

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОЕ ВОПЛОЩЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНЫХ ЦЕННОСТЕЙ

Петрушенко Ю.Н., Мареха И.С.

Переосмысление основных постулатов рыночного механизма в связи с происходящими институциональными изменениями в обществе ориентировано на поиск альтернативных ресурсов экономического процветания в условиях обостряющейся конкуренции.

При разработке моделей устойчивого развития всё ещё делается акцент на оптимизацию производства, между тем поискам альтернативных путей экономического развития уже тесно в рамках неоклассического анализа и теории общественного выбора.

К числу движущих сил развития всё чаще относят распространение общечеловеческих ценностей и их институциональное воплощение.

Экономическая конкуренция в третьем тысячелетии ставит вопрос о воплощении в рыночные механизмы хозяйствования ресурсов с более мотивационными и ценностными аспектами.

Конкуренция на ценностной основе подразумевает господство духа и энергетики над экономической “материей”.

В новых условиях потребность в работнике, способном на добровольно-принудительную максимальную отдачу, а также ценностях, создаваемых трудом, в условиях товарного изобилия и производственной избыточности выходит за узкие рамки чисто хозяйственных отношений.

В связи с этим со всей очевидностью происходит смена приоритетных ресурсов мирового развития и выход на арену конкурентного сражения новых базовых ценностей.

Сегодня решающими факторами конкурентоспособности, заложенными в экономике, в качестве регулятивной системы выступает система институтов. Наиболее остро ощутима потребность в подсистемах институтов, мотивационно нацеленных на долгосрочность.

Анализ параметров влияния культурных факторов на конъюнктуру рынка представляется поэтому вполне закономерным.

На данном этапе развития культура становится одним из важных факторов производства, необходимым условием повышения производительности труда и экономического процесса в целом.

Внутренние творческие резервы культуры восполняют изначальную ограниченность материальных ресурсов, выступая одним из факторов интенсивного развития экономики и бизнеса.

В современных экономических отношениях превращение знаний в главный стратегический ресурс, а также замена производственной деятельности творчеством как сущностной характеристикой знания обуславливает изменение характера конкуренции.

Интеллектуальные потребности неотделимы от информации как основы творчества, которое выступает в качестве новой главной экономической фазы производства в условиях новейшей эпохи интеллектуальной конкуренции.

Творческие ресурсы культуры выделяются как новая, пятая фаза, дополняющая четыре предыдущие – производство, распределение, обмен, потребление – в качестве решающей фазы в условиях конкуренции.

Это свидетельствует о смещении центра тяжести в сфере конкурентоспособности в культурно-ценностное русло, т.е. в сферу духа, а не материи.

Творчество – это способность интегрировать дискретные элементы знаний в новые комбинации, ранее неизвестные. Творческий потенциал конкуренции определяет инновационную стратегию ведущего звена хозяйственной системы.

Овеществлённый результат творчества в производстве общественно-необходимых благ становится для производителя конкурентным экономическим преимуществом.

В свою очередь рыночное превосходство товара стимулирует его ещё более творческое отношение к самому процессу производства. Таким образом, творчество и конкуренция создают “петлю своего взаимного усиления”.

Выявление культурной мотивации рыночных изменений оказывается эффективным средством анализа масштабных перемен в структуре современного миропорядка.

Культурные потоки отражают постоянно меняющуюся реальность и реагируют на эти изменения, формируя институциональный дизайн рыночной конъюнктуры.