

Україна належить до країн, де туризм як активний спосіб проведення дозвілля заохочувався державою, пропагувався та стимулювався шляхом соціалізації туристичних послуг і тому був сприйнятий більшістю населення як складова способу життя. Поліпшення рівня та умов життя вводить туризм до споживчої суспільної моделі, особливо міського населення, стимулюючи попит і формуючи ринок туристичних послуг.

Література

1. Конституція України: Про затвердження Ліцензійних умов провадження туроператорської та турагентської діяльності [Електронний ресурс] // Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=z1123-07>
2. Держкомкордон України: Статистика [Електронний ресурс] // Режим доступу : <http://www.zagran.kiev.ua>.
3. Державна служба туризму і курортів : Статистика [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://www.tourism.gov.ua>.
4. Казакова В.А. Маркетинг в туристической сфере в зарубежных странах и в России. — М.: МАКС Пресс, 2005. — С. 39.
5. Квартальнов В. А. Туризм : учебник / В. А. Квартальнов. — М. : Финансы и статистика, 2001. — 320 с.

Статтю подано до редакції 05.06.13 р.

УДК: 658.893

*Демидова О. В., аспірант кафедри маркетингу,
Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана*

СВОБОДА І ЗУМОВЛЕНІСТЬ ВИБОРУ СПОЖИВАЧІВ, ОСОБЛИВОСТІ МОДЕЛЮВАННЯ ВЗАЄМОДІЙ У МАРКЕТИНГОВИХ СИСТЕМАХ

АНОТАЦІЯ. В статті представлено результати систематизації нових досягнень науки у моделюванні і маркетинговій оптимізації параметрів соціально-економічних взаємодій.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: поведінка, взаємодії, споживач, споживання, система, маркетинг.

АННОТАЦИЯ. В статье представлены результаты систематизации новых достижений науки в моделировании и маркетинговой оптимизации параметров социально-экономических взаимодействий.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: поведение, взаимодействия, потребитель, потребление, система, маркетинг.

ABSTRACT. In the article the results of systematization of new achievements of science are presented in a design and marketing optimization of parameters of socio-economic interaction.

KEYWORDS: behavior, interaction, consumers, consumption, system, marketing

Постановка проблеми. Практично всі засади маркетингу базуються на свободі волі і вибору людини. Така свобода може бути тільки результатом свідомої поведінки [1-10]. Але, хоча наш мозок і працює постійно, експериментально доведено, що тільки 10 % цієї роботи реалізується усвідомлено, контролювано. Інше — автоматизми. Айтрекери — пристрої, що фіксують рух зіниці при погляді на щось, показують, що ми споглядаємо картинку по-іншому, аніж думаємо (наряди, а не осіб, жінок, а не пейзажі і т.п.). Результати МРТ засвідчують, що нейронні мережі мозку визначають вибір рішення раніше, ніж людина подумає (усвідомлює), що ухвалила це рішення. Тобто мозок посилає суб'єкту сигнал, що рішення ухвалено. Якщо мозок самодостатній і може обійтися без зовнішнього світу, тоді як впливають на поведінку мета, ситуації, інші люди, суспільство у цілому? Відомо, що Жанна д'Арк діяла за велінням голосів, при цьому змінила хід історії. Чернігівська Т. В. та інші психологи під час експериментів щодо слухових галюцинацій (вони були виключно суб'єктивними в мозку людини) фіксувала роботу сприймаючих систем, нібито людина реально чула і відчувала. Із зовнішнього світу у вухо нічого не поступало, але за свідченнями мозку можна було б сміливо стверджувати, що людина чує вухами. Тобто, навіть об'єктивні дані експерименту такими не можна вважати без певних уточнень і конкретного контексту.

Нової інтерпретації питанню про свободу волі і усвідомленість вибору (вчинку) людини, зокрема у контексті його соціальної детермінації, надає феномен, який об'єктивно виявити не міг але сформулював в одному зі своїх висловів Сеченов: «Мозку все одно чи людина реалізує дію, чи вона її бачить або обдумує, передбачає». Існування дзеркальних нейронів, які відіграють важливу роль у розумінні ефектів натовпу і наслідування, а також споглядання людиною себе з боку, було встановлено пізніше.

