

И.Е. Киселев,
кандидат философских наук, доцент

СОЦИОМЕНТАЛЬНЫЕ ФАКТОРЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В УСЛОВИЯХ ТРАНСФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА

На основе материалов научного исследования по теме «Социально-экономические демократические ориентации первичных участников и организаторов производства», предпринята попытка анализа социоментальных факторов экономической деятельности. Автор использовал метод междисциплинарного синтеза, который предполагает системный, целостный взгляд на сложные социально-гуманитарные проблемы, на основе принципа взаимодополнительности. Это позволяет глубже и основательнее анализировать экономические процессы и тенденции их развития.

Автор различает менталитет национально-исторический и социально-экономический. Первый тип менталитета, как правило, консервативен, устойчив и в меньшей степени подвержен изменениям. Социально-экономический менталитет более подвижен и динамичен. Он в большей степени связан с проблемами экономической психологии, национальной хозяйственной культуры и т.д. Отмечается, что существенным элементом хозяйственной экономической культуры является наличие определенных экономических стереотипов. Они рассматриваются как привычные, устоявшиеся представления и суждения, характеризующие экономические реалии.

Проведенный анкетный опрос на нескольких предприятиях в Беларуси, данные других социологических исследований позволили предложить ряд рекомендаций применительно к экономической сфере с учетом социоментальных факторов.

Предисловие

Социокультурные факторы выполняют опосредствующую функцию между объективными условиями и субъективными элементами экономической деятельности людей. Они (факторы) носят достаточно сложный и неоднозначный характер и не всегда их можно четко определить и операционализировать.

К социокультурным факторам можно отнести такие явления, как менталитет, национальная психология, духовная атмосфера общества, ценностные ориентации, нравственные нормы, мотивация людей. Сегодня как никогда необходимо переосмысление самого понятия «экономика», ее места в обществе, а также связи с другими сферами общественной жизни. Особенно это важно учитывать применительно к трансформационному обществу. Сложные процессы, происходящие в этом обществе, невозможно понять с точки зрения самодовлеющих, односторонних, линейных, чисто экономических процессов в духе экономического детерминизма.

Среди социокультурных явлений необходимо в первую очередь выделить менталитет. Эта категория является наименее разработанной в науке, до конца не проработан ее статус и взаимосвязи с другими понятиями. Пока данная категория в значительной степени носит описательный характер и чаще используется журналистами, социологами, этнографами.

Поэтому целью данной статьи является анализ социоментальных факторов экономической деятельности в контексте междисциплинарного синтеза.

Основная часть

Существуют различные определения понятия «менталитет». Например, словарь современной западной философии определяет менталитет как «глубинный уровень коллективного и индивидуального сознания, включающий и бессознательное, совокуп-

ность готовностей, установок и предрасположений индивида или социальной группы действовать, мыслить, чувствовать и воспринимать мир определенным образом. Менталитет формируется в зависимости от традиций, культуры, социальных структур и всей среды обитания и сам, в свою очередь, их формирует, выступая как порождающее сознание, как трудно определимый исток культурно-исторической динамики» [1, с. 176]. Наблюдаются попытки рассмотрения менталитета во взаимосвязи с такими еще мало-разработанными социальными характеристиками, как социокультурный код (В.С. Степин), историческая память. Его пытаются рассматривать в сопоставлении с национальными чертами, особенностями, ментальными характеристиками других народов, по принципу «мы» и «они» (Б.Ф. Поршнев). Такой подход тоже по-своему интересен, так как позволяет для расшифровки социокультурного кода соотечественников понять, с кем они себя в наибольшей степени самоидентифицируют, а кому и по каким качествам себя противопоставляют [2, с. 41]. На этом сопоставлении можно более точно и конкретнее зафиксировать ментальную самоидентификацию конкретного народа, в данном случае белорусов. При этом необходимо различать менталитеты национально-исторический и социально-экономический. Первый связан с особенностями исторического, геополитического развития, своеобразием национальной психологии, спецификой норм, традиций, ценностей, характерных для жителей той или иной страны. Этот тип менталитета связан с национальным характером. Он, как правило, консервативен, устойчив и в меньшей степени подвержен изменениям.

На формирование национально-исторического менталитета повлияло и географическое положение нашей страны, так как Беларусь — это место, с одной стороны, разделяющее европейский Запад и Россию, а с другой — соединяющее Запад и Восток. В этом случае Беларусь выполняет своеобразную роль моста между Востоком и Западом.

Естественно, такое двойственное положение Беларуси в прошлом и настоящем оказало и оказывает весьма существенное влияние на ее положение в восточноевропейском регионе и мире. Фактически Беларусь на протяжении веков не была самостоятельным государством, а полностью или частично входила в различные государственные образования: Речь Посполитая, Российская империя, Советский Союз.

