят „залозите” в играта за надмощие еднакво за всички участници. В противен случай конкуренцията за по-висока печалба (или заплата) би се водила до изчерпване на всяка възможност за намаляване на разходите чрез влошаване на условията за труд и повишаване на риска (Frank, 1985, с.11-12)¹⁹. Франк сравнява последствията с тези при спортната надпревара. Победител в боксовия мач би имало, независимо дали участниците носят предпазни ръкавици или не. Когато обаче се въведе задължителното правило да се използват ръкавици, победата се постига с по-малко поражения за всички, оставайки все така желана заради статуса, който носи²⁰. Всеки хокеен играч, например, е по-маневрен, когато не носи предпазен шлем и би предпочел да участва в мачовете без него. В крайна сметка, ако такова поведение се разреши, всички биха играли необезопасени, за да постигнат по-лесно победа (равновесие по Неш). Цената би се изразявала в множество наранявания. Когато обаче играчите и на двата хокейни отбора носят шлемове, т.е. видимостта и маневреността е намалена еднакво за всички, играта отново е възприемана като „честна” (победата е честно оспорвана и носи очаквания висок статус)²¹.

В този контекст множеството съществували в историята институции, ограничаващи конкурентния сблъсък между индивидите в обществото – моралните норми на чест и достойнство при воденето на битка или дуел, но и разглежданите от Полани и Вебер ранни социални институции, регламентиращи стопанската дейност

нивото на полаганите усилия (за да се предотврати „изпадане от редиците”). Тя, според авторите, предлага по-реалистично описание на мотивацията от монетарния (материалния) стимул за всяко усилие (срв. със Sedlarski, 2010).

¹⁹ Масовият избор на служителите в частния сектор в България от близкото минало да се осигуряват социално на минимална заплата, а да получават разликата в брой, може да се разглежда като свидетелство за недалновидното индивидуално поведение, предвидено от Франк (Frank, 1985, с.11-12).

²⁰ Ако изведнъж, пише Франк (Frank, 1985, с.7), качеството на обучение във всички университети по света спадне наполовина, студентите в Харвард ще продължат да се чувстват лидери сред своите връстници по света.

²¹ Наложеният от държавата задължителни (за всички) форми на спестяване (например вноските за социално осигуряване) имат, по мнението на Франк (Frank 1985, с.11) сходна цел. Вж. различната трактовка на бариерите пред „прекомерното инвестиране“ (*overinvesting*) в спортни постижения в Alchian/Demsetz (1972), бел. 15.

Седларски, Т. (2014), "Социалнопсихологически аспекти на пазарната размяна в институционалната икономика", *Икономическа мисъл*, 1/2014, с.95-114.

като гилдийната организация, имат за цел осигуряване на по-безопасна (контролирана) статусна надпревара. Премахването на традиционните ограничения с институционалните преобразувания на Ренесанса (Втората икономическа революция, вж. North/Thomas, 1971; 1973), дава простор за (нечестна според много от предишните норми) борба на всеки с всеки с всички възможни средства за статус чрез притежание на материални блага. Свободната конкуренция, която Хайек възхвалява като най-висша форма на координация на човешките усилия и организация на обществените отношения, е всъщност тъкмо това, към чието потискане са били насочени съзнателно или несъзнателно институционалните усилия на цели култури (срв. с North/Wallis/Weingast, 2009, с.15). Не е учудващо тогава, че непосредствено след въвеждането ѝ, в пазарния XIX век, тя нанася обществените поражения, описани от Полани, преди да бъдат изработени нови механизми за социален контрол над поведението на свободния пазар.

Концептуалната рамка на Р. Франк е още един пример, наред микро- и макроинституционалния анализ на пазарите в новата институционална икономика, подхода на новата стопанска история и интерпретацията на разгледаните от Полани социални развития през призмата на имуществените права и транзакционните разходи от Д. Норт (Седларски, 2013 и 2013а), за това, как културологични и социологически обяснения на обществени отношения могат да бъдат заместени с икономически, използващи методологичен апарат на по-високо теоретично равнище. Всички те се явяват едновременно илюстрация на „*икономическия империализъм*” (стандартно обвинение на социолозите от десетилетия, вж. Пеовски, 1999), навлизайки дълбоко в обяснението на социалното поведение на човека в обществото, но и свидетелство за развитие на самата икономическа наука към по-голяма реалистичност в анализа на индивидуалните стопански избори и функционирането на икономическата система като цяло.

