

Секція: Менеджмент інноваційної та інвестиційної діяльності

Кучерук Т.Г.

к.е.н., докторант

Науково-дослідний економічний інститут

м. Київ, Україна

ВЗАЄМОДІЯ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ У ПРОСТОРИ ІННОВАЦІЙНИХ КОМУНІКАЦІЙ

Головним джерелом економічного зростання країни та забезпечення її конкурентоспроможності у глобальній економіці стають нові ідеї, технології та розроблені на їх основі інновації. Процес формування та використання конкурентних переваг суб'єктів господарювання передбачає врахування відповідних передумов, серед яких – кількість і якість основних фондів; фінансове забезпечення інноваційного розвитку; рівень кваліфікації робочої сили; технологічні можливості, які визначаються розвитком фундаментальних технологій; стратегічний менеджмент; ефективність, гнучкість комунікаційної інфраструктури, охорона інтелектуальної власності тощо.

Турбота про гармонійний інноваційно орієнтований розвиток суб'єктів господарювання – це складова національної безпеки. Втім, на рівні життєвого світу особистість включена в спільноту як ланка ланцюга, що знаходиться у комунікативних взаємозв'язках. Соціальну взаємодію суб'єктів господарювання на цьому рівні забезпечують цінності і норми, що діють у межах глобального простору. Найважливішу роль в ньому відіграють неформалізовані моральні регулятиви. В асоціативних угрупованнях їхня цілісність і успішність функціонування залежить від поведінки комунікантів.

Ю. Хабермас, аналізуючи людину, виходив з ідеалу вільної комунікації. В цьому випадку жоден з учасників не зазнавав обмежень з боку владних структур і нормативних правил. Він розрізняв інструментальну і комунікативну поведінку. Перша спрямована на реалізацію певного інтересу, а не на

досягнення порозуміння і веде до свідомого або несвідомого обману партнера. В цьому випадку суб'єкт має справу зі спотворенням комунікації, а при свідомому обмані - з маніпулюванням. Друга спрямована на створення упорядкованої нормативної системи стійких міжособистісних стосунків і стійкої структури особистості, здатної до самоздійснення. Суспільна інтеграція забезпечується саме на шляхах комунікативної поведінки, яка є інтерсуб'єктивним зв'язком між суб'єктами з метою угоди [1, с.138].

Саме у міру розгортання потенціалу глобалізації людина з її психіко-фізіологічними властивостями стає слабкою ланкою в подальшому розгортанні інформаційної революції. Крім того, все менш сумісними з глобальною практикою виявляються творчі можливості. А їхня реалізація – головна умова розвитку сучасної економіки. Неприйнятним для досягнення стійкого розвитку є і культивування в індивідів неприборканих особистих потреб. І, звичайно ж, несумісною з глобальним впорядкуванням стає деградація індивідів в ролі руйнування моралі, так і ажіотажного споживання [2, с.16].

Диференціація суспільства призводить до появи різних утворень і спільнот, ідентифікація з якими для особистості утруднена. Інколи ці співтовариства є антагоністами, і визначеність відносно них породжує протилежні індивідуальні устремління. Крім того, кожен індивід орієнтований на різні форми регуляції своєї поведінки. Йому доводиться погоджувати їх між собою, роблячи певний альтернативний вибір.

За таких умов, принципові риси взаємодії суб'єктів господарювання у просторі інноваційних комунікацій розкриваються крізь призму стадій так званого проблемного циклу (формулювання проблеми, пошук можливих шляхів її розв'язання, відбір найобґрунтованіших розв'язань проблеми та обґрунтування цих розв'язань). Перехід від однієї стадії до наступної зумовлений тим, що знайдені розв'язання і використані при цьому методи та моделі взаємодії суб'єктів господарювання у просторі інноваційних комунікацій самі слугують генератором постановки нових проблем.

Мотивація інноваційної діяльності суб'єктів господарювання постає як підґрунтя особливої форми цілепокладання – розв'язання завдань. Завдання і є та форма цілепокладання, де факт можливості послідовних перетворень, що приводять до певного результату, є самодостатнім. Мета у формі завдання задає суб'єктові критерії, які дозволяють оцінити продукт інноваційної діяльності як кінцевий результат. Тому чим більше мета операційно насичена, чим тісніше вона пов'язана із засобами, тим більш вона конкретна і дійова. Завдання виникає в логіці «реальні засоби – цільові засоби – засоби визначення в меті», а діяльність щодо розв'язання завдання розгортається в логіці «мета – загальні засоби – часткові засоби – результат».

Ключова ідея полягає у тому, що результативність інноваційної діяльності визначається не ефективністю ізольованих економічних агентів, а тим, яким чином вони взаємодіють у процесі генерації та розповсюдження знань, що в свою чергу, визначається розвиненістю внутрішньої та зовнішньої інституціональної середовища (нормативно-правової бази, організаційної культури, фундаментальних цінностей та ін.). Цей процес розвивається через інтелектуалізацію технологій, зростання наукомісткості виробленої продукції і розвиток ринку інтелектуальних товарів та послуг.

Література:

1. Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие / Ю. Хабермас. – СПб.: Наука, 2000. – 380 с.
2. Пахомов С. Стратегії діяльності ТНК і проблема дестабілізації світових ринкових відносин / С. Пахомов // Формування ринкових відносин в Україні. – 2010. - № 3. – С. 13 – 17.