Но это были не просто государства, а цивилизации со своими социокультурными ценностями, традициями и т.д. В прошлом Беларусь становилась частью то одного, то другого из этих миров, вбирая и перерабатывая их базовые ценности. В результате на территории современной Беларуси возникла своеобразная социокультурная ситуация, с сильно выраженной толерантной доминантой. В первую очередь, необходимо отметить определенную веротерпимость, обусловленную, прежде всего, наличием двух основных конфессий: католической и православной. Правда, порой возникала, да и сейчас существует в определенной степени проблема несоответствия религиозной и национальной идентичности. Например, часть белорусов, исповедующих католицизм, считают себя поляками. Но в целом подобная социокультурная ситуация — это положительный факт. Духовная жизнь белорусов всегда питалась соками различных культур. Через католицизм, латинский язык, Польшу воспринималась культура Возрождения, Просвещения, идеи свободы, демократии, уважения личности. Все это формировало фундамент демократических ценностей. Но, к сожалению, эта демократическая доминанта оказалась слабее и в значительной степени была подавлена влиянием с востока, со стороны Российской империи. Особенно этот процесс усилился после третьего раздела Польши (в конце XVIII в.) и Беларусь стала входить в состав Российской империи под названием Северо-Западный край.

Все эти исторические процессы в определенной степени повлияли на формирование менталитета, экономического поведения белорусов.

Как отмечает ряд исследователей в области экономической психологии, национальная хозяйственная культура определяет степень рациональности поведения представителей той или иной этнической группы. Можно следующим образом обобщить характеристики национальной экономической ментальности, которые могут способствовать или препятствовать достижению высокой степени рациональности поведения.

Например, российский ученый И.В. Розмаинский выделяет следующие характеристики национальной экономической ментальности: склонность / несклонность к «расчетливости» в сфере принятия хозяйственных решений; склонность / несклонность к независимости и ответственности в сфере принятия хозяйственных решений; склонность / несклонность к целеполаганию [2, с. 93].

Конечно, это далеко не полный перечень характеристик национальной экономической ментальности, оказывающих влияние на степень рациональности хозяйственного поведения. Пока можно сделать предварительный вывод о том, что национальная хозяйственная культура является важным каналом влияния на степень рациональности экономического поведения людей.

В то же время необходимо отметить, что в менталитете белорусов пока достаточно слабо представлены такие ценности рыночной экономики, как собственность, труд, богатство, инициатива, самостоятельность, что характерно для протестантской этики. Для достаточно многих людей понятия «собственность», «частный собственник» несут на себе не столько социально-экономическую, сколько социально-психологическую и этическую нагрузку.

В свою очередь, можно сказать, что ценность собственности аморфно представлена в сознании многих людей (об этом свидетельствуют данные исследований). Ценность труда находится пока во внешнем слое ценностей у достаточно многих людей. В то же время в сознании значительного количества людей представлены такие ценности, как власть, равенство, несамостоятельность, одинаковость. Эти ценности играют немалую роль и влияют на экономическое поведение людей.

Видимо, здесь сказываются еще установки советской идеологии, но не это главное. Думается, что нельзя огульно обвинять современных работников в некой лени, пассивности, отсутствии желания трудиться.

Пассивность, слабая инициативность определенной части рабочих и первичных руководителей объясняются ситуативными и ментальностными ограничителями современного переходного периода. Эти ограничители связаны с отсутствием или недостаточной информацией по ключевым вопросам современной социально-экономической политики, определенной моральной усталостью, связанной с чувством неопределенности, недостаточной результативностью экономических реформ.

Поэтому среди работников промышленных предприятий сохраняются и поддерживаются определенные социальные ожидания (экспектации), может быть, пока еще нечеткие, размытые, но нацеленные на изменение экономической ситуации.

Исследование, которое проводила кафедра философии БГЭУ в 2003—2005 гг. по теме «Социально-экономические демократические ориентации первичных участников и организаторов производства на ОАО «Минский подшипниковый завод» и «Белкоммунмаш», показало, что 72,9 % первичных руководителей производства высказали мнение о том, что работа промышленного предприятия нуждается в существенной системной перестройке, и 20,7 % посчитали, что достаточно внести частичные изменения в эту работу, готовы участвовать в принятии важных управленческих решений 21,7 % рядовых работников ОАО «МПЗ». Первостепенным фактором привлечения на предприятие высококвалифицированных работников и стимулирования их труда дополнительными доходами в виде весомых дивидендов по акциям и больших премий назвали 23,6 % опрошенных рабочих [4, с. 64].

Существенным элементом хозяйственной экономической культуры нашего общества является наличие определенных экономических стереотипов среди населения. Последние необходимо рассматривать как привычные, устоявшиеся представления и суждения, поясняющие и объясняющие экономические реалии. В определенной степени экономические стереотипы переводят человеку на более доступный и понятный язык различные сложные экономические термины и понятия, функционирующие в других языках и культурах. Этим объясняется их широкое распространение.

В Беларуси, как и в России, весьма представлены определенные экономические стереотипы в отношении сущности государственной собственности, роли государства в экономических процессах, частной собственности, приватизации, роли предпринимателей в обществе и др.

С другой стороны, существуют определенные стереотипы в восприятии частной собственности, которую часто рассматривают сугубо в розовом свете, считая, что она автоматически способствует повышению качества и конкурентоспособности выпускаемой продукции, на это указали 52,5 % респондентов.

