

Федеральное агентство по образованию

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ  
ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

---

СТАНОВЛЕНИЕ  
ИНФОРМАЦИОННОЙ  
ЭКОНОМИКИ:  
ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

Сборник научных трудов

*под редакцией д.э.н. Б.В. Корнейчука*

Санкт-Петербург  
2006

Федеральное агентство по образованию

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ  
ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

---

СТАНОВЛЕНИЕ  
ИНФОРМАЦИОННОЙ  
ЭКОНОМИКИ:  
ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

Сборник научных трудов

*под редакцией д.э.н. Б.В. Корнейчука*

Санкт-Петербург  
2006

ББК 65.01  
УДК 330.101

**Становление информационной экономики: теория и практика.**

Сб. научн. трудов / Под ред. д.э.н. Б.В. Корнейчука. СПб.: Нестор, 2006. –240с.

Межвузовский сборник научных трудов содержит статьи, посвященные теории и практике становления экономики информационного общества. Рассмотрены теоретические основы информационной экономики; механизмы ее функционирования; особенности социально-трудовых отношений в эпоху доминирования интеллектуального, творческого труда; влияние процессов информатизации общества на принципы и методы предпринимательской деятельности, роль инноваций в современной экономике. Приведены аннотации статей.

Для преподавателей вузов, аспирантов, студентов.

ISBN

© Издательство «Нестор», 2006

© Авторы статей, 2006

# СОДЕРЖАНИЕ

От научного редактора .....	7
<b>РАЗДЕЛ 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИНФОРМАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ</b>	
Корнейчук Б.В. Политическая экономия информационного общества .....	9
Пашкус В.Ю. Новая экономика: понятие и причины возникновения .....	23
Пашкус Н.А. Новая экономика и культура постмодерна .....	26
Запольский А.Э. Информационное общество и сетевая организация .....	30
Зернова Л.П. Идейные истоки феномена информационного общества .....	34
Филатова О.Г. Социальная дифференциация в информационном обществе ....	37
Пястолов С.М. Обучающееся домохозяйство в информационной экономике ...	42
Деньгов В.В. Проблемы выявляющих механизмов в ситуациях нежелательного отбора .....	45
Коцофана Т.В. Проблемы монополизма и конкуренции в информационной экономике .....	50
Крылова Ю.В. Доверие в современных обществах .....	53
Рожеская С.С. Эволюционный подход к анализу фирмы: проблемы теории и практики .....	57
Борисова Л.М. Феномен технологии в контексте эволюционной экономики ...	61
Шевелева Ю.И. Информационная экономика и внутренняя среда организации .....	64
Шипшова О.А. Информация как фактор общественного воспроизводства ...	68
<b>РАЗДЕЛ 2. ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ</b>	
Шендерова С.В., Овсепян Л.М. Влияние профессиональных и бизнес-сообществ на характер и содержание современного высшего образования ..	71

<b>Савицкая Е.В.</b> Спрос на высшее образование .....	76
<b>Кан А.</b> Плюсы и минусы участия России в Болонском процессе .....	80
<b>Жилинская О.И.</b> Информационная экономика и тенденции современного научно-технического развития .....	83
<b>Рогова Т.В.</b> Современные тенденции технологического развития экономических систем .....	89
<b>Хайкин М.М., Крис М.И.</b> Проблемы развития регионального рынка информационных продуктов и услуг .....	91
<b>Любарский А.Н.</b> Информационные ресурсы в управлении социально-экономическим развитием регионов .....	95
<b>Буданов Г.А.</b> Формирование информационного рынка Вологодской области ...	97
<b>Латуга О.В.</b> Информационная система как инструмент обеспечения экономической безопасности .....	101
<b>Рохам М., Габриелян А.Р., Барабанова И.М.</b> Разработка информационной системы мониторинга развития малых и средних предприятий ...	103
<b>Бесстрашнова Я.К., Стенина В.В.</b> Проблемы информационной поддержки системы социальной защиты населения в период реформирования ...	106
<b>Уйба В.В., Рыжков Н.А., Верзилин Д.Н., Максимова Т.Г.</b> Информационно-технологическая концепция управления качеством медицинской помощи .	108
<b>Буров К.О., Смирнова О.А.</b> О роли прогнозирования численности населения в современной экономике .....	113
<b>Сафиуллин А.Р.</b> Информационное потребление как один из критериев качества жизни населения .....	115
<b>Гершанович Е.А.</b> Наука и образование как фактор национальной конкурентоспособности .....	117
<b>Волков С.Д.</b> Некоммерческий сектор в системе социально-экономических отношений реформируемой России .....	119
<b>РАЗДЕЛ 3. ТРУД В ИНФОРМАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКЕ</b>	
<b>Белоусова Л.А., Ведерникова Н.И.</b> Информационная асимметрия на рынке труда: сущность, последствия и механизм преодоления .....	123

<b>Михнева С.Г.</b> Информационная экономика: человеческий капитал и трансформация социально-экономических отношений .....	130
<b>Михнева С.Г.</b> Эволюция производительных способностей человека и их категориальная определенность .....	134
<b>Косьмина Е.А.</b> О тревожной динамике рынка труда .....	138
<b>Раковская В.С.</b> Проблемы развития системы социального партнерства в России и возможные пути их решения .....	142
<b>Митрофанова Е.Е.</b> Проблема стимулирования трудовой мотивации работников: институциональный подход .....	145
<b>Колесник Е.Г.</b> Система стимулирования работников к труду в условиях информационной экономики .....	148
<b>Кочкина Н.А.</b> Демографические факторы результативности управленческого труда .....	150
<b>Эмирова И.У.</b> Информационные технологии в управлении персоналом .....	153
<b>Прокопец Н.Н.</b> Переход от предметной трудовой деятельности к духовной как основа становления информационного общества .....	155
 <b>РАЗДЕЛ 4. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В ИНФОРМАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКЕ</b>	
<b>Хабарина Т.В., Хабарин Е.В.</b> Понимание информации как фактор эффективности производства .....	158
<b>Хайкин М.М., Андришин А.В.</b> Проблема информационной асимметрии в управлении коммерческой деятельности хозяйствующего субъекта .....	162
<b>Филатова О.Г.</b> PR в информационном обществе: новые бизнес-стратегии .....	165
<b>Рыжкова М.В.</b> Привлечение потребителей на интернет-рынки: стимулирующие и тормозящие факторы .....	169
<b>Теселкин А.Ю.</b> Рынок дополнительных услуг мобильной связи .....	172
<b>Русецкая А.А.</b> Тенденции и перспективы развития рынка call-центров в России .....	76
<b>Быльева Д.С.</b> Реклама в информационном обществе .....	178

<b>Березина М.В.</b> Преимущества и значение рекламы в компьютерной сети ...	182
<b>Бажерина Е.В.</b> Анализ ценности бренда в информационном обеспечении маркетинговой деятельности .....	185
<b>Потоколокова М.О., Грушко А.М.</b> Механизм формирования имиджа фирмы ...	188
<b>Нетребя И.А.</b> Пути снижения затрат на внедрение и использование корпоративных информационных систем .....	190
<b>Васильева А.В.</b> Разработка системы контроля качества на основе нейронной сети .....	192
<b>Иванова Н.Г., Перерва Т.В.</b> Современные информационные технологии управления российскими корпорациями .....	195

## **РАЗДЕЛ 5. ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ**

<b>Крылова Ю.В.</b> Смена парадигмы управления инновациями в информационной экономике .....	200
<b>Григорян А.Л.</b> Обозначение роли инноваций в постиндустриальной экономике .....	203
<b>Дубровская Е.С.</b> Информация в системе государственного регулирования инновационной деятельности .....	207
<b>Смирнова О.А.</b> Проблемы эффективного управления проектами .....	210
<b>Васильев В.Л.</b> Информационная природа инновационного процесса и институты венчурного предпринимательства .....	213
<b>Латуга В.Ю.</b> Текущее состояние и динамика развития инновационной деятельности в России .....	217
<b>Русецкий А.М.</b> Рынок инновационных услуг .....	219
<b>Аннотации</b> .....	223

## ОТ НАУЧНОГО РЕДАКТОРА

Настоящий сборник задуман как средство коммуникации между исследователями, которые работают в различных областях экономической науки, но вместе с тем рассматривают информацию как базовую категорию в своих теоретических построениях. Сборник, я надеюсь, будет содействовать обмену идеями между экономистами-теоретиками и экономистами-практиками, более широкому и интенсивному использованию современных методов анализа процессов информатизации общества, унификации и популяризации этих методов, развитию междисциплинарных исследований проблем социально-экономического развития. В специальном разделе сборника опубликованы аннотации статей и приведены сведения о каждом авторе, содержащие его электронный адрес. Это новшество призвано облегчить информационный обмен между авторами сборника и его заинтересованными читателями.

Статьи сборника сгруппированы в пять разделов, отвечающих основным направлениям исследований информационной экономики.

Первый раздел содержит работы общетеоретического, политико-экономического направления. Большая часть статей имеет концептуальный характер, их авторы стремятся выявить и проанализировать существенные черты современной экономики, исследуют историю возникновения и содержательный смысл понятий «новая экономика», «информационная экономика», «сетевая экономика» и т.п. Другие статьи посвящены частным проблемам экономической теории информационного общества. В них рассматриваются факторы социальной дифференциации, роль домохозяйства как самостоятельного экономического агента, проблема преодоления неблагоприятного отбора, особенности информационного монополизма, влияние уровня доверия на устойчивость социальной системы.

Второй раздел посвящен механизму функционирования информационной экономики. Сфера образования как важнейшая информационная отрасль экономики здесь занимает центральное место. Рассмотрены также вопросы управления сферой здравоохранения и социальной защиты населения, проблемы научно-технического и технологического развития страны и ее регионов.

Третий раздел объединяет статьи по проблемам социально-трудовых отношений в информационной экономике. Здесь можно выделить теоретическое и функциональное направления исследований. В работах первого направления рассматриваются проблемы информационной асимметрии на рынке труда, особенности включения в процесс производства носителя человеческого капитала, роль творческой деятельности в экономике, специфика трудовой мотивации и оценки результатов интеллектуального труда. В работах функционального направления исследуются преимущественно практические вопросы развития рынка труда и системы социального партнерства в России.

Четвертый раздел составлен из работ, анализирующих проблемы предпринимательского сектора информационной экономики. В ряде статей результаты теоретических исследований используются для решения практических бизнес-задач, таких как повышение эффективности производства и совершенствование управления деятельностью хозяйствующего субъекта. Рассматриваются вопросы использования PR и рекламы, анализируются перспективы развития рынков информационных продуктов и услуг.

В пятый раздел включены статьи, посвященные проблемам инновационной деятельности. Рассматриваются парадигмы управления инновациями, исследуется роль инноваций в информационной экономике, анализируются проблемы государственного регулирования информационной деятельности и эффективного управления проектами, состояние и перспективы развития рынка инновационных услуг.

Всего в сборнике опубликовано шестьдесят статей, авторы которых представляют одиннадцать городов России и СНГ. Широкий охват авторов (от студентов до профессоров), кафедр, факультетов и вузов позволил получить достаточно полную картину исследований, объединенных единым объектом исследования, который все чаще определяют как «информационная экономика». Тем не менее целые разделы современной экономической теории оказались вне рассмотрения, многие важные вопросы затронуты лишь поверхностно. Поэтому кафедра политической экономии СПбГПУ планирует осенью 2006 г. сформировать новый сборник научных трудов с прежними названием и структурой. Приглашаю принять в нем участие авторов настоящего сборника, а также исследователей, получивших интересные научные результаты в области экономической теории информационного общества.

Борис Васильевич КОРНЕЙЧУК,  
доктор экономических наук, профессор,  
заведующий кафедрой политической экономии  
Санкт-Петербургского государственного  
политехнического университета

21 ноября 2005 г.

# РАЗДЕЛ 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИНФОРМАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ

*Б.В. Корнейчук*

## ПОЛИТИЧЕСКАЯ ЭКОНОМИЯ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА

Производительные силы развитых стран переходят в новую стадию своего развития, на которой информационное производство превосходит по значимости материальное производство, а экономические явления теряют свой статический характер и обретают свойство перманентной изменчивости. Возникает необходимость в создании фундаментальной экономической теории, адекватной реалиям информационного общества. Вместе с тем появляется возможность вернуть понятию «политическая экономия» его прежний статус, утерянный за более чем столетний период господства в экономической науке принципов мейнстрима. Первым претендентом на место преемника мейнстрима безусловно является эволюционная теория, которая изучает долгосрочные экономические изменения как результат накопления и селекции информации общественными институтами. Автор статьи поставил перед собой цель наметить то направление развития эволюционной теории, которое может привести к созданию целостной системы политической экономии информационного общества.

### **Почему эволюционная теория не является системой политической экономии?**

Проблема *ценности* является центральной проблемой во всех известных системах политической экономии: у меркантилистов ценностью обладает золото, у физиократов – продукт земли, у классиков – материальный товар, у неоклассиков – любой товар. На разных стадиях развития общества производительной считалась такая деятельность, которая играла определяющую роль при создании ценности. У меркантилистов такой деятельностью служит международная торговля, у физиократов – сельскохозяйственный труд, у классиков – мануфактурный труд, у неоклассиков – любая деятельность, создающая товар. Таким

образом, экономическая теория способна выполнять роль системы политической экономии при условии, что она содержит решение двух взаимосвязанных проблем «что есть ценность?» и «как ценность создается?»

Первая основная проблема политической экономии является *этической*, и в этом заключается уязвимость любой концепции ценности. Этическая позиция не может быть обоснована при помощи строгих логических рассуждений, поскольку она изначально абсолютизирует одно общественное явление, признавая другие явления второстепенными. Поэтому сторонник той или иной системы политической экономии должен обладать известной научной смелостью для открытой защиты своей трактовки ценности среди коллег, большинство которых вообще не относит этические вопросы к объекту экономической науки. Вторая проблема является по сути *эмпирической*. Описание способа создания ценности может быть получено только при помощи объективного анализа существующих производительных сил, в результате которого выявляется доминирующий вид хозяйственной деятельности, который на данном этапе развития общества характеризуется как производительный. Выводы эмпирического исследования служат основанием для выбора той или иной концепции ценности и решающим аргументом в пользу ее обоснованности.