Заклучение. Обединение на подходите в рамките на новата институционална икономика

В своята съвкупност разгледаните социалнопсихологически аспекти на пазара позволяват разкриването на особеностите му като специфична институционална конструкция, опосредстваща размяната. Новата институционална икономика предлага подходяща теоретична платформа за интегрирането на всеки един от подходите с помощта на концепциите за формални и неформални норми, имуществени права,

Седларски, Т. (2014), “Социалнопсихологически аспекти на пазарната размяна в институционалната икономика”, *Икономическа мисъл*, 1/2014, с.95-114.

транзакционни разходи, ограничена рационалност и социални мрежи²² (Седларски, 2013).

Анализите на функционирането на реални пазари водят до извода, че организация, близка до класическата представа за съвършена конкуренция може да се постигне само (парадоксално в контекста на либералните икономически доктрини) с цената на строги регулации на стопанските транзакции. Наред с това опитът за наподобяване на теоретичната конструкция на съвършената конкуренция в действителни ситуации води до редица нежелани последствия като големи разходи на време на евентуалните партньори, недоверие, пропуснати печалби, а в социологически план – дори очакван упадък на морала и добрите нрави²³.

В рамките на *новата стопанска история* този подход дава основата за формулиране на теоретични обяснения за икономическото развитие на отделни общества. Исторически пазарите се отличават по различната степен, в която конкуренцията прониква в обществото. Средновековните градски пазари, както показва анализът на Карл Полани, имат малко влияние върху социалната структура и стопанския живот като цяло. За разлика от тях, съвременните пазари включват конкуренция както в етапа на размяната, така и на етапа на производството и определят в голяма степен социалното съществуване на модерния човек. Тъй като разходите по измерване и *принудително изпълнение (enforcement)* са се променяли в историята с тенденция да намаляват благодарение отчасти на технологичния напредък, въвеждането на общи мерни единици, възникването на държавата и единния безличен

²² Всеки пазар може да се разглежда като *социална мрежа*, обединение на индивиди с общи интереси. Възвращаемостта на отделния участник в социалната мрежа „пазар“ нараства с увеличаване на броя на членовете (мрежов ефект). В контекста на непреднамереното създаване на пазарите (в традицията на Менгер и Хайек: англ. spontaneous vs. made order) конкретната им организация може да се обясни като равновесие на повтаряща се координационна игра (срв. с Richter, 2007, с.485). Подобно на Нортовата концепция за „институционални предприемачи“ (а в по-общ план и в съзвучие с Марксовия анализ и този на Полани), Фуруботн и Рихтер застъпват обаче тезата, че пазарите биват най-често създадени от хора („market makers“, „organizational entrepreneurs“: членове на градските съвети, аристократи или църковните управи в миналото, производители на нови продукти и др.), които целенасочено инвестират ресурси за изграждането им (понякога използват „наготово“ вече съществуваща организация / ресурси на други институции, вж. Furubotn/Richter, 2010, с.х; Richter, 2011, с.3; 2007, с.486). По този начин се обосновава позиция, противоположна на старата класическа идея за пазарите като „природно дадени“ и на представата за пазарните правила като подобни на физическите закони. Рихтер разширява концепцията за активното създаване на пазари, разглеждайки ги като *организации*, в които е налице „достатъчно пространство за частни колективни действия на търгуващите“ (Richter 2007, с.486).

²³ В трактовката на Ankarloo (2002, с.4) така новата институционална икономика разполага с аналитичния инструментариум да определи не само кога пазарът е ефективно институционално решение, но кога други институции и организации могат да бъдат по-ефективни (като разгледаните непазарни, некапиталистически институции още в North/Thomas, 1973). Икономическата социология се различава в този пункт от общата посока на търсене в новата институционална икономика, доколкото не приема ефективността като обяснение за реално сложилите се пазарни структури (вж. Swedberg, 1994, с.271). За критично разглеждане на концепцията за институционална ефективност вж. Седларски (2009; 2010).