Как свидетельствуют анкетные данные исследования, проведенного в 2003—2004 гг. на ОАО «МПЗ», для значительной части респондентов, приватизация — это «прихвачивание» с явным привкусом обмана, несправедливости, хищничества и воровства. Для других приватизация — это необходимая, естественная и весьма значительная точка отсчета рыночной экономики, но таких меньшинство, по нашим данным — 14 %. Мнение третьих варьируется между названными двумя.

Несомненно, что экономические стереотипы формировались в течение длительного времени, в определенных исторических условиях и отражают особенности национального менталитета, национальной психологии и это, так сказать, долговременные стереотипы. Хотя существуют и кратковременные стереотипы, которые носят ситуативный характер и со временем проходят.

Заключение

Подводя итог всему сказанному, необходимо отметить, что при анализе перспектив современного трансформационного общества важное значение имеет учет и анализ его социоментальных факторов развития, которые носят достаточно сложный характер. Это в свою очередь предполагает следующее:

- предпочтение должно отдаваться социально ориентированной рыночной экономике, но при сохранении определенного уровня государственного управления. Масштаб его должен гибко изменяться в зависимости от обстоятельств, с тем чтобы противостоять проникновению олигархического капитала;
- экономическое реформирование должно идти изнутри, а не навязываться предприятиям сверху, поэтому необходимо постепенно расширять формы самоуправления, производственной демократии, отвечающей ментальным устремлениям белорусов;
- наиболее предпочтительный путь — это создание многоукладной экономики, сочетающей такие формы собственности, как акционерная, кооперативная, арендная и др. Именно подобные формы собственности, где сохраняются в определенной степени коллективистские ценности, более приемлемы и близки менталитету белорусов, но при этом они должны способствовать развитию инициативы и самостоятельности работников;
- ментальность белорусов двойственна и исторически развивалась под влиянием западной и восточной парадигм, а в религиозном аспекте — православия и католицизма. Аспект религиозности все-таки в белорусском обществе не играет решающей роли, скорее, можно говорить о региональных различиях. В этом плане можно выделить условно три региона: Центральная и Восточная Беларусь, Западная Беларусь, Полесье. Разли-

чия здесь, скорее, связаны с историческим прошлым, например, вхождением в состав Польши, влиянием России, а также особенностями природно-климатических условий (Полесье);

- в экономическом плане ментальность тесно связана с проблемой мотивации. Точнее, даже можно говорить о стимуляционно-мотивационном поле, в котором находится человек. Оно может включать в себя социокультурные ценности, образы и образцы поведения;

- весьма необходимы и перспективны глубокие исследования проблем духовной жизни, менталитета, национальной психологии белорусов в условиях трансформационного общества, которые должны носить долговременный характер. Это даст возможность сравнивать полученные результаты и корректировать процессы экономического реформирования.

Все эти вопросы требуют дальнейшего изучения и конкретизации на основе глубоких междисциплинарных исследований.

Л и т е р а т у р а

1. Словарь современной западной философии. — М., 1991.
2. Кириенко, В.В. Менталитет современных белорусов как фактор общественного реформирования / В.В. Кириенко // Социология. — 1999. — № 1.
3. Розмаинский, И.В. На пути к общей теории нерационального поведения хозяйствующих субъектов / И.В. Розмаинский // Экон. вестн. РГУ. — 2003. — Т. 1. — № 1.
4. Шишов, И.Е. Изменение социоментальных ориентаций промышленных рабочих в период перехода к рыночной экономике / И.Е. Шишов // Социология. — 2004. — № 4.

О.Л. Ковалева

ЦЕНОВАЯ ТАКТИКА ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ ДИНАМИЧНОЙ РЫНОЧНОЙ СРЕДЫ

В статье автором предложен алгоритм обоснования тактических решений по модификации цен, позволяющий адаптировать ценовую политику предприятия к изменяющимся внешним и внутренним факторам рыночной среды. В рамках предложенного алгоритма автором разработан математический инструментарий, который позволяет определить величину изменения цены с учетом внутренних и внешних ценообразующих факторов. В качестве внутренних факторов рассматривается величина переменных и условно-постоянных затрат предприятия, в качестве внешних рыночных факторов — уровень цен на аналогичную продукцию конкурентов, спрос на продукцию предприятия с учетом фактора сезонности. При разработке алгоритма учитывалось, что предприятие, осуществляя модификацию цен, может преследовать различные цели, а также тот факт, что изменение цен может быть инициировано действиями конкурентов, т.е. проводится в условиях пассивной ценовой политики.

На современном этапе ценовая политика предприятия направлена на разработку ценовой стратегии предприятия посредством учета рыночных факторов, определения целей и задач ценовой политики предприятия, выбора метода и стратегии ценообразования, а также ценовой тактики, позволяющей адаптировать ценовую политику предприятия в условиях динамичности показателей рыночной конъюнктуры посредством разработки тактических мероприятий по оперативной корректировке цен.