Смена доминирующей системы политической экономии происходит согласно известному принципу «базиса и надстройки», но на практике этот процесс тормозится субъективным фактором. Ученые, посвятившие годы жизни исследованию отмирающей экономической системы, обычно не способны признать новые идеи, которые противоречат усвоенной ими теоретической схеме. Именно такая ситуация, на наш взгляд, сложилась сейчас со школой мейнстрима. Сила торможения в этом в этом случае особо велика, поскольку неоклассические теории по внешним признакам этически нейтральны, а поэтому претендуют на абсолютную объективность. Представители школы мейнстрима отрицают связь создаваемых ими теорией с какой бы то ни было концепцией ценности, хотя на самом деле неоклассические теории базируются на этическом постулате, отождествляющем ценность и *рыночную цену*. Это значит, что школа мейнстрима основана на *неоклассической системе политической экономии*, отвечающей стадии развития общества, на которой доминирующая хозяйственная деятельность состоит в создании товаров. Преходящий характер политической экономии мейнстрима обусловлен тем, что ее объект ограничен сферой использования денег, и поэтому все более широкий круг немонетарных явлений не получает в ее рамках теоретической интерпретации.

Претензия школы мейнстрима на монополию в вопросе о трактовке ценности отвергается институционалистами, которые однако не предложили единой альтернативной концепции ценности. Причину этого

мы видим в том, что каждый институт представляет собой некоторое укоренившееся нормативное положение, а поэтому институциональный подход предполагает множественность этических позиций. Тем не менее в последнее десятилетие сформировалась *эволюционная теория*, занявшая в институциональной школе доминирующее положение. Эта роль эволюционной теории обусловлена тем, что ее главный методологический принцип адекватен реалиям современной экономики. Он состоит в информационной интерпретации общественных явлений: институт рассматривается как накопленная информация, инновация – как новая информация, эволюция – как процесс селекции информации и т.д. Однако эволюционная теория в ее нынешнем виде не может претендовать на роль политической экономии информационного общества, поскольку помимо адекватной эмпирической основы она должна также содержать адекватную этическую основу.

Этические принципы эволюционной теории ещё только начинают складываться. Анализ работ в этой области показывает, что большинство авторов избегает этических оценок эволюционных процессов, следуя позитивистским принципам мейнстрима. Неоклассические традиции в эволюционной теории наиболее наглядно проявляются в вопросе о мотивах предпринимателя, которые в институциональных теориях получили самые разнообразные трактовки. Однако в фундаментальной работе Р. Нельсона и С. Уинтера единственной целью предпринимателя объявляется прибыль: «На самом деле в тех конкретных моделях, которые мы представим в данной книге, прибыль является единственной явно выраженной целью бизнеса»<sup>1</sup>. Данная позиция противоречит взглядам Й. Шумпетера, одного из создателей эволюционной теории. Он выделял три группы мотивов поведения предпринимателя: власть, успех и творчество. Величина прибыли есть всего-навсего показатель успеха, а определяющим моментом поведения является радость творчества.<sup>2</sup>

Неоклассические традиции в эволюционной теории выражаются также в том, что авторы работ в этой области делают акцент на исследовании *механизма* эволюции, а вопрос о том, что является ее конечным общественным результатом, фактически не рассматривается. В политической экономии мейнстрима конкуренция выполняет функцию образования ценности, поскольку она приводит рынок к состоянию равновесия, в котором устанавливается меновая ценность. Что касается ценностной оценки механизма эволюции, то она остается неопределенной в связи с отсутствием четкого понимания ценности в эволюционной теории. Создателя эволюционной модели можно сравнить с водителем, который не знает конечной цели поездки и действует согласно принципу «движение – все, цель – ничто». Вместе с тем создатель неоклассической модели всегда стремится в конечный пункт назначения «Равновесие», который является наилучшим в этическом плане, поскольку в нем достигает оптимального значения какой-либо ценностный (обычно

стоимостной) показатель. Таким образом, традиции позитивизма настолько сильны в эволюционной теории, что этические аспекты экономических процессов исследованы в ней даже в меньшей степени, чем в неоклассической теории, а попытки показать влияние эволюционных изменений на общественное благосостояние еще фактически не предпринимались.

Направление дальнейшего развития эволюционной теории будет зависеть от того, принципы какой экономической школы в ней возобладают: неоклассической или институциональной. Если в работах по эволюционной теории будет последовательно применяться неоклассический принцип этической нейтральности, то эта теория будет становиться все более формализованной и вероятнее всего трансформируется в систему сложных динамических моделей. Институциональный путь развития эволюционной теории может привести к формированию на ее основе целостной системы политической экономии. Этот путь представляется автору наиболее плодотворным. Эволюционная теория в ее нынешнем виде уже содержит элементы концепции ценности, которую только осталось сформулировать. Ключевым понятием в этой концепции служит понятие *инновации*, отражающее доминирующую форму продукта в информационной экономике. Инновация выступает как благо, обладающее ценностью, а труд по ее созданию – как производительная деятельность. Таким образом, в информационном обществе ценность создается в процессе высшей, творческой деятельности человека.

### **Креативная ценность против трудовой стоимости**

Термин «трудовая ценность» (или «трудовая стоимость») требует своего переосмысления в информационной экономике, поскольку он подразумевает, что ценность создается трудом любого вида. На самом деле это словосочетание в классической теории обозначает меновую ценность, созданную физическим трудом в процессе обработки *вещества*. Умственный труд, или процесс обработки *информации* человеком, классики не считали производительным. Эту этическую позицию подвергали критике представители исторической школы – предшественники институционалистов. Как писал Ф. Лист, «те, кто воспитывает свиней или изготавливает балалайки и пилюли, конечно, производительны, но в несравненно большей еще степени производительны воспитатели юношества и учителя взрослых людей, виртуозы, врачи, судьи и администраторы. Первые *производят меновые ценности*, вторые *создают производительные силы*».<sup>3</sup>

В своей работе «Национальная система политической экономии» Лист сделал важный шаг на пути создания политической экономии информационного общества. Однако историческая школа не предложила альтернативной концепции ценности, в которой умственный труд

выступает как производительная деятельность. Этому есть три основные причины. Во-первых, сторонники исторической школы отвергли наднациональный, космополитический подход к исследованию экономических явлений, поэтому они не стремились создать универсальную теорию ценности. Во-вторых, в экономике начала XIX в. умственный труд составлял ничтожную долю в совокупной деятельности членов общества, т.е. отсутствовали объективные предпосылки для новой теории ценности. И, наконец, умственный труд неоднороден: он может быть как монотонным (репродуктивным), так и творческим. Умственный труд первого вида по своей экономической сущности родственен физическому труду. Творческий труд, наоборот, создает не только новую информацию, он воссоздает, развивает способности человека, увеличивая тем самым производительные силы общества.

Определяющее значение творческой деятельности в экономическом развитии было впервые показано Й. Шумпетером. Его внимание было сосредоточено на творчестве предпринимателя, общественной функцией которого является «осуществление новых комбинаций». Этот термин наглядно демонстрирует, что под творчеством Й. Шумпетер понимал создание новой информации. Новой информацией мы считаем такую информацию, которая может быть создана только творческой личностью, но не животным или машиной. С развитием производительных сил содержание понятия «творчество» меняется, поскольку искусственным устройствам передаются все более сложные функции, которые ранее выполнялись только человеком и поэтому считались творческими. Однако на каждом этапе общественного развития понятие «творчество» имеет вполне определенный смысл и может использоваться в экономической науке для обозначения высшей формы производственной деятельности, продуктом которой является *инновация в широком смысле*: предпринимательская идея, научная концепция, художественное произведение и т.д.

Процесс творчества имеет двойственную природу: инновация сначала рождается в уме творца как идеальный образ, и только затем обретает форму информации, доступной другим людям. Поэтому результат творческой деятельности выступает одновременно в двух формах: в форме новых качеств творческой личности и в форме информационного продукта. Оба частных результата представляют ценность для создателя инновации, и в силу этого они в равной мере обладают ценностью. В первом случае носителем ценности является человек, а во втором случае – некоторый материальный объект, в котором овеществлена информация.

Концепция *креативной ценности* базируется на этическом постулате о творческих способностях человека как о высшем благе (от англ. creative – творческий, созидательный). Творческие способности формируются в процессе творческой деятельности, поэтому только такая деятельность является производительной. Чем больше продолжительность творческой

деятельности человека, тем в большей степени он развивает свои способности, поэтому *время творческой деятельности* служит естественным измерителем креативной ценности. Таким образом, величина креативной ценности, созданная в процессе творческой деятельности, равна продолжительности этой деятельности.<sup>4</sup>

Эмпирическим обоснованием концепции креативной ценности служит состояние экономики развитых стран, в которой доминируют отрасли с высокой творческой насыщенностью труда: образование, здравоохранение, наука, культура, искусство, финансы, управление и др. Основная функция работников этих отраслей состоит в создании новой информации, специфической для каждой отрасли. Поэтому перечисленные отрасли мы называем *информационными*. Их определяющее значение в современной экономике наглядно демонстрирует распределение численности занятых по отраслям, а также отраслевая структура ВВП. В 2001 г. удельный вес занятых в информационных отраслях в общей численности занятых составлял: в Бельгии – 46,9 % , Германии – 41,8 % , Финляндии – 45,1 %. В целом удельный вес занятых в информационных отраслях в странах Европейского союза приближается к пятидесяти процентам, а произведенная в них доля ВВП уже перешагнула этот рубеж. В 1999 г. она составляла: в Бельгии – 55,1 % , Германии – 51,6 % , Финляндии – 41,9 %.<sup>5</sup> Долгосрочные тенденции динамики рассмотренных показателей позволяют утверждать, что в будущем роль отраслей материального производства будет и далее уменьшаться, а роль информационных отраслей будет возрастать. Соответственно будет увеличиваться совокупный объем творческой деятельности в обществе.

Признав концепцию креативной ценности в качестве базового постулата политической экономии информационного общества, мы оказываемся перед необходимостью придать новый смысл таким фундаментальным понятиям как производство, труд, потребление, полезность, капитал, собственность и др.

Принципиальное отличие информационного *производства* от материального заключается в том, что человек выступает в нем одновременно и субъектом и объектом, он «обрабатывает», «производит» самого себя в процессе творческой деятельности. Поэтому к производительной деятельности относятся как творческие компоненты труда наемного работника, так и творческий досуг любого члена общества. Мы приходим к двум выводам, противоречащим положениям мейнстрима. Во-первых, обе названные формы творческой деятельности по своему экономическому содержанию представляют собой *творческий труд*. Действительно, наемный работник творческого труда обычно использует часть своего досуга для решения задач, поставленных нанимателем, т.е. во время досуга он трудится в традиционном смысле слова. С другой стороны, в процессе творческого досуга человек развивается, т.е. его творческие усилия *непосредственно* создают общественно полезный

продукт в форме личностных качеств. Продукт творческого труда овеществляется в мозгу человека, поэтому этот продукт в отличие от носителя меновой ценности в принципе не может быть отчужден от своего создателя. Во-вторых, нетворческие компоненты наемного труда и нетворческий досуг могут быть обозначены общим термином «непроизводительная деятельность», поскольку эти виды времяпровождения не способствуют развитию человека и представляют собой чистые потери его жизни.

Креативное *потребление* есть процесс удовлетворения единственной сущностной потребности человека – потребности в творческой деятельности. Потребности более низкого уровня являются вспомогательными, их удовлетворение служит лишь необходимой предпосылкой для креативного потребления. Данный подход предполагает этическую оценку потребностей: если удовлетворение некоторой потребности препятствует творческой деятельности человека, то такая потребность является вредной, регрессивной. *Полезность* в креативной теории также обретает этический смысл, она определяется как прирост креативной ценности, полученный индивидом в результате потребления данного продукта. Креативная полезность субъективна в том смысле, что одно и то же благо может оказывать различное влияние на продолжительность творческой деятельности разных индивидов. Если полезность продукта положительна, то он является креативным благом, или просто благом. Если же полезность отрицательна, то продукт является антиблагом.

*Обмен* информационными продуктами играет столь же фундаментальную роль в современном обществе, что обмен материальными продуктами в индустриальном обществе. Однако в силу ряда специфических свойств информации механизм информационного обмена принципиально отличается по своему экономическому содержанию от механизма товарного обмена. Во-первых, информация может быть получена покупателем безвозмездно до совершения сделки, когда он знакомится с сущностными качествами приобретаемого продукта, а именно они составляют основную ценность информации. То есть информационный продукт значительно легче использовать без разрешения его создателя по сравнению с материальным продуктом. Во-вторых, после осуществления сделки информация остается у ее создателя и может быть продана другим покупателям. В силу указанных свойств информации она свободно распространяется и обретает все признаки общественного блага, а информационный обмен обретает непосредственно – общественный характер.

Капитал есть средство создания будущих благ. Поскольку понятие блага является этическим, таковым же оказывается и понятие капитала. В неоклассической теории капитал выступает как источник потока меновой ценности, или как денежный капитал. В политической экономии информационного общества капитал выступает как источник потока креативной ценности, или как *креативный капитал*. Капитал этого вида

неотделим от конкретного индивида и характеризует его способность к творческой деятельности. Роль креативного капитала в современном обществе обусловлена его способностью к постоянному изменению. В индустриальном обществе ценность физического капитала состояла прежде всего в его способности долгое время сохранять свои производственные качества. В информационном обществе схема технологий происходит столь быстро, что главной ценностью капитала становится его способность к изменению, чувствительность к внешним воздействиям. Как писал Э.Дюркгейм, «чем больше среда подвержена изменениям, тем большей становится доля интеллекта в жизни, ибо он один может найти новые условия для восстановления непрерывно нарушающегося равновесия».<sup>6</sup>

Концепция креативного капитала существенно отличается от теории человеческого капитала Г.Беккера, которая по своей сути является неоклассической. Согласно этой теории, то или иное качество человека относится к его человеческому капиталу лишь в том случае, если оно способствует увеличению денежного дохода. Денежный характер человеческого капитала выражается также в том, что его величина напрямую увязывается с объемом инвестиций в образование. Что касается способности человека к творческой деятельности, то она в значительно большей степени зависит от продолжительности его предыдущей творческой жизни, нежели от стоимости образования.<sup>7</sup>

Человек является *собственником* креативного капитала лишь в той мере, в которой он обладает способностью к творчеству. В силу того, что творчество есть проявление уникальной личности, способность человека к творчеству напрямую зависит от степени его *индивидуализации*. Если частная собственность в индивидуальном обществе предполагает однородность физического капитала, то собственность в информационном обществе предполагает неоднородность креативного капитала, т.е. высокую степень индивидуализации членов общества. Как писал Г.Спенсер, «развитие общества, точно так же, как и развитие человека и всякого рода живых созданий, направляется к индивидуализации, – к тому, чтобы представлять нечто целое, отдельное и законченное».<sup>8</sup> Психологическое обоснование процесса трансформации института частной собственности в информационном обществе дано в работах Э.Фромма, который выделял две противоположные ориентации человека: рыночную и плодотворную. Первая ориентация обусловлена стремлением человека к *обладанию*, а вторая – к творческой деятельности, или *бытию*. Если мы чем-то владеем, то оно не становится нашим только потому, что мы им владеем. Подлинно своим можно назвать только то, что непосредственно является продуктом собственной деятельности. «Цель человека быть многим, а не обладать многим».<sup>9</sup> Чем более развит человек, тем большее значение в его жизни имеет бытие, и тем меньшее – обладание. Поэтому

собственность на внешние блага уступает место собственности на внутреннее содержание человека.