Седларски, Т. (2014), “Социалнопсихологически аспекти на пазарната размяна в институционалната икономика”, *Икономическа мисъл*, 1/2014, с.95-114.

правов ред, е бил отворен пътят пред пазарната инвазия на размяната на „възможности и предимства” (Weber 1978, с.38) в различни обществени сфери.

Но Д. Норт, един от водещите икономически историци, въвел широко използването на теорията на транзакционните разходи в изследването на стопанствата от миналото, споделя мнението, че Полани е прав, когато настоява, че икономистите надценяват ролята на пазарите в историята (North 1977, с.706). Не отчитайки значението на непазарни алокативни механизми като реципрочността и редистрибуцията, които са предопределяли хода на стопанския живот в огромната част от човешкото историческо развитие, икономистите, ограничени единствено до изследване на функционирането на ценовия механизъм, могат да допринесат малко за анализа на ранните общества и дори цялостния стопански процес днес. Всъщност ценообразуващите пазари („price-making markets” по изразу на Полани) никога не стояли в основата на огромно множество икономически решения. В рамките на домакинствата, доброволните организации или правителствата ресурсите не са се разпределяли и не се разпределят на пазарен принцип. Реципрочността и редистрибуцията продължават да направляват икономическите транзакции там. Разбира се, това положение не е непроменливо. Историята изобилства от примери на преминаване на икономически дейности от сферата на домакинството към пазарите (а след това евентуално към правителството, като например осигуряването на грижата за възрастните).

Ключовото разбиране за анализа на пазарната организация на обществото, следователно, е, че – подобно на общия дух в Марксовия анализ – тя е *социален конструктор*, система от (конституционни, мета-)правила, които следва да бъдат приети, изпълнявани и налагани от членовете на обществото (независимо дали съзнателно или не), преди ежедневните стопански (а и множество социални – извънстопански) отношения да започнат да функционират на „пазарен принцип” – да бъдат подчинени на пазарната, рационалистична логика (Норт, 2000, с.273; Владимиров, 1999, с.21; Hodgson, 1998). Тази сложна макрорамка е резултат от колективно действие в смисъла на Олсон (2001), което изисква значителни инвестиции на обществени ресурси – за *надпазарен* контрол и принудително изпълнение на пазарните правила.

Цитирана литература:

Седларски, Т. (2014), "Социалнопсихологически аспекти на пазарната размяна в институционалната икономика", *Икономическа мисъл*, 1/2014, с.95-114.

