

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА СТАНОВЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ МОДЕЛЕЙ ПОВЕДЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СУБЪЕКТОВ

Многие отечественные и зарубежные исследователи с позиций рационального подхода говорят о специфике дальнейшего «накопления» рыночных трансформаций существующих моделей поведения хозяйствующих субъектов и влияющих на траекторию развития последних как агентов «цивилизованной» рыночной экономики) [1; 2, с.23]. Рациональное знание, полученное в ходе таких исследований, позволяет описать в основном статику взаимоотношений экономических субъектов, персонифицирующих уровни организации социально-экономической системы, на основе выделения в рамках единого коммуникационного процесса таких институционально-экономичных форм, как: конкурентоспособность, конкуренция, предпринимательство и т.д. Доминирование рационального подхода к изучению этих рыночных институциональных форм неизбежно приводит к их «застыванию» на определенном уровне понимания. При таком упрощенном подходе «костенеет» трактовка конкурентоспособности – наиболее чувствительной к влиянию субъективных представлений институции, что на практике приводит к «консервации отсталых черт» существующих рыночных моделей поведения производителей и потребителей.

Речь идет о том, что многие отечественные производители в стремлении получить достаточно быструю прибыль от использования институции конкурентоспособности долгое время в своей практической деятельности эксплуатируют фактически неинновационную рыночную модель поведения массового потребителя, сложившуюся под воздействием не столько экономических факторов, сколько историко-культурных, образовательных, социально-психологических и т.д. Комплексное воздействие указанных факторов на рыночное поведение потребителя проявилось в том, что у населения возникла установка на скрытую, «незаметную» жизнь, связанную с необходимостью перетерпеть «негативное» влияние (экономической, социальной, природной и т.д.) среды существования. Такой жизненный идеал проявился в индивидуализме, апатии, ограниченности внешней социально-экономической активности (во всех ее проявлениях) и фактически снижению восприятия инновационных продуктов, услуг [3].

Сложившийся ограниченный «образ» потребителя для фирмы-производителя означал: во-первых, представление о непритязательности потребностей покупателей и отсутствии у потребителей запросов инновационного типа и, прежде всего, активной экологической позиции; во-вторых, появление дополнительного деформационного фактора, тормозящего появление новых прогрессивных (инновационного типа) характеристик рыночного поведения всех взаимодействующих субъектов (конечных покупателей, производителей, посредников и т.д.). В совокупности причин, обусловивших и усиливших подобные искажения немаловажную роль сыграли также факторы, не имеющие столь откровенно деформационного характера действия (хотя существенные по последствиям воздействия), к которым можно отнести: отношение к духовности общества как к второстепенному явлению, своеобразной «производной» культуры; поверхностный подход к общественным ценностям (прежде всего охране окружающей среды), обращение к которым зачастую было «данью моде», а не внутренним побудительным мотивом деятельности всех экономических субъектов.

На наш взгляд, именно абсолютизация рационализма в теории и на практике привела к подмене «ценностной рациональности» так называемой инструментальной (возрождению механистического подхода в научных исследованиях) [4], что фактически «закрыло» дорогу нелинейному мышлению, которое, как известно, требует не узкопрофильной, а фундаментальной подготовки общества, формирования целостного мировоззрения, позволяя найти оптимальное сочетание рационального и интуитивного знания, и как бы «уравновесить» сформированный рациональным знанием интеллект человека и «высшее внутреннее знание» как результат накопленных внутренних ценностей общества (сохранение окружающей среды, «экологически чистое» производство и потребление, отношение к природе и человечеству как к уникальному симбиозу разных систем и т.д.) [5]. Приходя к такому выводу ученые, констатируют необходимость обращения к высокодуховному знанию общества, позволяющему действительно перейти от стратегии выживания к стратегии развития современного общества [6; 7, с.5-6].

Стратегия выживания должна уступить место стратегии развития, которая позволит: воспринять общество как составную часть универсума – темпорального пространства жизнедеятельности социума с возрождением его природно-экологической, экономической, духовной, социальной и политической сфер существования; восстановить духовность на новой «интеллектуальной» основе, предполагающей не только сочетание рационального и интуитивного знания, но и их неразрывную связь; изменить ментальный статус общества, в сознании и поведении которого должны воплотиться социально-этические нормы взаимоотношений, позволяющие сформировать действительно инновационные модели поведения всех его взаимодействующих экономических субъектов.

1.Ерохина Е.А. Адаптация экономики к новому аттрактору: роль конкуренции и государства. (Режим доступа: <http://pozdneyakov.tut.su/seminar/art98/a011698.html>).

2. Безручко Д.С. Методологічні засади синергетичного підходу до аналізу інформаційного економіки / Д.С. Безручко // Формування ринкової економіки. – 2010. – № 24. – С.18-25.

3. Губенко О.В. Соціально-психологічні проблеми формування особистості в умовах нормативної кризи суспільства. (Режим доступа: http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/ppp/2009_9/gubenko.htm).

4. Пугачева Е.Г. Синергетический подход к исследованию социально-экономических систем. (Режим доступа: <http://iee.org.ua/files/pub/76.ua.ru.en.pdf>).

5. Мудрагей Н.С. Рациональное и иррациональное – философская проблема (Читая А. Шопенгауэра) / Н.С.Мудрагей // Вопросы философии. – 1994. – № 9. (Режим доступа: <http://www.philosophy.ru/library/vopros/41.html>).

6. Сухомлинова В.В. Механизмы самосохранения системы в современном социуме. (Режим доступа: <http://pozdneyakov.tut.su/seminar/art98/a010198.html>).

7. Тарасевич В.М. Апологія екуніки (про економічне наукове й універсам не знання)/ В.М. Тарасевич // Економічна теорія. – 2011. – № 1. – С. 5-20. (Режим доступа <http://dspace.nbuv.gov.ua:8080/dspace/bitstream/handle/123456789/28444/01-Tarasevitch.pdf?sequence=1>).