Концепции трудовой ценности и креативной ценности построены на противоположных этических постулатах, но они родственны в методологическом плане. В обеих концепциях *время жизни* человека принимается в качестве первоосновы ценности. Трудовая теория утверждает, что ценность создается в процессе расходования простой рабочей силы, «которой в среднем обладает телесный организм каждого обыкновенного человека, не отличающегося особым развитием».<sup>10</sup> Креативная теория, наоборот, утверждает, что ценность создается творческим трудом. Поскольку совокупное время жизнедеятельности членов общества распадается на простую и творческую составляющие, между трудовой ценностью и креативной ценностью существует весьма простая взаимозависимость: чем больше одна величина, тем меньше другая, и наоборот. Отсюда следует, что с увеличением удельного веса творческого труда в экономике сфера товарного обмена сужается, а креативная ценность занимает место меновой ценности.

Историческая и теоретическая ограниченность категории трудовой ценности была впервые показана К. Марксом. Он высказал *этическую позицию*, согласно которой овеществленный в материальном продукте труд выступает для работника как чуждая и враждебная ему сила, как противоположность ценности. Преодоление отчуждения человека Маркс связывал с передачей ему частной собственности на средства производства. Эта позиция согласуется с духом креативной концепции собственности: человек способен потреблять продукт своего труда только при условии, что он стал индивидуальностью, т.е. собственником самого себя.

Противоположность основных положений классической (домарксовой) политической экономии и информационной политической экономии обусловлена различием этических и эмпирических основ этих теорий. Если классическая теория формировалась в условиях доминирования физического труда, то информационная теория – в период, когда доминирование творческого труда становится все более очевидным. Поскольку на практике любой труд распадается на простую и творческую составляющие, каждая из двух теорий в отдельности дает весьма схематичное отображение реальности, которое легко может быть подвергнуто обоснованной критике со стороны противостоящей экономической школы. Так, ортодоксальные сторонники А. Смита едва ли согласились бы с тем, что в будущем физический труд будет лишен ценности, а физические средства производства не станут рассматриваться в качестве капитала. Однако *симметричные* возражения можно высказать в отношении классической теории: в ней творческий труд и его продукт лишены ценности, а творческие способности человека не относятся к капиталу.

## Ценностные основы эволюционной политической экономики

В экономической науке выделяются два подхода к исследованию эволюции. При первом подходе эволюция рассматривается как *механизм* общественных изменений и исследуется в позитивистских традициях мейнстрима как этически нейтральное явление. В этом случае направление эволюции не играет существенной роли в теоретических рассуждениях, поскольку исследуемые изменения имеют краткосрочный характер по сравнению с глобальным процессом развития цивилизации. Направление эволюции выступает побочным и непредсказуемым результатом функционирования эволюционного механизма. Данный подход укоренился в эволюционной теории, о чем свидетельствует характерное определение Р. Нельсона и С. Уинтера: «В более широком смысле термин «эволюционный» включает изучение процессов долгосрочных поступательных изменений».<sup>11</sup> Ключевым словом здесь служит прилагательное «поступательный»: если его исключить, то эволюция окажется тождественной экономической динамике. А тогда рассмотрение эволюции в качестве самостоятельной категории вообще лишается смысла. Но каков содержательный смысл термина «поступательный» в экономическом контексте? Поскольку в механике поступательное движение противопоставляется возвратному движению, под поступательным экономическим процессом здесь видимо следует понимать некоторое необратимое изменение. Однако приведенная аналогия из механики не позволяет раскрыть экономический смысл этой необратимости. Авторы не останавливаются на этом вопросе, полагая достаточной интуитивную трактовку «поступательных изменений».

При втором подходе эволюция рассматривается в первую очередь как направленное развитие, при этом все теоретические построения основаны на понятии *направление эволюции*, которое представляет собой этическую интерпретацию глобальной закономерности развития цивилизации.<sup>12</sup> Если при первом подходе эволюция служит лишь средством общественных изменений, то при втором подходе она выступает их конечным результатом, их самоцелью. Сторонники второго подхода отождествляют эволюцию с прогрессом и определяют ее как «развитие людей и человечества в направлении к лучшему, высшему, более совершенному состоянию».<sup>13</sup> Данное определение выражает сущность эволюции, но для придания ему содержательного смысла нужно обосновать, что «лучше», а что «хуже» для общества.

Общественная эволюция есть высшая форма проявления глобальной эволюции материи, направление которой характеризуется увеличением *сложности* организации живых существ и уменьшением энтропии в природе. Поэтому направление эволюции живой природы до появления человека характеризуется усложнением генетической информации в результате множественных актов ее селекции. С появлением человека

эволюция утрачивает свой этически нейтральный характер, поскольку человек проявляет себя как субъект эволюции, от волевых решений которого зависит направление общественных изменений. Поэтому этическая трактовка направления эволюции определяется в конечном итоге принятой концепцией человека. Так, наравне с другими концепциями имеет право на существование концепция человека-разрушителя, который следует фрейдистскому «инстинкту смерти» и стремится вернуть общество на предыдущие стадии его развития. Однако логичнее предположить, что своими действиями человек утверждает глобальную тенденцию усложнения объектов природы, включая самого себя. Тогда самоцелью человека следует считать развитие его творческих способностей. Творческий акт играет в эволюции общества ту же роль, что акт оплодотворения в эволюции животного мира, поскольку в обоих случаях создается новая информация, содержащая исходную информацию в качестве составной части. Однако творческий человек способен за свою жизнь создать значительно больший объем новой информации по сравнению с животным, чья способность к изменению совокупной генетической информации биологического вида ограничена заданными репродуктивными способностями. Чем более развит «средний» индивид, тем больше он создает новой информации, тем выше скорость эволюции. Таким образом, направление *общественной эволюции* выражается в развитии творческих способностей человека.

Креативная концепция эволюции наравне с креативной концепцией ценности служит этической основой политической экономии информационного общества, или *эволюционной политической экономии*. Обе эти концепции фактически тождественны друг другу, поскольку в разных формах отражают одну этическую позицию, утверждающую творческие способности человека в качестве высшего общественного блага. Направление *экономической эволюции* выражается в увеличении показателя, характеризующего развитие творческих способностей членов общества. Этим показателем является совокупный объем креативной ценности.

В эволюционной политической экономии благосостояние индивида за некоторый период времени численно равно суммарной продолжительности его творческой деятельности, или величине созданной им креативной ценности. Общественное благосостояние равно сумме значений индивидуального благосостояния всех членов общества, или объему совокупной креативной ценности. Тогда экономическая эволюция по своей сути тождественна процессу увеличения общественного благосостояния. Концепция *креативного благосостояния* вызовет как минимум два возражения со стороны приверженцев мейнстрима. Во-первых, согласно неоклассической доктрине, только сам человек может определить, что для него есть благосостояние. Эта позиция прочно укоренилась в экономической науке, хотя она весьма уязвима в этическом плане, поскольку трактует как стремление к повышению благосостояния многие действия людей,

приносящие вред им самим и обществу целом: наркоманию, пьянство, курение, пустое времяпровождение и др. Такие виды деятельности не способствуют творческому развитию человека, поэтому они вызывают сокращение его креативного благосостояния. Другой аспект критики креативного благосостояния связан с нестоимостным характером этого показателя. Теория экономического благосостояния А. Пигу долгое время доминирует в экономической науке и широко используется в хозяйственной практике. Примером тому служит декларирование рядом правительств экономического роста в качестве главной цели государственной политики. Вместе с тем экономическое благосостояние составляет часть общего благосостояния, которое до сих пор не получило общепризнанного толкования в экономической науке. Пигу сам признавал, что «экономическое благосостояние не служит барометром, или показателем, благосостояния в целом».<sup>14</sup> Концепция креативного благосостояния позволяет решить эту теоретическую проблему и разработать инструментальные методы количественной оценки благосостояния на основе изучения *бюджетов времени* членов общества.

Включение этического постулата о креативной сущности человека в число фундаментальных положений эволюционной теории потребует смещения акцента в изучении экономических явлений с *фирмы* на *человека*, поскольку первичным импульсом эволюционных процессов служит творческая деятельность конкретной личности, а не коллектива работников. Фирма представляет собой исторически преходящую форму хозяйственного субъекта, отвечающую определенной стадии развития информационных технологий. В будущем внутрифирменный обмен информацией будет возможен без обязательного присутствия работников в одном помещении, и фирма потеряет свою традиционную форму. Возрастающий темп обновления информации лишит ее главной экономической функции, которую С. Уинтер определил как «хранилище производительных знаний».<sup>15</sup> Доминирующей функцией хозяйственного субъекта становится не хранение информации, а ее создание. Эту функцию способен выполнить только творческий человек, который займет место фирмы в информационной экономике. Производство, как и потребление, станет персонифицированным, а межличностный информационный обмен придет на смену обезличенного товарного обмена.

Сущность концепции человека в теории мейнстрима отражает термин *суверенный выбор*, который означает абсолютное право человека совершать выбор вне зависимости от оценок этого выбора другими людьми. Иными словами, суверенитет выбора означает его этическую нейтральность. Сущность концепции человека в эволюционной политической экономии может быть отражена термином *эволюционный выбор*. Этот термин означает не акт выбора конкретного человека в конкретных условиях, а глобальную тенденцию, которая характеризует направленность многочисленных актов выбора и определяется

представлениями людей об общественном прогрессе. Эволюционная концепция человека предполагает существование этического критерия выбора: если единичный акт выбора способствует общественному прогрессу, то он рассматривается как желательный. В ходе исторического развития положительные последствия желательного выбора осознаются все большим количеством членов общества, в результате чего формируются этические нормы поведения в форме общественных институтов. Как следствие, наиболее желательный выбор становится также и *наиболее вероятным*. Так, обычно человек получает образование не для повышения дохода (как у классиков) и не для получения удовольствия (как у австрийцев), а в соответствии с усвоенным представлением о полезности этой деятельности для человека и общества. Таким образом, эволюционный выбор есть по сути *институциональный выбор*, а проблема выбора в эволюционной политической экономии сводится к проблеме соответствия усвоенных человеком институтов и направления эволюции.

Концепция эволюционного выбора позволяет по-новому взглянуть на проблему *целеполагания* хозяйственных субъектов. В теории мейнстрима между концепцией выбора и концепцией целеполагания имеется известное противотечие. С одной стороны, принцип суверенного выбора допускает реализацию индивидом произвольных целей. Но, с другой стороны, для каждого класса хозяйственных субъектов неоклассическая теория постулирует определенные целевые показатели. В эволюционной политической экономии цель любого индивида состоит в собственном творческом развитии, в увеличении своего креативного благосостояния. Данная глобальная цель человеческой деятельности может субъективно восприниматься конкретным индивидом как стремление к доходу, удовольствию, власти и т.д. На практике частные цели конкретного человека могут противоречить глобальной цели развития, но равнодействующая частных целей «среднего» члена общества совпадает с направлением эволюции. Следуя цели творческого развития, человек в наибольшей степени достигает *гармонии* с институциональной средой в силу того, что его поведение ориентировано в направлении общественного прогресса.

Креативная ценность способна выполнять роль *универсального* целевого показателя для всех хозяйственных субъектов, что позволяет преодолеть известную несогласованность теории потребителя и теории фирмы в современной микроэкономике. Так, в рамках мейнстрима фактически остается нерешенной проблема о целевой функции предпринимателя. Как олицетворение фирмы, он максимизирует прибыль. Но как потребитель он максимизирует полезность потребляемых товаров, которая существенно зависит от продолжительности досуга. С позиций креативной концепции человека предприниматель максимизирует суммарное время творческой деятельности, которое распадается на время предпринимательского творчества и время творческого досуга. Соответственно полученную прибыль он делит на две части в такой

пропорции, чтобы максимизировать эту сумму: одна часть денег возвращается в бизнес для обеспечения творческой предпринимательской деятельности в будущем, а другая направляется на творческое потребление.<sup>16</sup> Целевым показателем общества служит совокупная креативная ценность, равная сумме целевых показателей всех индивидов, будь то обычные потребители или предприниматели. Поэтому в эволюционной политической экономии не возникает искусственного барьера между микро- и макро- уровнями экономического анализа, который в неоклассической теории обусловлен в первую очередь отсутствием в ней единого целевого показателя.

<sup>1</sup> Нельсон Р., Уинтер С. Эволюционная теория экономических изменений. М.: Дело, 2002, с.57.

<sup>2</sup> Шумпетер Й. Теория экономического развития. М.: Мысль, 1982, с.193.

<sup>3</sup> Лист Ф. Национальная система политической экономии. СПб.: Изд-во А. Мертенса, 1891, с.194.

<sup>4</sup> В своей теории *творческой эволюции* философ Анри Бергсон отождествляет человеческое время и творчество: «Или время есть изобретение, или оно ничто» (Бергсон А. Творческая эволюция. М.: Канон-пресс, 1998, с.324).

<sup>5</sup> Россия и страны Европейского союза. 2003.: Стат. сб./ Госкомстат России. М., 2003, с.50, 65.

<sup>6</sup> Дюркгейм Э. О разделении общественного труда. Метод социологии. М.: Наука, 2001, с.255.

<sup>7</sup> См. Корнейчук Б. В. Человеческий капитал во временном измерении. СПб.: Изд-во СПбГПУ, 2003.

<sup>8</sup> Спенсер Г. Социальная статика. Изложение социальных законов, обуславливающих счастье человечества. СПб.: Изд-во В.Врублевского, 1906, с.512.

<sup>9</sup> Фромм Э. Иметь или быть? М.: Прогресс, 1986, с.44.

<sup>10</sup> Маркс К. Капитал. Критика политической экономии. Т.1.М.: Политиздат, 1983, с.53.

<sup>11</sup> Нельсон Р., Уинтер С. Эволюционная теория экономических изменений, с.29.