- Вебер, М., (2005 [1904]) *Протестантската етика и духът на капитализма*. София: Изд. „Гео Милев”.
- Владимиров, Ж. (1999), *Културното наследство срещу демокрацията и пазара. България 1989-1998*. София: Софийски новини.
- Колев, Б. (2002), *Икономическа култура на България*. София: Университетско изд. Стопанство.
- Норт, Д. (2000 [1990]) *Институции, институционална промяна и икономически резултати*. София: Изд. ЛиК. Превод от: North, D. C. (1990): *Institutions, Institutional Change, and Economic Performance*. New York: Cambridge University Press.
- Олсън, М. (2001 [1982]) *Възход и упадък на нациите. Икономически растеж, стагфлация и социални ограничения*, София: Златорогъ. Превод от: Olson, M. (1982): *The Rise and Decline of Nations: Economic Growth, Stagflation, and Economic Rigidities*. New Haven and London: Yale University Press.
- Седларски, Т. (2013), *Нова институционална икономика*. София: Университетско издателство "Св. Климент Охридски".
- Седларски, Т. (2013а), *Институционални аспекти на пазара*. София: Университетско издателство „Св. Климент Охридски“.
- Седларски, Т. / Ж. Панайотов (2013), "Изпълзващата се цел на щастието“, *Годишник на СУ „Св. Климент Охридски“ – Стопански факултет*, Том 15, под печат.
- Седларски, Т. (2011), "Несвободното възникване на свободния пазар - 'Великата трансформация' на Карл Полани", *Икономическа мисъл*, 1/2011, 51-72.
- Седларски, Т. (2010) "Еволюция на теорията на институционалната промяна на Д. Норт", *Икономически алтернативи*, 2/2010, с.82-95.
- Седларски, Т. (2009) "Неформални институции, идеологии и транзакционни разходи", *Социологически проблеми*, 3-4/2009, с.139-155.
- Паспаланова, Е. (1999) *Психологически измерения на индивидуализма*. София: Академично издателство "Проф. Марин Дринов".
- Пеовски, В. (1999), „Икономическият империализъм”, *Икономическа мисъл*, 6/1999.
- Тофлър, А. / Х. Тофлър (2007 [2006]), *Революционното богатство*. София: Изд. Обсидиан.
- Фром, Е. (2004 [1955]) *Душевно здравото общество*. София: Изд. Захарий Стоянов.
- Фром, Е. (2001 [1941]) *Бягство от свободата*. София: Изд. Захарий Стоянов.
- Фукуяма, Ф. (2006 [1992]) *Крайт на историята и последният човек*. София: Обсидиан.
- Хъйзинха, Й. (2000), *Homo Ludens*. София: Изд. „Захарий Стоянов”.
- Alchian, A. A. / Demsetz, H. (1972), "Production, Information Costs and Economic Organization", *American Economic Review*, 72, 777-795.
- Akerlof, G. A. / Kranton, R.E. (2005), „Identity and the Economics of Organizations”, *Journal of Economic Perspectives*, 19(1), 9-32.
- Ankarloo, D. (2002), "Using Karl Polanyi as a Stepping Stone for a Critique of the New Institutional Orthodoxy", Paper to be presented at the CRIC Workshop: "Polanyian Perspectives on Instituted Economic Processes: Development and Transformation". The University of Manchester, U.K., 23 – 25 October 2002.
- Coase, R. H. (1960) "The problem of Social Cost", *Journal of Law and Economics*, 3(15), 1-44.
- Coase, R. H (1937), The Nature of the Firm, *Economica* 4(16):386–405.
- Denzau A. / D. C. North (1994) "Shared Mental Models: Ideologies and Institutions". *Kyklos*, 47(1), 3-31.
- Duesenberry, J. (1949), *Income, Saving, and the Theory of Consumer Behavior*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press.

Седларски, Т. (2014), “Социалнопсихологически аспекти на пазарната размяна в институционалната икономика”, *Икономическа мисъл*, 1/2014, с.95-114.