Той факт, що живі істоти, в думках (у власній свідомості), як у дзеркалі відбивають поведінку інших дозволило виявити випадкове спостереження науковців. Під час експериментів лаборант зайшов в лабораторію і узяв горішок з тарілки, з якої годували мавп і в мозку у цих мавп в моторних відділах кори, зафіксували активність, нібито сама мавпа узяла цей горіх. Повторення експерименту підтвердило попередній результат.

Таким чином, наведена вище теза про рівень скеровування і усвідомлення людиною прийняття важливих рішень у власному житті, на фоні роботи нейронних мережі мозку, незалежно від волі людини, хоча і на базі раніше набутого суб'єктивного досвіду та прийнятих соціальних стандартів, залишається декларативною. За такого контексту принциповими виявляються відмінності між виконанням людиною реальної дії (поведінкового акту), її плануванням, а також згадуванням і повторенням, дилема «діяч-виконавець» у поведінці споживачів. Гостро постає питання об'єктивності результатів досліджень з використанням установок медичної техніки або інших, спостереження та інтерпретації поведінки з боку і т.п.

Так, науковий авторитет світового рівня Вольф Зінгер не вірить в існування необмеженої волі суб'єкту в класичному сенсі цього поняття [11]. «Необхідно виходити з того, що людина зробила те, що зробила тому, що в той конкретний момент її мозок не міг ухвалити іншого рішення, — стверджує він. Припущення про те, що у цей момент можна було зробити інший вибір, з нейробиологічної точки зору є необґрунтованим». Наші бажання — це «простір варіантів», який може бути вузьким або широким залежно від зовнішніх або внутрішніх рамок, таких, як, наприклад, закони або психічні порушення, особисті спогади або культурні установки. Холоднокровний вбивця має нещастя володіти низьким «порогом вбивства і саме тому суспільство має захищати себе від злочинця. Вирішення цієї проблеми — не кримінальна анархія, а інша концепція права, що враховує соціальний аспект».

У маркетинговому моделюванні поведінки споживачів, на основі експериментальних даних не можливо зробити однозначних висновків, прийняти одну з поширених у науці позицій остаточно, що стосуються ідентифікації кордонів, між процесами, наприклад, сприйняття і усвідомлення, усвідомлення і пам'яті і т.п., між сутністю нерационального, інтуїтивного, емоційного, несвідомого, містичного, духовного, а також чіткого визначення усіх прямих і зворотних системних зв'язків.

Постановка цілі. Метою статті є систематизація наукових уявлень про свободу та зумовленість вибору споживачів, опрацювання прогресивних засад моделювання взаємодій зі споживачами у маркетингових системах.

Результати дослідження. Вивчення свідомості традиційно було в основному прерогативою філософії і мало велике значення для психології та інших наук про поведінку щодо розуміння співвідношення свідомості і матерії. Базова теза тут визначала, що спеціально організована матерія (мозок) є носієм свідомості. Дослідження нейрологічних корелятів психічних процесів отримало розвитку з появою нових методів — функціональної магнітно-резонансної спектроскопії і магнітоенцефалографії. Перший фіксує зміну потоку крові, що супроводжує зміни роботи нейронів в живому мозку, відображаючи тим самим локалізацію різних центрів мозку. Завдяки другій вимірюють магнітні поля, які породжуються електричними потоками, що виникають у середині нервових клітин мозку, що дозволяє прослідкувати зміну активності в часі.

Концепції обробки інформації та інструкціоністські теорії розглядають мозок як комп'ютер, що переробляє інформацію. При цьому залишається незрозумілим, хто створює чи закладає програми переробки інформації. Доводиться припустити, що або «інструкція» з сприйняття і обробки сигналів міститься у зовнішньому середовищі, або мозок має містити керівника його розвитку.