<sup>12</sup> Первая экономическая концепция развития принадлежит К.Марксу, который особо не выделял термин «эволюция», опираясь на терминологический аппарат диалектики. Как писал Й. Шумпетер, «единственной значительной попыткой обращения к проблеме развития является попытка, предпринятая Карлом Марксом». (Шумпетер Й. Теория экономического развития. М.: Мысль, 1982, с. 139)

<sup>13</sup> Философский энциклопедический словарь. М.: ИНФРА-М, 1998, с. 367.

<sup>14</sup> Пигу А. Экономическая теория благосостояния. Т.1.М.: Прогресс, 1985, с.75.

<sup>15</sup> Уинтер С. Теория Коуза и проблемы компетентности и корпорации // Природа фирмы: Пер. с англ. М.: Дело, 2001, с.285.

<sup>16</sup> Korneichuk B. The Transformational Models of Consumption and Production: Towards an Institutional Microeconomics. Saint – Petersburg State Polytechnic University. 2004, p.65.

## НОВАЯ ЭКОНОМИКА: ПОНЯТИЕ И ПРИЧИНЫ ВОЗНИКНОВЕНИЯ

В последнее десятилетие XX века в научный оборот вошел термин Новая экономика. Можно полагать, что наиболее передовые фирмы (судя по списку Fortune 500) работают в секторах рынка, которые в большей степени являются ее порождением. К причинам возникновения Новой экономики относятся, прежде всего:

- Глобализация мировой экономики и интеграция мировых рынков капитала;
- Изменение методов ведения бизнеса и построения компаний (от выделения и стандартизации бизнес-процессов до реинжиниринга и стратегического менеджмента II уровня (менеджмента самообучающихся систем));
- Превращение компьютерных технологий в «фактор выживания» компаний (вплоть до внедрения ERP–технологий самых высоких уровней);
- Рост электронного бизнеса (особенно B2B и B2C): B2B–революция («B2B–революция будет развиваться со скоростью света»);
- Усиление конкуренции и дифференциации компаний («придумайте что-нибудь, что сделает Вас на секунду уникальным и даст Вам уникальное конкурентное преимущество» [3, 36]);
- Инновационность организационной структуры;
- Капитал компании начинает все более состоять из «неосязаемых активов» (знания, брэнд, человеческий капитал и т.д.).

Таким образом, современная управленческая среда несет в себе ряд нетипичных для классической экономики характеристик. Следовательно, необходимо проанализировать понятие, которое так часто упоминается в разнообразных источниках – **«Новая экономика»**.

Вместе с тем, до сих пор не существует единого признанного определения новой экономики и при обсуждении подобных вопросов часто исходят из неверного понимания ее сути. Постараемся рассмотреть некоторые, часто употребляемые, определения.

Новой экономикой (с точки зрения масс-культуры, которая, к сожалению, проявляется и в научных статьях) называют все компании, связанные с Интернетом и рынком информационных технологий (особенно в секторе B2C). Данное определение представляется излишне поверхностным, ибо не учитывает ни человеческий капитал, ни инновационный характер Новой экономики, который делает ее действительно новой. Именно на нем основываются многие экономисты, заявляющие что «Новая экономика – это мыльный пузырь» и ничего нового в ней нет.

Новой экономикой (*с позиций менеджмента компаний*) называют компании, работающие на быстрорастущих рынках, где «главным критерием является развитие компании за счет умелых и активных предпринимательских действий ее руководства». [1] Однако под это определение подходит практически любая компания на быстро растущем рынке, а среди лидеров Новой экономики есть и иные компании.

И, наконец, *с точки зрения PR-технологий*, Новая экономика связана исключительно с интеллектуальным потенциалом. Однако и это определение принять нельзя, ибо инновации в IT-секторе не исчерпывают Новую экономику.

Можно попытаться рассмотреть данное понятие и с иной точки зрения. Особенностью новой экономики – является движение «к технико-экономическому паритету ... в мире остается все меньше и меньше товаров, услуг, технологий, знаний, опыта или процессов в Лондоне, Париже, Нью-Йорке, Милане и Мадриде, которые не были бы недоступны нашим братьям и сестрам в Бангалоре, Сеуле, Гданьске, Буэнос-Айресе или Куала-Лумпуре». [3, 35] Современные компании конкурируют на основе знаний, но сами знания с течением времени и ускорением всех социальных и экономических процессов, становятся все менее долговечными. Рынки изменяются, приобретая фрагментарный характер с точки зрения требований, предъявляющихся со стороны «новых потребителей постмодерна». Фрагментация потребителей проявляется в сосуществовании разнообразных стилей и образов жизни, предпочтений, систем ценностей, что кардинальным образом меняет представления о социальных институтах и об их влиянии на развитие индивидов. Следовательно, Новая экономика, глобальная благодаря развитию и распространению знаний, технологий, информации, в то же самое время фрагментарна, и **двойственный характер данной экономической системы в еще большей степени усложняет процесс анализа основных тенденций ее развития**. Подобная амбивалентность приводит к совершенно иному типу взаимоотношений в рамках рыночной системы. Это – несколько иные представления о роли фирмы и подходах к управлению компанией. Безусловно, это и иные потребители, которые приобретают разнообразные продукты с целью социальной и психологической актуализации своего собственного «я». Изменяются традиционные представления о продукте и его назначении: очевидна трансформация от объекта необходимости к культурному и психологическому артефакту, посредством которого возможно выражение своей индивидуальности. В этой связи, рыночная и экономическая позиция потребителей так же подвергается изменению: «...раньше потребители страдали от нехватки товаров. Теперь ... компании страдают от дефицита покупателей». [4, 9]

Новая экономика – это смешение стилей, субкультур, направлений. В результате, в рамках подобной среды возрастает количество требований,

соблюдение которых необходимо для успешной коммерческой деятельности. Вероятно, достигнут успеха те организации, которые смогут выработать уникальную инновационную концепцию развития своего бизнеса и создадут все необходимые предпосылки и внутренние условия для активных действий в выбранном направлении. «Будущее невозможно предсказать – его нужно создавать. Вы либо наблюдаете, как что-то происходит, либо определяете то, что происходит». [3, 43] Так как фирму окружает слишком большое число непредсказуемых и сложно идентифицируемых факторов внешней среды, то если организация будет стремиться постоянно их отслеживать и учитывать, тратя излишние средства на сам процесс мониторинга среды, она просто утонет в море информации. Стремления и попытки «угнаться» за достижениями конкурентов с постоянной оглядкой только лишь на то, что было достигнуто когда-то и кем-то, в итоге может ни к чему не привести. Поэтому возможно наиболее эффективным способом существования и развития в условиях Новой экономики с колоссальными объемами информации и постоянно возрастающей скоростью изменения этой информации является четкая самоидентификация, ясное самоопределение, продуманный подход к выработке направления развития фирмы.

Одним из вариантов новой предпринимательской структуры Новой экономики является «Funky Inc.». «Это организация, которая стремится изменить обстоятельства и непредсказуемость нашего времени. Ее отличие и ее постоянное стремление быть отличной бросается в глаза во всем, что она делает и даже в том, как она выглядит». [3, 142] «Funky Inc.» представляет собой компанию:

- Специализированную (узкая и целенаправленная специализация + глубокое фокусирование).
- Имеющую большой леверидж (возможность привлечения чужих средств для наращивания своей мощи).
- Тотально инновационную (инновационный образ мышления касается каждого в компании по отношению к любым вопросам).
- Гетерархичную.

Эффективность «Funky Inc.» по сравнению, например, с некоторыми промышленными гигантами не вызывает сомнения: в США 62% инвестиций в информационные технологии, сделанных за последние 5 лет «классическими» компаниями, не принесли ощутимых успехов, в то время как остальные 31% обеспечили экономический рост и увеличение производительности труда до 2,5% в год. [2]

В заключение отметим, что понятие новой экономики чрезвычайно сложно свести к какому-либо наиболее обобщенному или единственному определению, ибо это понятие разнообразно и связано с множеством функциональных и научных областей. Да и, вероятно, сведение этого явления к единственной дефиниции будет не совсем корректным, поскольку в процессе формулирования ограниченного описательного

понятия может быть потерян сам глубокий и многосторонний смысл этой категории. Единственное, что можно отметить с большей или меньшей степенью вероятности, это то, что новая экономика как объект анализа и исследования представляет собой открытую систему со всеми вытекающими из этой характеристики системными свойствами (холистичности, дифференциации, отрицательной энтропии, цикличности событий и т.д.). Наиболее важным из этих свойств, пожалуй, является возможный характер изменений элементов системы в ответ на изменения какого-либо единственного параметра, что предполагает тесную и постоянную взаимосвязь между всеми событиями, явлениями, фактами, которые происходят в рамках этой экономической системы. И это является подспорьем в попытке изучения новой экономики, объяснении некоторых закономерностей, установлении соответствующих зависимостей.

#### **Литература**

1. Амосов Ю. Никто не знает, что мы назовем новой экономикой через год // iBusines. 2000. №7.
2. Бейкер Д., Абрахамс П. «Новая экономика» – это почти миф // Ведомости. 2001. 18 окт. С. А7.
3. Нордстрем К., Риддерстрале Й. Бизнес в стиле фанк: Капитал пляшет под дудку таланта. СПб., 2000.
4. Пинк Д. Еще одна притча о реинжиниринге или новое учение доктора Хаммера // Искусство управления. 2002. №1 (13).

*Н.А. Пашкус*

## **НОВАЯ ЭКОНОМИКА И КУЛЬТУРА ПОСТМОДЕРНА**

Инновационный стиль мышления обозначен как ядро новой экономики, а интеллектуальный капитал – как главнейший фактор ее развития. Проведен сравнительный анализ теории постмодерна и концепции новой экономики. Рассмотрены внешние проявления культуры постмодерна и их психологические интерпретации. Показано, что культура постмодерна представляет угрозу для новой экономики.

Наталья Анатольевна Пашкус – кандидат физико-математических наук, доцент кафедры маркетинга и стратегического планирования Российского государственного педагогического университета им.А.И.Герцена. E-mail: pashkus@pisem.net.

## ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЩЕСТВО И СЕТЕВАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ

В настоящее время практически во всех сферах жизни человеку требуется актуальная и качественная информация. Такой же степенью включенности в жизнь человека обладает коммуникация: увеличение объема поступающей информации обуславливает развитие коммуникации – каналов передачи информации. Информационное общество – это прежде всего **информация** и **коммуникация**. Именно эти категории выходят на первый план при обсуждении общества XXI века. Началом же информационного общества является момент истории, когда впервые информация стала стоить дороже, чем минеральные ресурсы, а коммуникация начала рассматриваться человеком не как средство, а как цель.

Впервые информационное общество заявило о себе на весь мир во время войны в Персидском заливе в 1990 году. Тогда миру впервые явилась война в режиме on-line. Основная стратегия военного командования США сводилась к тому, чтобы обеспечить контроль за информационным полем войны. Тогда на этот факт особое внимание обратил французский философ Жан Бодрийяр. В своей книге «Войны в заливе не было» он утверждает, что эта война была целиком и полностью смоделирована с помощью американских СМИ, показавших необходимую пропагандистскую картинку в режиме реального времени.

Переизбыток информации привел к тому, что традиционное управление организацией через систему нормативного иерархического подчинения перестала справляться с ее сортировкой, анализом и принятием решений. Расширение границ организации, глобальный характер деятельности крупных компаний обусловил коммуникационный кризис в управлении. Все вышеперечисленные факторы стали причиной структурных и кардинальных изменений в организации. Жесткая иерархия существенно ослабла и была дополнена горизонталью управления – теперь часть функций непосредственного начальника по управлению подчиненным передается руководителю проекта. Вторым этапом ослабления жесткой иерархии стало упразднение дифференциации руководства по отраслям деятельности и замена ее временными «проектными» структурами, изменяющимися сообразно различным поставленным задачам.

Все перечисленные выше изменения и предопределили формирование новой модели организации, структурно и идейно соответствующей системе информационного общества.

В современной системе информационного общества большое значение играют сетевые организации. Сетевая организация как понятие не является концептуальным, исходным. Как и для *сетевого сообщества*, *сетевой экономики*, *сетевой коммуникации* базисом для сетевой организации является понятие **социальная сеть**. Термин «социальное» здесь сепарирует понятие сети от остальных понятий. Ведь рыболовецкая сеть или электросеть, хотя и схожи по природе с сетью социальной, но все-таки предметно различаются кардинально. Социальная сеть есть отправная точка всех понятий, используемых далее. Беря за основу две основных составляющих информационного общества, социальную сеть можно структурно определить как единство **коммуникации** и **информации**, но эти понятия не являются единственными в этой структуре. Все-таки любая форма организации – результат деятельности человека, поэтому третья и основополагающая структурная единица социальной сети это – личность (individual). В данном случае я использую термин «личность» не просто как общепринятую категорию, но как дифференцирующую категорию. Впервые такую дифференциацию произвел Николас Луман в своей работе *«Понятие общества»*, где пытался заново переосмыслить объект и предмет социологии. В нашем случае **личность** является единственно верным термином, исключая двойственность таких понятий как *человек*, *индивидуум* и др.

Впервые концепция социальной сети была введена в научный оборот как аналитическое понятие в 1954 г. Д. Барнесом. В своей работе он характеризует социальную сеть следующим образом: *«Каждый человек имеет определенный круг друзей, и эти друзья, в свою очередь, имеют собственных друзей. Некоторые из друзей одного человека знают друг друга, другие нет. Я счел удобным говорить о такого рода социальных полях как о **сетях**.»* [2].

И все же по-настоящему феномен *социальной сети* проявил себя на примере *сетевой организации*. Впервые мир столкнулся с этим феноменом в середине 70-х годов, когда по Европе прокатилась волна террора. Террористические организации Ближнего Востока приняли новую организационную структуру. Под влиянием мощи милитаристской государственной машины Израиля и США в недрах террористов зародилась новая схема деятельности, минимизировавшая потери в войне с военной машиной израильтян и американцев. Главная идея состояла в том, чтобы захват одного даже крупного руководителя организации не влек за собой обнаружение либо установление личности других ее членов. Достигался этот результат двумя принципами:

1) *Разрушение системы прямого подчинения и контроля*. Когда все члены организации идеологически и психологически едины, а целью организации не является соблюдение личных интересов, система контроля отпадает сама собой. А так как смысл иерархического управления состоит именно в контроле, иерархическая власть отмирает естественным образом.