- Easterlin, R. (1973), “Does Economic Growth Improve the Human Lot? Some Empirical Evidence”, in: *Nations and Households in Economic Growth: Essays in Honor of Moses Abramovitz*, Melvin, P. / Reder, D. (Eds.). Palo Alto, Calif.: Stanford University Press.
- Egidi, M. (1996) “ ‘Creative Destruction’ in Economic and Political Institutions”. In: *Economic institutions, markets and competition: Centralization and decentralization in the transformation of economic systems*, Dallago, B.; Mittone, L., (eds.), Cheltenham, U.K.: Elgar, 33-62. Available online under: <http://ideas.repec.org/p/trn/utwpce/9505.html>
- Frank, R. H. (2007) *The Economic Naturalist*, New York: Basic Books.
- Frank, R. H. (1985), *Choosing the Right Pond: Human Behavior and the Quest for Status*. New York: Oxford University Press.
- Furubotn, E. / Richter, R (2010), “The New Institutional Economics of Markets: An Introduction” in: Furubotn, E. / Richter R. (Eds.) *The New Institutional Economics of Markets*, Cheltenham, UK: Edward Elgar.
- Hirsch, F. (1976), *The Social Limits to Growth*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press
- Hodgson, G. M. (1998), "The Approach of Institutional Economics", *Journal of Economic Literature*, Vol. 36, No. 1. (Mar., 1998), 166-192.
- Inglehart, R. (1997), *Modernization and Postmodernization: Cultural, Economic and Political Change in 43 Societies*. Princeton University Press, Princeton.
- Layard, R. (1980), “Human Satisfaction and Public Policy”, *The Economic Journal*, 90, 737-750.
- Leibenstein, H. (1950), “Bandwagon, Snob and Veblen Effects in the Theory of Consumers’ Demand”, *Quarterly Journal of Economics*, 64, 183-207.
- McMillan, J.(2002), *Reinventing the Bazaar: A Natural History of Markets*, New York and London: W.W. Norton and Co.
- North, D. C. (1988), *Theorie des institutionellen Wandels. Eine neue Sicht der Wirtschaftsgeschichte*. Tübingen: J.C.B. Mohr (Paul Siebeck).
- North, D. C. (1977), „Markets and Other Allocation Systems in History: The Challenge of Karl. Polanyi”, *Journal of European Economic History*, 6(3), 703-16.
- North, D. C. / R. P. Thomas (1973), *The Rise of the Western World. A New Economic History*. Cambridge: Cambridge University Press.
- North, D. C. / R. P. Thomas (1971), “The Rise and Fall of the Manorial System: A Theoretical Model”, *Journal of Economic History*, 31, 777-803.
- North, D. C. / J. J. Wallis / B. R. Weingast (2009) *Violence and Social Orders. A Conceptual Framework for Interpreting Recorded Human History*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Polanyi, K. (1977), *The Livelihood of Man*. New York: Academic Press.
- Polanyi, K. (1971 [1957]) *The Economy as an Instituted Process*, in Polanyi, K./Arensberg, C.M./Pearson, H.W. (eds.) (1957) *Trade and Market in the Early Empires*, Free Press, New York.
- Postlewaite, A. P. (1998), “The Social Basis of Interdependent Preferences”, *European Economic Review*, 42, 779-800.
- Richter, R. (2011) “The New Institutional Economics of ‘The Market Itself’. An Attempted Answer to a Complaint by Ronald Coase”, *Historical Social Research*, Vol.36, No.3 (2011), 34-54.
- Richter, R. (2007), “Views and Comments on the New Institutional Economics of Markets: The market as Organization”. *Journal of Institutional and Theoretical Economics JITE*, 163(3):483–492, September 2007.
- Schwartz, B. (2004), *The Paradox of Choice: Why More Is Less*. Hopewell, NJ: Ecco.

Седларски, Т. (2014), “Социалнопсихологически аспекти на пазарната размяна в институционалната икономика”, *Икономическа мисъл*, 1/2014, с.95-114.

Schwartz, B. (1994), *The Costs of Living: How Market Freedom Erodes the Best Things in Life*. New York: W. W. Norton.

Scitovsky, T. (1976), *The Joyless Economy*. New York: Oxford University Press.

Sedlarski, T. (2010), “Kommentar zu Henrik Egbert: ‘Die Gesetzesreform zur Entwicklung des wissenschaftlichen Personals in Bulgarien’”, *Osteuropa-Wirtschaft*, 55 Jhg, 4/2010, 311-317.

Sen, A. (1983), “Poor Relatively Speaking”, *Oxford Economic Papers*, 35, 153-167.

Simon, H. (1955), “A Behavioral Model of Rational Choice,” *Quarterly Journal of Economics*, 1955, 69 (1).

Swedberg, R. (1994), “Markets as Social Structures”, in: Smelser, N. J. and R. Swedberg (eds.) *The Handbook of Economic Sociology*, Princeton, N.J.: Princeton University Press, 1994, 255-282.

Thurow, L. (1980), *The Zero Sum Society*. New York: Basic Books.

Townsend, P. (1979), “The Development of Research on Poverty”, in: *Social Security Research: The Definition and Measurement of Poverty*, Dept. of Health and Social Research. London: HMSO.

Weber, M (1978 [1922]), *Economy and Society: An Outline of Interpretative Sociology*. Roth, G. / C. Wittich (Eds.), 2 vols. Translated by Fischhoff, E. et al. Berkeley: University of California Press.

Williamson, O. (1993), “Transaction Cost Economics Meets Posnerian Law and Economics”, *Journal of Institutional and Theoretical Economics (JITE) / Zeitschrift für die gesamte Staatswissenschaft*, Vol. 149, No. 1 (Mar. 1993), 99-118.

Williamson, O. (1985), *The Economic Institutions of Capitalism*, New York: Free Press.

Williamson, O. E. (1975), *Markets and Hierarchies: Analysis and Antitrust Implications*, New York: Free Press.