На противагу ним розвиваються інші теорії [12, 13]. Наприклад, Джеральд Едельман стверджує, що світ для новонародженого предстає як набір нерегульованих, хаотичних сигналів, і лише набутий досвід (але не заздалегідь задана інструкція) дозволяє класифікувати ці сигнали, відокремити серед них зв'язки, що сприймаються як той або інший об'єкт, співвіднести їх з приємними або загрозливими подіями. Фіксація досвіду індивіда відбувається шляхом конкурентного відбору груп нейронів і синапсів, закономірності якого подібні до закономірностей природного відбору в еволюціонуючих популяціях.

Так, наприклад, нейрони зорової кори від початку не спеціалізовані, і кожен відповідає на достатньо широкий спектр сигналів. Для окремих нейронів ці спектри можуть декілька розрізнятися. Між нейронами є множинні синаптичні контакти, встановлені більш менш випадковим чином. Коли пред'являється візуальний

стимул (наприклад, риска, рухома вгору і управо), всі реагуючі на неї нейрони випускають електричні імпульси з однаковою частотою. Коли стимул зникає, нейрони можуть залишатися активними, але імпульси більше не корелюють. Між синхронно реагуючими нейронами контакти посилюються, і ці нейрони об'єднуються в групу. Згодом збудження одного з нейронів групи провокує активність інших нейронів, тобто вся група починає реагувати на стимули як єдине ціле. Синапси між нейронами, періоди активності яких не співпадають, послабляються або взагалі зникають. Формування таких груп нейронів в різних зонах кори — і зоровій, і слуховій, і моторній, — починається ще до народження (нейрони з початково неврегульованими зв'язками (первинним репертуаром). З часом, групи нейронів набувають конкретної спеціалізації. Наприклад, у зоровій корі одні групи краще реагують на вертикально зорієнтовані об'єкти, інші — на горизонтальні і т.д. На кожен сигнал, залежно до ситуації, відповідає безліч груп — одні краще, інші — гірше.

Спектри сигналів, що розпізнаються різними нейронними групами первинного репертуару, частково перекриваються. Тобто одна група реагує на декілька сигналів, і на кожен сигнал реагує декілька груп. Існування таких функціонально еквівалентних, але різних за властивостями груп називається виродженням репертуару і надзвичайно важливе для подальшого розвитку людини, так само як існування спектру різноманітних ознак важливе для дарвіновської еволюції видів.

Можливість утворення спеціалізованих груп є результатом еволюції і закріплена генетично. Проте у кожному конкретному випадку структура кори — те, як саме об'єднані нейрони в групи і яка їх спеціалізація — не зумовлена ні генетичною програмою, ні середовищем. Генетично визначається тільки найзагальніша схема розташування зон у корі: зорової, слухової, асоціативної та інших. Нервова система кожної людини унікальна. Формування нервових структур є результатом соматичної селекції, що відбувається за життя, закономірності якої подібні еволюційним.

Конкурентний характер процесів утворення нервових структур ілюструють відомі експерименти Хьюбела і Візела, проведені ще в 60-х роках. Вони досліджували структуру зорової кори кошенят, а саме ділянки, пов'язані з лівим та правим оком, які формуються на 4-6 тижні після народження. Одне око кошенят за-

кривали і від непрацюючого ока майже не поступали нервові імпульси, зв'язки між непрацюючими нейронами не утворювалися. Коли око після закінчення 6 тижнів відкривали, воно виявлялося функціонально сліпим, не дивлячись на те, що всі його структури зберігалися.

Якщо кошенят після народження розміщували у так званому «горизонтальному» середовищі, де немає вертикальних стимулів, то у них не формувалися групи нейронів, що розпізнають останні. Після перенесення в звичайне середовище такі кошенята «не бачать» вертикальних предметів — натикаються на стільці, палиці, якщо вони не лежать і т.п. Пізніше котенята можуть навчитися розпізнавати вертикальні стимули — відбувається зміна спеціалізації частини вже сформованих груп. Проте після завершення сензитивного періоду таке навчання малоефективне. Аналогічним чином на конкурентній основі формуються зв'язки і в інших зонах кори.