2) *Разделение организации на два типа самостоятельных и независимых мини-организаций.* Первый тип повторяет бывшие подразделения традиционной организации: финансы, планирование, производство, сбыт и т.д. Второй тип – *соты*. Вместо масштабных преступных сообществ появляется сеть из идентичных по сути целям и природе мини-организаций, управляющихся абсолютно независимо друг от друга. Разделение на эти организации может происходить по *проектам, регионам, национальностям, личностям.*

Рассмотрим гораздо более изученную и формализованную *модель сетевой организации для сетевой экономики.* Зарождение такого рода сетевой организации начало оформляться с начала 80-х годов. В отличие от неформальных (бескорыстно-фанатичных) организаций, где достаточно идеи, принципа и метода для нормального функционирования, в организациях, где явно присутствует личный интерес члена организации, и где распределяются крупные денежные потоки, одной идеей не обойтись. В такой организации новую роль приобретает функция контроля, а ослабление иерархической власти лишь разгружает для должностных лиц этой организации работу с информационными потоками и координацию своей деятельности. Соответственно формирование типа *сетевой экономической организации* имеет под собой несколько другие причины: *увеличение потока информации, радикальный прогресс средств коммуникации, разрастание традиционной организации до масштабов транснациональной корпорации.*

Эти три основных фактора в начале 90-х годов прошлого века объединились в одну силу – *информационное общество.* Естественно мировая экономика и общество в целом не могли не отреагировать на такое мощное давление. Реакцией на это давление стал выход сетевой организации из маргинальной, неформальной среды и прогностических теорий на новый – практический уровень. Глобальная сеть интернет позволила создавать *сетевые сообщества*, а мобильная телефония, развитие пакетной передачи данных, интернет и мобильность средств связи привели к появлению таких явлений как *сетевой маркетинг и сетевая экономика.* Громоздкая иерархическая система управления крупной корпорации постепенно трансформировалась в гибкую дифференцированную модель сети, распространение этой модели послужило началом эры сетевой экономики.

Безусловно информационные технологии и информационное общество сейчас очень бурно развиваются на территории нашей страны. На сегодняшний день по разным подсчетам активных пользователей интернет в России насчитывается от 10 до 16 миллионов человек, что составляет около 10% от общей численности населения страны и около 35-40% от трудоспособного. Однако общие темпы проникновения информационных технологий в государственную, частную жизнь российского общества отстают от общемировых.

Кроме того, как и в прошлые времена, властные структуры не заинтересованы в улучшении внутригосударственной коммуникации граждан. Еще в XIX веке один из видных министров царского правительства выступал резко против введения в строй железной дороги, т.к. «это многократно усложнит процесс подушного контроля и учета за населением страны». Без такого контроля процесс авторитарного, деспотического управления многократно усложняется, т.к. коммуникация и информация подрывают основы подданничества, раболепства и сплачивают огромные массы людей по их общим интересам, которые в редких случаях выгодны авторитарным правителям. А власть стремится уничтожить то, что не может контролировать.

Но вот лишь несколько фундаментальных особенностей и характеристик сетевой модели организации, которые станут в среднесрочной и долгосрочной перспективах основой экономического, политического и общественного развития в целом:

- **Радикальное улучшение и упрощение коммуникации в обществе**

- социальная сплоченность, солидарность
- возможность кардинально лучшего контроля над властью
- нивелирование материальных и др. социальных различий путем нахождения многочисленных общих интересов
- снижение риска конфликтов по национальному, религиозному, географическому, политическому признаку (сеть не подразумевает жесткого порядка любых форм коммуникации «вчерашний конкурент может стать партнером» [12]).

- **Переход от вертикального (иерархического) способа управления к горизонтальному (сетевому)**

- радикальное увеличение свободы личности в связи с переходом от доминирования и подавления к консенсусу и взаимовыгодным партнерским отношениям
- уменьшение эффекта социального расслоения (отказ от методов иерархического управления и деления соответственно)
- рост инновационной и др. видов социальной активности населения
- снижение издержек контроля и коммуникации в управлении
- уменьшение риска узурпации власти на всех уровнях управления

### **Литература**

1. Паринов С.И. Информационное общество: контуры будущего (доклад). Online - конференция «Социальные и психологические последствия применения информационных технологий», [www.auditorium.ru](http://www.auditorium.ru)
2. Barnes J. A. Op. cit. – P. 43–44.
3. А.И. Неклесса, Татьяна Гурова. Проблема XXI века//Эксперт, №34, 2001, стр. 20-21.
4. Чарльз С. Сноу, Реймонд Е. Майлз, Генри Дж. Коулмер младший. Управление сетевыми организациями 21 века, <http://stud.spa.msu.ru>

5. Бабкин Ф.В. Электронная коммерция и новые организационные формы компаний// Менеджмент в России и за рубежом, №1 2000
6. Йоханнес Рюэгг-Штюром, Леона Ахтенхаген. Сетевые организационно-управленческие формы – мода или необходимость?, [http://www.ptpu.ru/issues/6\\_00/12\\_6\\_00.htm](http://www.ptpu.ru/issues/6_00/12_6_00.htm)
7. Joel M. Podolny, Karen L. Page, Network Forms of Organization, Annual Review of Sociology, 1998, forthcoming
8. Паринов С.И. Экономика XXI века на базе Интернет-Технологий. Конференция «Технологии информационного общества 98 – Россия», 1998 г.
9. Шадрин А.Е. Информационные технологии и совершенствование социальных институтов. Российская сеть информационного общества  
<http://pubs.carnegie.ru/books/2002/08is/default.asp?n=04.asp>
10. Шадрин А.Е. Сетевая модель организации//Информационное общество, 2000, вып. 2, с. 86 - 88.
11. Олескин А.В. Сетевая организация социума и биополитика. Кафедра физиологии микроорганизмов биологического факультета МГУ им. М.В.Ломоносова ©2000-2003.
12. Михаэль Раис. Границы «безграничных» предприятий: перспективы сетевых организаций. Изд-во Пауль Хаупт, [http://www.ptpu.ru/issues/1\\_97/17\\_1\\_97.htm](http://www.ptpu.ru/issues/1_97/17_1_97.htm)

*Л.П. Зернова*

## **ИДЕЙНЫЕ ИСТОКИ ФЕНОМЕНА ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА**

Изложена история возникновения термина «информационное общество», проанализированы теории Дж.Гэлбрейта, Д.Белла, Э.Тоффлера. Ссылка на работу Н.Н.Моисеева.

Людмила Павловна Зернова – доцент кафедры социологии Московского физико-технического университета. E-mail: [zernova@demiurg.ru](mailto:zernova@demiurg.ru).

*О.Г. Филатова*

## **СОЦИАЛЬНАЯ ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ В ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЩЕСТВЕ**

К началу XXI столетия большинство развитых стран все увереннее входит в стадию информационного общества. Многочисленные работы, написанные социологами и футурологами в 60-90-е годы XX века по поводу информационного (постиндустриального) общества, позволяют выделить следующие его классические черты:

➤ Определяющим фактором общественной жизни в целом является научное знание. Высокий уровень автоматизации производства вытесняет ручной труд в его роли фактора стоимости товаров и услуг. Экономические и социальные функции переходят от капитала к информации. Как следствие, ядром социальной организации, главным социальным институтом становится университет как центр производства, переработки и накопления знания. «Производство информационного продукта, а не продукта материального станет движущей силой образования и развития новых структур» [1].

➤ Уровень знаний, а не собственность, становится определяющим фактором социальной дифференциации. В основе этого процесса лежит рост сферы услуг за счет сферы материального производства, вызывающий, в свою очередь, преобладание в высших социальных эшелонах людей, специализирующихся на выработке систематически организованного знания. Подобный тип профессионального труда неотделим от большего удельного веса в нем всевозможных инноваций, что опять же предъявляет повышенные требования к уровню знаний работника. Закономерным следствием этого становится, по мнению Д. Белла, формирование новых социальных элит, основанное на уровне полученного образования. Очаг социальных конфликтов перемещается из экономической сферы в сферу культуры. Результатом борьбы и разрешения конфликтов является развитие новых и упадок старых социальных институтов.

➤ Происходит симбиоз социальных организаций и информационных технологий. Инфраструктурой информационного общества является новая «интеллектуальная», а не «механическая» техника. Возможность внедрения новых информационных технологий не только в промышленное производство, но и в социальную сферу определяется, прежде всего, через создание тех ли иных алгоритмов действия – принятия управленческих решений, выбора в неопределенной ситуации или в ситуации риска и т.п. Общество вступает в «технотронную эру», когда социальные процессы становятся программируемыми: «Любой единичный выбор может быть непредсказуем, как непредсказуемо поведение отдельного атома, в то время как поведение совокупности может быть очерчено столь же четко, как треугольники в геометрии» [2].

Приведенных выше характеристик информационного общества достаточно, на наш взгляд, для операционализации данного понятия. Далее мы попытаемся проанализировать, как соотносятся теоретические прогнозы, сделанные классиками, и реальность современного информационного мира.

В настоящий момент многие развитые и развивающиеся страны в полной мере осознали те колоссальные преимущества, которые несет с собой развитие и распространение информационно-коммуникационных

технологий. Становление информационного общества в развитых странах уже не футурологический прогноз, а реальность дня.

Информационные технологии постепенно стали настолько существенной частью инфраструктуры общества, что сегодня от них зависит не только технологический, но и социальный прогресс, место государства в мировой экономике, роль в международном разделении труда и способность развивать демократические институты. Новые информационные технологии предоставляют возможность людям стать активными производителями информации, оказывают влияние на расширение прав граждан путем предоставления моментального доступа к широкому ряду информации, увеличивают возможности людей участвовать в процессах принятия политических решений и контролировать действия правительства.

Информационно-компьютерная революция, происходящая в переходный период к информационному обществу, подготовила базу для глубоких социальных изменений. Деление на «имущих» и «неимущих» приобретает принципиально новый характер: привилегированный слой образуют информированные, не информированные – это «новые бедные».

Всесторонне проанализировав плюсы и минусы информационной эпохи, американский социолог Д. Шиллер считает, что Интернет стал катализатором эпохального политико-экономического перехода к «цифровому капитализму», к изменениям, которые являются неблагоприятными для большинства населения мира. По его словам, «цифровой капитализм скорее усилил, чем ослабил вековые бедствия рыночной системы: неравенство и господство. Путь к исправлению этого положения начинается с признания этого факта» [3].

Действительно, резкая дезинтеграция всей социально-классовой структуры индустриального общества, сложившейся на основе изменений в производстве под воздействием промышленной революции представляет собой самый непосредственный эффект внедрения информационных технологий. Причем речь идет об их коренных изменениях с точки зрения количественных, качественных и функциональных показателей, изменениях приоритетов между ними.

Технологические изменения влияют на структуру профессиональной занятости разнообразными способами. Вследствие внедрения технологических инноваций в экономику происходят следующие изменения: 1) создаются новые трудовые функции; 2) расширяется ряд трудовых функций действующих профессий, что требует разделения и передачи некоторых трудовых функций новым профессиям; 3) рабочая сила замещается технологическими инновациями; 4) технологические инновации заменяют мастерство работников. Таким образом, функции некоторых профессий могут расширяться, сужаться или полностью замещаться.

В связи с этим М.Кастельс отмечает: «Основное положение теорий постиндустриализма гласит, что люди, уже вовлеченные в различные виды деятельности, начинают занимать новые позиции в профессиональной

структуре. Вообще говоря, было предсказано, что по мере движения к информационному обществу мы должны наблюдать растущую важность позиций менеджеров, профессионалов и техников, снижающуюся долю рабочих на позициях специалистов и операторов и увеличение численности клерков и продавцов»[4] .

Некоторые исследователи приходят также к выводу о том, что сейчас в странах, где уже осуществлен переход к информационному обществу, разделение между мужчинами и женщинами является даже более важным фактором организации жизни, чем классовая дифференциация. «Социально-классовая структура, складывающаяся в результате распространения информационных технологий, фактически распределяет людей по различным категориям в зависимости от их половой принадлежности: мужчины - производители информации, женщины – работники сферы услуг» [5].

Можно сделать вывод о том, что в информационном обществе возникают совершенно новые критерии социально-классовой дифференциации, которые не менее важны, чем социальный класс и его политическое поле.

Если использовать традиционное определение социального класса на основании способности производить стоимость в обществе, то новые большие и общественно значимые социальные группы сейчас определяются производством и присвоением информации со всеми вытекающими отсюда последствиями. В качестве новых значимых принципов социальной дифференциации и формирования соответственного политического менталитета в современном информационном обществе, помимо информационной доминанты можно выделить также следующие: национальное и религиозное сознание, чувство этнического единства и даже разделение по половому признаку.

Как справедливо отмечает В. Иноземцев, социальные тенденции последних десятилетий свидетельствуют, что общество, исповедующее свободу научного поиска и эффективно использующее результаты технологического прогресса, порождает нарастание имущественного неравенства в масштабах, каких не знала история. Данный парадокс, как это ни печально, вполне объясним логикой развития социальных систем, а природа такого неравенства и его углубления кроется в неискоренимых различиях людей по уровню их способностей и талантов, а значит, и по потенциальной возможности достижения успехов в сфере производства, основанного на усвоении и использовании новых знаний.

Подводя итоги рассмотрения комплекса проблем, связанных с переходом к информационному обществу, можно сделать ряд выводов:

1. Реальная практика воздействия новых информационных технологий на социальную структуру общества привела к тому, что формирующееся информационное общество характеризуется не только и не столько расширяющимися возможностями накопления и переработки информации (как это представлялось классикам), сколько новыми формами

коммуникации. Происходит глобализация средств массовой информации и коммуникации, трансформируется вся структура коммуникативного опыта человека.

2. В силу неравномерности распространения источников информации как отдельные социальные группы, так и отдельные индивиды имеют разные информационные возможности. Сегодня скорее приходится говорить о степени *доступа* к информационным кодам как основании социальной стратификации, чем о степени овладения тем или иным теоретическим знанием. [6]

3. Основанием нового социального неравенства сегодня становится не столько уровень знания, сколько характер отношения к информации. Процесс коммуникации в мире электронных технологий возносит на лидирующие социальные позиции определенный тип людей – обладающих разнообразием и гибкостью когнитивных стилей. В этой связи интересна точка зрения В. Иноземцева, согласно которой формирование технократических элит связано не только и не столько с их «близостью к информации», сколько с объективными изменениями социальной коммуникации. Так, само возрастание скорости информационных потоков требует большей быстроты принятия решений во всех областях социальной практики, что может быть достигнуто только за счет их меньшей коллегиальности и большей конфиденциальности. [7]

4. Перенос значительной части информационных потоков в Интернет затрудняет контроль над ними со стороны тех или иных социальных институтов. Во многом это связано с фактом «размывания» статусных позиций в виртуальных сетевых организациях, исчезновением привычных «ответственных лиц», на которых можно было бы оказать то или иное социальное давление.[8] Становление сетевых форм организации производства и связанное с этим распространение сетевого принципа коммуникации существенно затрудняют любую алгоритмизацию. Таким образом, в современном мире не подтверждается идея классиков о возможности алгоритмизации и программировании социальных процессов в информационном обществе.

#### **Литература**

1. Masuda Y. The information society as postindustrial society. W., 1983. P.29
2. Bell D. The Coming of Post-industrial Society. A Venture in Social Forecasting. N.Y., Basic Books, Inc., 1973. P.33.
3. [http://rk.org.ua/weblog/4/240\\_1.html](http://rk.org.ua/weblog/4/240_1.html)
4. Castells M. The Information Age: economy, society and culture. N.Y., 1997. Vol.2. P. 121.
5. Борисов Б. Социально-политические особенности информационного общества // <http://socarchive.narod.ru/rasn/proba401.htm>
6. Белинская Е.П. Человек в информационном мире // <http://psynet.by.ru/texts/bel3.htm>

7. Иноземцев В.Л. "Вечные ценности" в меняющемся мире // Свободная мысль-XXI, 2001. № 8.

8. Pickering J.M., King J.L. Hardwiring weak ties: interorganizational computer-mediated communication. Occupational communities and organizational change // Organization Science. 1995, v.6, № 4.

С.М. Пястолов

## ОБУЧАЮЩЕЕСЯ ДОМОХОЗЯЙСТВО В ИНФОРМАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКЕ

До недавнего времени внутренняя структура домохозяйств не являлась предметом изучения экономистов «основного течения». В рамках неоклассической парадигмы домохозяйство рассматривается как рациональный субъект, стремящийся к максимизации той или иной целевой функции. Лишь в теориях крестьянского хозяйства принимались во внимание другие цели, основными из которых считались выживание и сохранение экологического, институционального, а также иных типов равновесия.

Однако в научных публикациях с недавнего времени отмечается возрождение интереса к домохозяйству как самостоятельному экономическому агенту, обусловленное в том числе – «открытием» неформальной экономики, этической экономики, хозяйственных механизмов локальных сообществ, малых экономических структур и подструктур (таких как малотехнологичное мелкое производство, самозанятость, теневые предприятия и т.п.). Многие ученые отмечают тот факт, что не только в развивающихся странах, странах «третьего мира», но и в развитых, несмотря на процессы глобализации, урбанизации, технологической экспансии, домохозяйства не только выживают, но и продолжают развиваться как самостоятельные экономические агенты.

Кроме того, в типологических характеристиках домохозяйства можно обнаружить свойства едва формирующегося в России, но уже укоренившегося в развитых экономических системах «общества, основанного на знаниях». Во-первых, высокие темпы экономического роста не являются приоритетной экономической целью «новой экономики», вместо достижения этой цели новая экономика должна решать комплекс задач «умеренного развития» (*sustainable development*). Таковую же задачу – выживание и развитие, воспроизводство собственного человеческого капитала при любых условиях призвано решать домохозяйство.

Во-вторых, как следствие первой причины, фокус внимания современной экономики смещается из области производства в сферу

потребления. Соответственно, значимость времени, затрачиваемого на потребление, приближается к значимости времени, расходуемого на производство.

В-третьих, приобретая свойства «информационного», новое общество теснее взаимодействует как с материальным, так и с духовным мирами каждого отдельного человека. Это происходит потому, что информационные технологии, компьютерные программы, средства мобильной связи и т.п. не только формируют материальную среду жизни человека, но также все чаще становятся основным средством межличностных взаимоотношений. В процессах коммуникаций постоянно возникают новые знания, новая информация. Таким образом, межличностные взаимоотношения, в домохозяйстве составляющие его основу, выходят на первый план в экономических взаимодействиях.

В-четвертых, экономический субъект новой экономики не может освоить весь объем информации, с которой взаимодействует, и вынужден опираться на институциональные нормы и правила (в организации межличностных коммуникаций, при интерпретации полученной информации и т.п.). В домохозяйстве, хотя здесь причиной является не только чрезмерный объем информации, поведение человека также чаще обусловлено традициями и привычками (привязанностями), чем утилитаризмом и рациональностью.

Как можно заметить, третье и четвертое свойства раскрывают явления, развивающиеся в противоположных направлениях. И это не единственный пример противоречий, которые призвана анализировать современная постнеклассическая наука. Немалая их часть связана с проблемой получения прогнозов поведения работников – членов домохозяйств на рынках труда, выбора экономических стратегий самими домохозяйствами, а также с проблемами оценки и учета человеческого капитала домохозяйств в системе национальных счетов.

В этой связи представляется важным привлечь внимание коллег, в том числе, к проблеме получения достоверных прогнозов формирования и развития паттернов экономического поведения домохозяйств в их взаимодействии с институциональными структурами, острота которой определяет актуальность исследований поведения данных экономических агентов.

Вместе с тем, в настоящее время, при сравнительном богатстве накопленного эмпирического материала, обнаруживаются лишь некоторые контуры позитивных моделей домохозяйства. По всей видимости, трудности в становлении нормативных теорий домохозяйства обусловлены многоаспектностью предмета исследования, недостаточной консолидацией усилий представителей различных областей гуманитарных знаний.

Исследования производительности труда и факторов, ее определяющих, на уровне домохозяйств, на уровне общества требуют учета системных параметров: особенностей горизонтальных и вертикальных взаимодействий

между людьми, социальных связей и соответствующих норм и правил, составляющих элементы человеческого и социального капитала домохозяйств.

Другое важнейшее направление исследований задается рамками психологических теорий. Значимой вехой на пути развития экономико-психологической мысли, по мнению автора, следует считать период 1920-х - 1930-х годов, когда группа российских (в то время – «советских») психологов попыталась создать так называемую материалистическую психологию на основе марксистского учения (Л. Выготский, П. Блонский, С. Рубинштейн, Д.Басов и др.). Часть результатов этих усилий, очистившись от шелухи вульгаризованного псевдомарксизма, в наше время приобрела форму организационно – деятельностного подхода в психологии развития (А. Леонтьев, П. Гальперин, Д. Эльконин, В. Давыдов и др.). Именно в рамках этой концепции А.Леонтьевым рассматривались понятия опредмечивания – распредмечивания, овеществления – развеществления [1], ставшие ключевыми в созданной автором схеме взаимодействия психических и институциональных форм.

Концепция фреймов рациональности, разработанная Д. Канеманом и А. Тверски как составляющая теории перспектив (1980-е гг.), оказывается весьма полезной для теоретического описания свойств границ предметных областей, в которых действуют индивиды. Концепции перспектив, тематически организованного мышления, также послужили основой для разработки инструментария эмпирических исследований, организованных и проведенных в рамках данной работы.

Роль инструментального средства в исследовании [2] сыграла также теория соглашений, основные положения которой стали доступны русскоязычному читателю с публикацией научных и методических работ А. Олейника, Р. Нуреева, С. Пястолова [3]. Основатели теории соглашений Л. Тевено, О. Фаворо, Ф. Эмар-Дюверне, Б. Шаванс, Р. Буайе, В. Андрефф, К. Менар (ее еще называют французской теорией соглашений) сочетают в своих исследованиях западноевропейскую и американскую традиции институционализма. В такой интерпретации проблемы этики и согласования интересов различных людей и групп постепенно начинают приобретать формальный и квантифицируемый вид, что позволяет выражать их более четко и искать пути решения этих проблем. Данная концепция позволяет сформировать контуры количественной модели, например, для ситуации с асимметричной информацией, используя предположение о том, что агенты действуют в различных форматах соглашений.

По данным нашего исследования, выбор домохозяйствами *деструктивной* стратегии выживания происходит обычно в рамках сферы, определяемой касанием «мира домохозяйств» с мирами – рыночным (как ни покажется это странным), общественного мнения, гражданского соглашений; в этом случае чаще воспроизводятся рутины бюрократии машины в их самых неэффективных формах. Фиксируются функции

первичного работника и других членов домохозяйства. Домохозяйство не обучается.

Определено, что выбор домохозяйствами *консервативной* стратегии выживания происходит обычно в рамках сферы, заданной касанием «мира домохозяйств» с мирами – экологическим, индустриальным, гражданского соглашения; в этом случае домохозяйство нередко воспроизводит рутины организации профессиональной бюрократии, при этом сценарии развития экономических стратегий домохозяйства ограничены сравнительно жестко.

Выбор домохозяйствами конструктивной стратегии выживания происходит обычно в рамках сферы, определяемой касанием «мира домохозяйств» с мирами – индустриальным, гражданского соглашений; наблюдается развитие рутин бюрократии профессионалов, возможны заметные изменения стратегий, однако «барьеры перехода» все еще довольно высоки.

Выбор же инновационных стратегий происходит обычно в рамках сферы, определяемой касанием «мира домохозяйств» с мирами – рыночным, творческой деятельности. Домохозяйство становится в определенном смысле сообществом профессионалов, операционной адхократией.

Наблюдения свидетельствуют, что такое направление развития стратегий совпадает с направлением вектора деперсонифицированного доверия, но не совпадает с вектором развития нормы утилитаризма. То есть зафиксированы выявленные эффекты взаимовлияния институциональных структур и экономических стратегий домохозяйств.

---

1. См.: Леонтьев А.Н. Деятельность, сознание, личность. –М., 1975.

2. Результаты исследования, проведенного на кафедре национальной экономики РЭА им.Г.Плеханова, см. в работах: Пястолов С.М. *Обучающееся домохозяйство: контуры институциональной модели поведения*. –М.: Издательство «Палеотип», 2005; Пястолов С.М. *Особенности предложения труда российских домохозяйств*//Вопросы экономики, № 8, 2005, стр. 124-138.

3. См., например: Олейник А.Н. *Институциональная экономика*. –М.: Вопросы экономики, ИНФРА-М, 2000; *Экономические субъекты постсоветской России* (институциональный анализ). Под ред. д.э.н., проф. Р.М.Нуреева. Серия «Научные доклады», № 124. –М.: МОНФ, 2001; Пястолов С.М. *Основы экономической теории*. Учебное пособие. –М.: Академический проект, 2004.

*В.В. Деньгов*

## **ПРОБЛЕМА ВЫЯВЛЯЮЩИХ МЕХАНИЗМОВ В СИТУАЦИЯХ НЕЖЕЛАТЕЛЬНОГО ОТБОРА**

Понятие *неблагоприятный (нежелательный, ухудшающий) отбор* (*adverse selection*) пришло в микроэкономическую теорию из страхового дела. В настоящее время данное понятие распространяется исследователями на более широкий круг явлений, имеющих сходную природу и наблюдаемых в других сферах экономической деятельности. Речь идет о ситуациях, зачастую складывающихся на рынках кредитов, на рынках труда, на товарных рынках, а также – в отношениях государства и регулируемых им фирм.

Например, банки часто сталкиваются с высоким риском невозврата ссуд некоторыми заемщиками, так как оказываются не в состоянии точно оценить, насколько рискованным является финансирование заемщиками тех или иных инвестиционных проектов. Попытки разграничить заемщиков по уровням инвестиционного риска с помощью дифференциации процентной ставки стимулируют такую разновидность ухудшающего отбора, как *рационирование кредита* (модель *Стиглица–Вайса*)<sup>1</sup>, если только банки не применяют также варьирование уровня имущественного залога.

Источником неблагоприятного отбора в большинстве случаев является *предконтрактная информационная асимметрия*, когда одна из договаривающихся сторон (обычно *агент(-ы)*) располагает частной информацией о своих *характеристиках*, о своем *типе* и не собирается делиться этой информацией с другой стороной – *принципалом*, по крайней мере до подписания контракта (так называемый *предконтрактный оппортунизм* – *precontractual opportunism*). Частная информация используется ее обладателем в целях увеличения собственного благосостояния в ущерб выгоде другой стороны.

Следует отметить, что явление ухудшающего отбора несовместимо с неоклассической парадигмой. Как отмечают П. Милгром и Дж. Робертс, «в неоклассической модели все сделки, по существу, совершаются с неким безличным рынком, и никого не интересует фактический облик другого участника сделки».<sup>2</sup> Покупатели, как и продавцы, не различимы между собой. Каждая фирма располагает определенным набором технически осуществимых планов, т.е. имеет производственную функцию. Каждый план характеризуется определенной структурой затрат ресурсов и соответствующими результатами (выпуском). Техническая осуществимость планов не зависит от неизвестных фирме характеристик своих партнеров по экономической деятельности (покупателей продукции, продавцов ресурсов, государства). Эффективно функционирующий рыночный механизм спроса и предложения приводит к наилучшему результату (Парето-оптимальности). Реальность же, однако, далека от описанного идеала.

Задача решения проблемы неблагоприятного отбора состоит в том, чтобы заставить агентов проявить свой истинный тип и в итоге получить результат, не слишком отклоняющийся (по возможности) от общественного оптимума.

Данная проблема решается в так называемой *теории конструирования выявляющего механизма (mechanism design)*. Как отмечает Б. Салани, «не случайно многие авторы называют модели неблагоприятного отбора задачами создания выявляющего механизма».<sup>3</sup> Объектом данной теории является изучение способов осуществления данного распределения наличных ресурсов в ситуации, когда имеющаяся информация рассредоточена среди рыночных агентов.

Б. Салани рассматривает три таких ситуации, когда частная информация, имеющаяся у одной стороны, затрудняет (если не делает вообще невозможным) достижение общественного оптимума, реализовать который пытается другая сторона. Гораздо больше примеров, на которых анализируется работа выявляющего механизма, можно найти в труде *А. Масколела, М. Винстона и Дж. Грина*. Правда анализ этот еще более формализован и требует от читателей солидной математической подготовки.<sup>4</sup>

Возьмем, к примеру, проблему общественного выбора, когда каждый  $i$ -тый агент ( $i=1, \dots, n$ ) обладает некоторой относящейся к делу частной информацией  $\theta_i$  о своих предпочтениях. Допустим, что несмотря на все ограничения, накладываемые *теоремой Эрроу «о невозможности»*, агрегирование индивидуальных предпочтений и выявление общественных возможно, и общество решает, что оптимальным распределением является следующее:  $y(\theta) = (y_1(\theta_1, \dots, \theta_n), \dots, y_n(\theta_1, \dots, \theta_n))$ .