Між групами первинного репертуару, що функціонують як єдине ціле, також встановлюються зв'язки на конкурентній основі. І ці групи груп складають вторинний репертуар. Групи груп вступають в наступний раунд селекції. Встановлюються асоціації сигналів різної модальності (звукових і зорових і так далі). У основі подій відбору лежить просторово-часова координація активності нейронів. Така координація досягається за рахунок процесів «повторного введення» (reentry), за термінологією Едельмана, або зворотніх зв'язків у формуванні досвіду. В результаті селекції груп нейронів у корі формуються ієрархічно організовані системи, що розпізнають певні поєднання сигналів, — зорові карти, слухові карти, глобальні карти і так далі. Процес асоціації стимулів, що приводить до утворення «карт», відповідає процесу категоризації стимулів, що поступають із зовнішнього світу у поєднанні з сигналами від внутрішнього середовища організму.

В процесі еволюції мутації, рекомбінації і дрейф генів є основними джерелами мінливості; фенотипічні функції забезпечують зіткнення з середовищем і відбір найбільш до неї пристосованих; диференційоване відтворення фенотипов приводить до збереження в наступному поколінні результатів відбору. Аналогічно, мінливість в онтогенетичному розвитку мозку виникає за рахунок випадкових зв'язків в колекціях груп нейронів і посилення або ослаблення вже існуючих синапсів; поведінка (спочатку в ос-

новному випадковій реакції, а у міру формування категорій — все більш і більш впорядковане) приводить до апробації середовища; адаптивні реакції, повторювані частіше за інші, супроводжуються збереженням і посиленням синапсів тих нервових груп, які їх забезпечують.

Якщо в біологічній еволюції конкуренція приводить до загибелі або зниження репродуктивного успіху менш пристосованих, то у розвитку мозку конкуренція веде до включення нейронів в ті або інші конкуруючі групи і до посилення або ослаблення синаптичних зв'язків.

На перший погляд, теорія Едельмана та подібні до неї утворюють золоту середину між уявленнями про мозок як генетично детермінованого і повністю сформованого досвідом. Проте, з одного боку, хоча Едельман використовує термін «свідомість», він та його послідовники пишуть і говорять скоріше про «мозок». З іншого, правильно було б сказати, що вони створили у науці нові концептуальні версії старих ідей з використанням авторської термінології ідіосинкразії, аніж принципово нові теорії. Модель мозку аналогічна нервовим мережам, повторні входи — зворотнім зв'язкам, відбір — спеціалізації нейронів, зокрема у теорії Анохіна.

Враховуючи вищезазначене, найбільш результативним у моделюванні ринкових взаємодій на основі закономірностей поведінки людини вбачається представлення свідомості у системній цілісності її рівнів (рис. 1), з відповідним розподілом ролей суб'єкта активності: мислитель, виконавець, діяч.



Рис. 1. Формування картини світу людини

За загальною схемою думка активує групи клітин мозку, які, наприклад, породжують рух тіла, через активацію інших груп нервових клітин, що і призводить до цілісної дії. Проте це відбува-

ється не завжди. Наприклад, під наркозом, коли клітини мозку не менш активні, активація клітин не призводить до дії. За підходами Джеральда Едельмана, відмінності тільки в синхронізації зазначених груп клітин. Під наркозом і в комі (людина без свідомості), мозок активний (нейронна активність спостерігається), але синхронізація і упорядкування нейронів, які притаманні свідомості, відсутні. Але об'єктивні дослідження засвідчують те, що має місце проста розмова людини з собою, тобто організація роботи нейронів і впорядковування є, та вони обмежуються одним або двома блоками зі схеми на рис. 1.

Можливість такої «розмови», спроможність погляду на себе з позицій зовнішнього спостерігача (визначає наявність свідомості) — забезпечують як переваги людини порівняно до інших біологічних видів, так і ризики розвитку суттєвих асиметрій у свідомості. Шизофренія, неадекватність самосприйняття у «+» або в «-» — дає неврози, призводить до помилкового сприйняття суб'єктом об'єктивної реальності та себе особисто не менше, а ніж помилки зору та інші біологічні (рис. 2 — прикладів багато).