Его, вероятно, было бы легко осуществить, если бы правительству была известна вся частная информация ( $\theta_i$ ) всех агентов о их предпочтениях. Однако, если только  $i$ -тому человеку известны его предпочтения и если устраивающее его (индивидуально оптимальное) распределение  $y_i(\theta)$  растет с увеличением полноты частной информации, т.е. с ростом  $\theta_i$ , то он, весьма вероятно, зависит ценность своей информации, чтобы получить более выгодное для себя распределение. Это может сделать весьма проблематичной задачу достижения общего оптимального распределения  $y(\theta)$ . В качестве другого примера можно привести проблему обеспечения общественными благами. Например, любой житель города может получить выгоду от построенного стадиона, но никто особенно не торопится внести свой финансовый вклад в покрытие затрат на его строительство. Оптимальная схема финансирования строительства стадиона, вероятно, должна была бы зависеть от потенциальной пользы, получаемой каждым жителем. Скажем, люди, активно занимающиеся спортом, и фанатичные поклонники своей футбольной команды могли бы заплатить больше, чем равнодушные к спорту люди. Хотя и для последних польза от стадиона могла бы быть, например, при использовании стадиона в качестве концертной площадки. При отсутствии достоверного способа проверить информацию

индивидов власти будут вынуждены полагаться на их волюнтаристские декларации, когда каждый агент старается приуменьшить свою индивидуальную пользу от стадиона. Ухудшающий отбор в этой ситуации может стать причиной отказа от возведения стадиона, так как стоимость его строительства может превысить заявленную всеми жителями города выгоду.

Еще один пример – достижение экономикой общего равновесия по Вальрасу. Данное состояние экономики, как известно, считается «очень хорошим». Однако неясно, как его на практике достичь. Если бы достоверная информация была общественно доступной, правительству было бы достаточно только рассчитать равновесие и обеспечить их оптимальное распределение.

В реальности функции полезностей индивидов (их действительные функции спроса) остаются их частной информацией. Поэтому можно ожидать, что они будут лгать, если это поможет им увеличить свою выгоду. Так как вся информация рассредоточена среди всех рыночных агентов, то все доступные распределения оказываются связанными большим числом ограничений по стимулам.

При анализе подобных примеров возникают два вопроса:

1. Может ли оптимальное распределение  $y(\theta)$  быть осуществлено? Другими словами, соблюдается ли совместимость по стимулам (и вообще, возможно ли оно)?

2. Как найти из всего множества совместимых по стимулам распределений оптимальное?

Трудность, с которой реально сталкивается «Центр», пытающийся осуществить «правильное» распределение, это проблема стимулов (побудительных мотивов). Для начала «Центр» должен попытаться, что называется, «выудить» у агентов достоверную информацию о их типе. С этой целью он вынужден обращаться к весьма сложным процедурам, используя премии («взятки»). «Центр» старается побудить агентов к обнародованию своей частной информации, к раскрытию своего истинного типа.

Важным результатом развития теории разработки механизмов явилось формулирование *принципа выявления (откровенности, искренности – revelation principle)* и доказательство универсальности его применения. Принцип выявления подразумевает, что агент может ограничиться использованием только таких механизмов, которые являются одновременно *прямыми* (когда агент сам добровольно сообщает свою информацию, называет свой тип) и *выявляющими* (когда агент находит для себя оптимальным говорить правду, объявлять свой истинный тип).

Под выявляющим понимают механизм, действующий следующим образом: принципал («Центр») предлагает контракт, описывающий платежи и распределение товара (выгод) на основе сообщений каждого агента о его типе (предпочтениях). При этом «любой результат, который может быть достигнут при помощи какого-либо механизма в рамках эгоистической стратегии поведения агента, диктуемой данным

механизмом, может быть достигнут и при использовании честного посредника, получающего добровольные и правдивые отчеты от всех сторон и на их основе создающего данный результат».<sup>5</sup>

Допустим, «Центр» осуществляет строительство стадиона. Он объявляет условия, на которых примет решение его строить, и указывает, как строительство будет финансироваться. Затем он опросит каждого потребителя о его готовности платить.

При этом выявляющий механизм устроен таким образом, что всем агентам выгодно говорить правду. Отвечать правдиво является оптимальной стратегией для каждого при условии, что все остальные агенты говорят правду. Как утверждается в *теории выявляющего механизма*, если существует оптимальное распределение  $y^*(\theta)$ , которое может быть осуществлено посредством какого-то механизма (т.е. существует механизм, благодаря которому ответы агента приводят к оптимальному распределению), то существует также прямой и раскрывающий правду (выявляющий) механизм, реализующий  $y^*(\theta)$ , при котором агент раскрывает свой истинный тип  $\theta$ .<sup>6</sup>

Допустим, как это часто встречается, распределение (вектор)  $y$  состоит из распределения качества  $q$  и денежного трансферта  $p$ . Принцип выявления констатирует, что для того чтобы осуществить распределение качества  $q(\theta)$ , используя различные денежные выплаты  $p(\theta)$ , достаточно отослать агента к *меню контрактов (menu of contracts)*. Если агент заявит, что его тип –  $\theta$ , он получит распределение качества  $q(\theta)$  и заплатит тариф  $p(\theta)$ .

Прямые раскрывающие правду (выявляющие) механизмы очень просты. Однако они базируются на таких высказываниях, которые *a priori* не являются достаточно реалистичными. Например, в случае с продажей сыра трудно себе представить, что покупатель придет в магазин и объявит: «Я – тонкий ценитель сыра и готов платить высокую цену» или «Я – неискушенный потребитель» и т.п.

В этом случае нам на помощь может прийти так называемый *принцип тарифной сетки (taxation principle)*. Он показывает, что прямые выявляющие механизмы эквивалентны использованию нелинейного тарифа  $\tau(\cdot)$ . Его использование дает агенту возможность выбрать распределение  $q$  и осуществить соответствующий платеж  $p$  равный  $\tau(q)$ . Например, продавцу сыра следует предложить покупателю две головки сыра, которые бы различались по цене и качеству. Такие действия продавца были бы естественными. Хотя многие розничные продавцы и не расписывают нелинейные тарифы в прејскурантах, они часто используют систему ценовых скидок (*rebates*), которая приближается к системе нелинейных тарифов.

---

<sup>1</sup> Stiglitz J.E., Weiss A. Credit Rationing in Markets with Imperfect Information // *American Economic Review*, 1981, 71(June).

<sup>2</sup> Милгром П., Робертс Дж. Экономика, организация и менеджмент. В 2 т. СПб., 1999. Т. 1. С. 225.

<sup>3</sup> Salanie B. The Economics of Contracts: A Primer. MIT Press 1997. P. 13.

<sup>4</sup> См.: Mas-Colell A., Winston M.D., and J. Green. Microeconomic Theory. N.Y., Oxford University Press. 1995 (Ch.23).

<sup>5</sup> Милгром П., Робертс Дж. Экономика, организация и менеджмент. Т. 2. С. 382.

<sup>6</sup> Несложное доказательство этого утверждения можно найти в упоминавшейся книге Б. Салани: Salanie B. The Economics of Contracts: A Primer. MIT Press 1997. P. 16-18.

*Т.В. Коцопана*

## **ПРОБЛЕМЫ МОНОПОЛИЗМА И КОНКУРЕНЦИИ В ИНФОРМАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКЕ**

Объединение информационных технологий и телекоммуникаций в единую телематику открывает с современной точки зрения почти безграничные возможности. Важнейшей движущей силой технологического развития оказался высвободившийся экономический потенциал. Можно утверждать, что телематика коренным образом изменит общества в промышленно развитых странах, а это, в свою очередь, дает полное право и основание говорить о технологической революции, которая ничем не уступает появлению книгопечатания, железнодорожного сообщения или телефона. Например, в США уже сегодня не менее двух третей наемных работников заняты в обрабатывающих информацию сферах экономики или близких к ним областях.

Взгляд на современную экономику как на «постиндустриальную», «информационную», «виртуальную» или просто «новую» экономику представляется вполне оправданным в силу особенностей современного экономического развития, связанных со все более глубоким и всеохватным проникновением информационных технологий не только в повседневную экономическую жизнь. Под влиянием информационных технологий меняются сами модели рынков, а также важнейшие макро- и микроэкономические параметры общественного развития. В частности, совершенно иной характер приобретают проблемы монополизации рынков.

В этой связи возникает два основных вопроса. Во-первых, происходит ли в результате развития новых технологий усиление конкурентных или монопольных тенденций в экономике? Насколько значимо это усиление для функционирования современного рынка? Во-вторых, меняются ли в современных условиях по сравнению с традиционной экономикой сами формы и условия монополизации рынков, а также формы влияния монополизации на макроэкономические параметры?

В отношении форм монополизации и их влияния на экономику дискуссии сводятся преимущественно к вопросу о том, насколько ведущие фирмы в

современных условиях могут злоупотреблять своей властью в ущерб эффективности, а следовательно, препятствовать рыночной конкуренции.

В традиционной экономике монополярная власть крупнейших фирм может проявляться в контроле над ценой и завышении ее выше конкурентного равновесного уровня, попытках контролировать рынок путем снижения объемов производства ниже оптимального уровня, формального или неформального ограничения входа в отрасль для потенциальных конкурентов, препятствовании техническому прогрессу как потенциально угрожающему фактору с точки зрения монополярного положения фирмы на рынке.

В новой, информационной экономике, рыночная власть монополий основана прежде всего на сетевых внешних эффектах: сетевые блага, составляющие основу современной экономики, увеличивают свою ценность по мере роста количества участников потребления блага, при этом цена блага падает по мере роста его ценности для потребителей, так как предельные издержки стремятся к нулю на значительных интервалах.<sup>1</sup> Потребительная полезность Microsoft Windows обусловлена именно тем, что данная оболочка используется огромным числом потребителей. В силу этих особенностей отрасли, занятые производством информационного продукта, получают огромные возможности для эксплуатации эффекта масштаба (как со стороны спроса, так и со стороны предложения), что способствует появлению на рынке монополий и усилению их рыночной власти. Однако формы этой власти существенно модифицируются по сравнению с традиционной экономикой. Монополия на рынке информационных товаров не заинтересована завышать цены и занижать объемы производства, как в условиях традиционной экономики. Наоборот, в силу действия вышеописанного «двойного» эффекта масштаба, монополист увеличивает объем производства и снижает цены. С начала 1980-х до середины 1990-х гг. удельная цена единицы памяти жесткого диска компьютера снизилась более чем в 2000 раз, при этом дополнительные технические возможности компьютерных систем существенно расширились.<sup>2</sup> Происходит беспрецедентное снижение цен на товары и услуги, связанные с компьютерными технологиями: в течение жизни одного поколения в 1970-е – 1990-е гг. цена компьютеров понизилась более чем в 10 тыс. раз, или в среднем ежегодно на 30-40%.<sup>3</sup>

Таким образом, налицо с одной стороны – условия к усилению тенденций монополизации рынка, с другой – монополисты начинают вести себя в значительной степени как совершенные конкуренты (по крайней мере в части конечного влияния на рыночную конъюнктуру). Монополии в информационной сфере постоянно находятся в поиске наиболее эффективного решения производственных и управленческих задач. Получается, что с точки зрения контроля над ценой и объемом продаж на рынке, монополизм оказывается эффективным, если он распространяется на операции с информационными благами, поскольку позволяет

максимально эксплуатировать возрастающую отдачу: один крупный производитель предпочтительнее многих мелких, так как обеспечивает необходимую для сетевых благ стандартизацию продукта и порождает сетевые внешние эффекты.

Однако влияние монополий на экономическое развитие общества в информационной экономике не сводится только к этим позитивным тенденциям. Так же, как и в традиционной экономике, монополии в условиях информационных технологий могут играть отрицательную роль в силу того, что им становится выгодно препятствовать инновационному процессу, чтобы сохранить свое собственное монопольное положение. Таким образом, угроза монополизма в современных условиях заключается не в том, что монополии могут повышать цены, так как подобные действия невыгодны для самих монополий, а в том, что они могут тормозить инновационный процесс. Появился даже англоязычный термин *monopvation*, который используется западными исследователями, в частности К. Келли, для обозначения монополии на инновации.<sup>4</sup> В этих условиях задачей антимонопольной политики государства становится устранение излишней закрытости информации путем передачи права собственности на ряд информационных объектов государству, содействие скорейшему распространению новых информационных продуктов и других аналогичных мероприятий.

Одной из ключевых проблем монополизации в современной экономике становится проблема информационной монополии. Поскольку современное общество – это общество, основанное на знаниях, информация становится основным экономическим ресурсом и утверждение «Кто владеет информацией, тот владеет миром» приобретает в современных условиях особую актуальность.

Можно выделить два аспекта информационной монополии: монополия на доступ к информации и монополия на распространение информации.

С точки зрения монополии на доступ к информации основной проблемой является возможность ограничения указанного доступа одними субъектами рынка для других. Возникает проблема информационной асимметрии, когда один из участников сделки знает о ней значительно больше другого и может использовать это знание в корыстных интересах, что вызывает опасность оппортунистического поведения. Проблема информационной асимметрии требует отдельного детального рассмотрения, однако стоит заметить, что в условиях новой экономики эта проблема, с одной стороны, смягчается наличием большего числа конкурирующих источников информации и возможностей доступа к ним, с другой стороны – обостряется тем, что на современном рынке постоянно увеличивается доля продуктов, которые трудно «пощупать»: информационных, финансовых и т.п. Это само по себе ведет к повышению асимметричности рынка и возрастанию актуальности анализа рыночных сигналов. Не зря говорят, что современная экономика – это экономика имиджей.<sup>5</sup>

Монополия на возможность распространения информации выступает одним из важнейших факторов расширения монопольной власти как на традиционных рынках, так и на новых, связанных со становлением информационной экономики. Фирма, имеющая монопольный доступ к средствам распространения информации среди, например, покупателей определенной продукции, может «задавить» конкурентов – производителей аналогичной продукции – за счет возможностей рассказать о своем продукте более полно, сделать его более привлекательным в глазах потребителей и донести эту информацию до большего числа покупателей. В последнее время практически на официальном уровне стал использоваться термин «информационный ресурс» (или «административный ресурс»), связанный прежде всего с использованием органами государственной и муниципальной власти монополии доступа к средствам массовой информации во время выборов. Однако в экономической сфере информационная монополия также может наблюдаться и вызывать значительные негативные эффекты.

Указанные два аспекта тесно взаимосвязаны между собой, так как монополия на распространение информации способствует обострению проблемы информационной асимметрии, что, в свою очередь, может отрицательно сказываться на экономическом развитии общества. В целом, любая монополия, как в традиционных формах, так и в новых, связанных с развитием информационных технологий и информационной экономики, может нанести обществу и экономике существенный урон своими действиями, направленными на укрепление собственного монопольного положения, поэтому она нуждается в жестком общественном контроле.