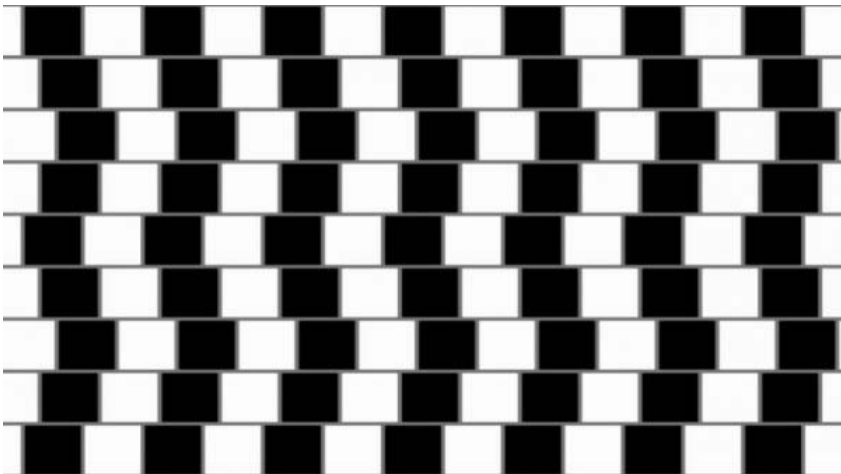


Рис. 2. Ілюзія «Стіна кафе» (лінії є паралельними)

Висновки. Говорячи про поведінку людини ми, з одного боку, маємо прийти до відмови від детермінації з боку обставин життєдіяльності на користь інтерактивним взаємодіям. З іншого, маємо

розуміти моделі вибору у прийнятті і реалізації рішень індивіда щодо організації і цілей взаємодій у свідомості (мозку) людини як суб'єкту активності.

Сенс життєдіяльності існує остільки і настільки, оскільки і наскільки людська активність відповідає знанням про властивості об'єкта, доцільному ставленню до нього та себе особисто. Традиційним для сенсоутворення є віддзеркалення цінностей збереження людини як цілісності, а також необхідності задоволення її повноцінної життєдіяльності, потреб.

Література

1. Щедровицкий Г. П. Избранные труды / Г. П. Щедровицкий. — М.: Шк. культ. полит., 1995. — 800 с.
2. Павлов И.П. Динамическая стереотипия высшего отдела головного мозга. Двадцатилетний опыт объективного изучения высшей нервной деятельности (поведения) животных. — М: Медгиз, 1951. — 800 с.
3. Анохин П.К. Кибернетика функциональных систем. — М: Медицина, 1998. — 300 с.
4. Анохин П.К. Биология и нейрофизиология условного рефлекса. — М: Медицина, 1968. — 500 с.
5. Леонтьев А.Н. Деятельность, Сознание, Личность. — М: Политиздат, 1975. — 480 с.
6. Судаков К.В. Физиология мотиваций. — М: Изд-во СП «Интертех», 1990. — 480 с.
7. Судаков К.В. Системокванты физиологических процессов. — М: Международный гуманитарный фонд арменоведения им. акад. И.П. Агаяна, 1997. — 600 с.
8. Брагина Н.Н., Доброхотова Т.А. Функциональные асимметрии человека. — М: Медицина, 1988. — 460 с.
9. Юдин Э. Г. Системный подход и принцип деятельности / Э. Г. Юдин. — М.: Наука, 1978. — 70 с.
10. Левин К. Теория поля в социальных науках / К. Левин. — СПб.: Сенсор, 2000. — 368 с.
11. Wolf Singer: Der Beobachter im Gehirn. Essays zur Hirnforschung. Suhrkamp Verlag, Frankfurt/Main, 2002. — 238 s.
12. Edelman G.M. Neural Darwinism: The Theory of Neuronal Group Selection. — Basic Books: New York, 1987. — 680 p.
13. Шафалюк О.К. Гуманістична концепція споживача в маркетингу: [монографія] / Шафалюк О.К. — К. : КНЕУ, 2008. — 200 с.

Статтю подано до редакції 15.05.13 р.