---

<sup>1</sup> Подробнее см. Стрелец И.А. Новая экономика и информационные технологии / И.А. Стрелец. –М.: Издательство «Экзамен», 2003. С. 17-36, 142-147.

<sup>2</sup> Иноземцев В.Л. Современное постиндустриальное общество: природа, противоречия, перспективы. –М.: Логос, 2000. С. 67.

<sup>3</sup> Мельянцев В. Информационная революция – феномен «новой экономики» // Мировая экономика и международные отношения. 2001. №2. С. 5.

<sup>4</sup> Стрелец И.А. Новая экономика и информационные технологии / И.А. Стрелец. – М.: Издательство «Экзамен», 2003. С. 146.

<sup>5</sup> См. например, Балабанов И.Т. Электронная коммерция. –СПб.: Питер, 2001. С. 69.

*Ю.В. Крылова*

## **ДОВЕРИЕ В СОВРЕМЕННЫХ ОБЩЕСТВАХ**

Доверие является важнейшим фактором межличностного взаимодействия во всех сферах жизни, начиная с семейных и заканчивая международными отношениями. Растущее недоверие к руководителям крупных корпораций и представителям национальных правительств и законодательных органов позволяет говорить о «кризисе доверия» в современных обществах. Так, согласно опросу 36 тысяч человек из 47 стран мира, представленному на Всемирном экономическом форуме в 2003 г., средствам массовой информации, профсоюзам и правительству доверяют только 50% респондентов, а парламенту и конгрессу – лишь 38% населения.<sup>1</sup> При этом большинство граждан испытывают пессимистические ожидания в отношении мирового развития.

Современный американский футуролог, профессор международной политической экономии Университета Джона Хопкинса Фрэнсис Фукуяма определяет доверие как «возникающее у членов сообщества ожидание того, что другие его члены будут вести себя более или менее предсказуемо, честно и с вниманием к нуждам окружающих, в согласии с некоторыми общими нормами».<sup>2</sup> К подобным нормам относятся как фундаментальные ценности (справедливость, религия), так и регулирующие правила (профессиональные стандарты, кодексы поведения).

Высокий уровень доверия служит фундаментом стабильной социальной системы. Благополучие нации во многом зависит от того, насколько индивиды доверяют друг другу, правительству, государственным органам, социально-экономическим институтам. Очевидно, в экономиках с низким уровнем доверия значительно возрастают издержки транзакционного процесса. Иначе говоря, низкая степень доверия равносильна введению налога на все виды экономической деятельности. Общества с низким уровнем доверия характеризуются «десоциализацией», под которой в данном случае понимается преобладание семейной, клановой или групповой замкнутости. К таким экономикам Ф. Фукуяма относит Францию, Италию, Мексику, Бразилию, Китай, Тайвань, страны Восточной Европы и бывшего СССР.

Доверие формируется в результате длительного развития общества. В долговременной перспективе власть, господство и насилие не могут обеспечить социальный порядок. Эффективная социальная организация основана на балансе между принуждением и согласием. Более образно эту идею передают слова Талейрана: «Штыками можно сделать все, что угодно, но сидеть на них нельзя». Таким образом, экономический успех в группе стран с высоким уровнем доверия, к которым Ф. Фукуяма относит Японию, США, Германию, определяется разумным балансом между регулируемыми действиями государства и саморазвитием общества на основе доверия.

Экономическая деятельность является частью социальной жизни, где доверие играет важную роль. При этом доверие является ключевым фактором в разрешении проблемы оппортунизма, возникающего в

условиях информационной асимметрии. Классическим примером является рынок каучука. Каучук – товар, качество которого можно определить только в процессе его использования. Очевидно, покупатели каучука не имеют стимулов платить высокую цену за продукцию неизвестного качества, а у поставщиков нет стимулов производить высококачественный товар. Можно предположить, что в условиях отсутствия регулирования, кооперативное поведение невозможно, что приведет к формированию рынка низкокачественного каучука. Однако исследование, проведенное в Таиланде, показало, что на практике этого не происходит.<sup>3</sup> Основная причина заключается в том, что происходит переход к персонифицированному обмену: в ходе длительных отношений формируется доверие к определенному партнеру.

Данный вывод подтвердился в ходе многочисленных экспериментов американского социолога Питера Коллака, имитирующих обмен товаров неопределенного качества, в которых приняли участие несколько десятков человек. В ходе экспериментов было выявлено, что и для продавцов, и для покупателей фактор репутации является особенно значимым в ситуациях неопределенности.<sup>4</sup> Таким образом, репутация, на основе которой и формируется взаимное доверие, имеет первостепенное значение на рынках, характеризующихся информационной асимметрией.

Теория игр на примере простой модели «дилемма заключенных» также предсказывает, что если игра повторяется  $n$  раз, то рациональному индивиду выгодно делать ставку на репутацию и выбирать стратегию кооперации. Однако здесь возникает парадокс, который получил название «проблемы конечной игры» (*end-game problem*). Если игра повторяется конечное число раз, то рациональным выбором игрока является обман в последнем раунде. Зная это, другой игрок пожелает прекратить игру на предпоследнем этапе, также прибегнув к обману, и т.д. Очевидно, если использовать метод обратной индукции и допущение об абсолютной рациональности индивидов, то финал игры весьма плачевен. Для разрешения парадокса достаточно предположить, что игроки ограниченно рациональны, то есть они стремятся к максимизации своего выигрыша, но не любой ценой.

Информационная экономика меняет природу деловых взаимоотношений. С одной стороны, все больше взаимодействий не имеет характер прямых межличностных контактов, например, в случае использования автоматических телефонных систем или электронной коммерции в сети Интернет. С другой стороны, в связи увеличением мобильности как потребителей, так и поставщиков многие контакты перестают осуществляться на регулярной основе. Возникает вопрос: каким образом данные факторы отражаются на уровне доверия в экономике?

Попытку ответить на этот вопрос посредством экспериментов предприняли социологи и психологи, которые выдвинули следующие гипотезы. Во-первых, нерегулярность взаимодействий с определенным

контрагентом снижает вероятность установления доверительных отношений между экономическими агентами. Так, немецкий социолог Бернд Лано обнаружил, что если участники обмена не имеют информации о прошлом поведении друг друга, то они находятся в состоянии постоянного поиска партнера.<sup>5</sup> Исходной предпосылкой при этом выступает зависимость между вероятностью заключения сделки и добросовестным поведением участников в предыдущем периоде. Во-вторых, уменьшение межличностных контактов снижает вероятность обнаружения потенциального мошенничества, что в результате также приводит к снижению уровня доверия в экономике.

Первоначально в ходе экспериментов исследовались взаимодействия индивидов в диадах, где участники знали друг друга. Однако с их помощью не удалось объяснить роль фактора доверия. Поэтому с 1980-х годов для анализа проблемы коллективного действия начали активно применять компьютерное моделирование группового поведения в экспериментах, которые представляют собой стилизованные игры типа «дилемма заключенных» для  $n$ -лиц.

В подобных играх несколько человек, объединенных в группу, получают определенную сумму денег. У них есть две альтернативные стратегии: положить деньги на индивидуальный счет или на счет группы. Деньги, положенные на счет группы, суммируются, умножаются на определенный коэффициент и затем делятся поровну между членами группы. Человек, который положил деньги на индивидуальный счет, сохраняет их в том же объеме. Однако он также имеет право участвовать в дележе суммы, накопленной на счете группы. Таким образом, с точки зрения всей группы оптимальный результат достигается, когда все члены перечисляют деньги на групповой счет, а с точки зрения отдельного участника предпочтительно хранить деньги на индивидуальном счете.

В экспериментах, которые имитировали условия межличностных контактов в сети Интернет, предполагая анонимность участников, в течение десяти раундов игры наблюдалось снижение количества денег на счете группы в среднем с 50-60% до 10-15%. Наоборот, когда люди имели возможность общаться лицом к лицу, сумма денег на групповом счете в некоторых случаях доходила до 100%.<sup>6</sup> Итак, эксперименты показали, что группы имеют тенденцию к большей кооперации, если до начала игры существует возможность прямых межличностных контактов. И это, несмотря на отсутствие каких-либо механизмов принуждения к выполнению соглашений, заключенных в ходе предварительного общения. Основной причиной этого является то обстоятельство, что люди приобретают некоторую уверенность в своих партнерах, когда видят их лицом к лицу, что позволяет составить о них определенное мнение.

Гипотеза о том, что уменьшение межличностных контактов снижает вероятность обнаружения потенциального мошенничества, также находит свое подтверждение на практике. Об этом свидетельствуют данные

организованного под эгидой ФБР Центра жалоб на мошенничество в Интернете (*Internet Crime Complaint Center, IC3*), согласно которым общемировые темпы роста компьютерной преступности за 2001-2004 гг. составили 105,6%.<sup>7</sup> При этом наиболее динамично развивающимися категориями преступлений являются Интернет-аукционы, непоставка оплаченных товаров, мошенничество с чеками.

Подводя итог, отметим, что межличностное доверие является ведущим фактором в процессе сотрудничества и кооперации экономических агентов. Снижение доверия, которое наблюдается в современных обществах и проявляет себя как на макроуровне (растущее недоверие к национальным органам власти, СМИ, крупным корпорациям), так и на микроуровне (растущее мошенничество в сфере информационных технологий) определяет новые вызовы, которые требуют адекватного реагирования со стороны академических, политических и бизнес кругов.

<sup>1</sup> Антоненко И.В. Социально-психологическое исследование феномена доверия в сфере деловых отношений. М., 2003, с. 3.

<sup>2</sup> Фукуяма Ф. Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию. М., 2004, с. 52.

<sup>3</sup> Siamwalla A. Farmers and Middlemen: Aspects of Agricultural Marketing in Thailand. *Economic Bulletin for Asia and the Pacific*, 1978, June, p. 38-50.

<sup>4</sup> Kollok P. The Emergence of Exchange Structures: An Experimental Study of Uncertainty, Commitment and Trust // *American Journal of Sociology*, 1994, vol. 100, p. 330-331.

<sup>5</sup> Lahno B. Trust, Reputation and Exit in Exchange Relationships // *Journal of Conflict Resolution*, 1995, vol. 39.

<sup>6</sup> Ben-Ner A., Putterman L. Trust in the New Economy // *New Economy Handbook*. Ed. by D.C. Jones. Amsterdam, 2003, p. 1081.

<sup>7</sup> IC3 2004 Internet Fraud Report, NW3C, 2005, p. 6.

*С.С. Рожевская*

## **ЭВОЛЮЦИОННЫЙ ПОДХОД К АНАЛИЗУ ФИРМЫ: ПРОБЛЕМЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ**

Рассмотрены три направления в экономической науке: неоклассика, институционализм и эволюционная теория экономических изменений. Показано, что неоклассическая теория фирмы носит технологический характер. С позиций эволюционной теории рассмотрены вопросы рациональности и максимизирующего поведения, показана роль рутин в функционировании современной фирмы. Ссылки на работы Р.И. Капелюшниковой, Р.С.Нельсона, С.Д.Уинтера.

Светлана Сергеевна Рожевская – кандидат экономических наук, доцент кафедры политической экономии СПбГПУ. Тел.: (812)552-63-00.

*Л.М. Борисова*

## **ФЕНОМЕН ТЕХНОЛОГИИ В КОНТЕКСТЕ ЭВОЛЮЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ**

Исследована взаимосвязь технологии и информации в процессе их развития, выделены три этапа эволюции информации: в генетической, поведенческой и логической формах. Рассмотрены процессы ноогенеза и техногенеза, проанализирован двойственный характер технологии, которая выступает как результат воздействия человеческих и информационных ресурсов. Определены понятия «фундаментальные исследования» и «прикладная деятельность».

Людмила Михайловна Борисова – кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики Томского политехнического университета. Тел.: (3822)56-35-82. E-mail: unexx@rambler.ru.

*Ю.И. Шевелева*

## **ИНФОРМАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА И ВНУТРЕННЯЯ СРЕДА ОРГАНИЗАЦИИ**

Дано концептуальное определение информационной экономики, указано ее принципиальное отличие от предыдущих экономических систем. «Знаниеёмкая» информационная экономика рассмотрена как внешняя среда организации, которая воздействует на ее внутреннюю среду. Исследованы основные изменения фирмы при переходе к информационной экономике: возрастание информационного фактора производства, сокращение транзакционных издержек, увеличение роли человеческого фактора, ослабление фактора неопределенности.

Обоснована необходимость перехода к горизонтальной модели ведения бизнеса, определено понятие «организационный дизайн». Ссылки на работы Ю.Васильчука, В.Иноземцева, К.Эрроу.

Юлия Игоревна Шевелева – аспирант Экономического факультета Санкт-Петербургского государственного университета. E-mail: julia\_sheveleva@mail.ru.

*О.А. Шипшова*

## **ИНФОРМАЦИЯ КАК ФАКТОР ОБЩЕСТВЕННОГО ВОСПРОИЗВОДСТВА**

Определена роль информации в системе факторов общественного воспроизводства, исследованы причины отставания России от других стран по степени информатизации. Изложена концепция, на базе которой предлагается формировать национальную стратегию информатизации.

Ольга Александровна Шипшова – кандидат экономических наук, доцент Казанского института (филиала) Российского государственного торгово-экономического университета. E-mail: shipshov@mi.ru.

## **РАЗДЕЛ 2. ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ**

*С.В. Шендерова,  
Л.М. Овсеян*

### **ВЛИЯНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ И БИЗНЕС-СООБЩЕСТВ НА ХАРАКТЕР И СОДЕРЖАНИЕ СОВРЕМЕННОГО ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

Рассмотрена роль сетевых сообществ в области образования в Европейских странах, при этом акцент сделан на развитии бизнес-школ и программ MBA. Проанализирован отечественный и зарубежный опыт в этой сфере, определены препятствия для вхождения российских бизнес-школ и университетских образовательных программ в Единое европейское образовательное пространство.

Светлана Валерьевна Шендерова – кандидат экономических наук, профессор консультант Центра развития образования и инноваций Санкт-Петербургского государственного университета, E-mail: [irina@hq.ru.ru](mailto:irina@hq.ru.ru).  
Лилит Михайловна Овсеян – кандидат технических наук, доцент кафедры политической экономики СПбГПУ. Тел.: (812)552-63-00.

*Е.В. Савицкая*

### **СПРОС НА ВЫСШЕЕ ОБРАЗОВАНИЕ В РОССИИ**

В 2002–2004г.г. был реализован научный проект «Формирование и развитие системы мониторинга экономики образования», который осуществлялся Министерством образования и науки РФ, Государственным университетом – Высшей школой экономики, Фондом «Общественное мнение» (ФОМ), Аналитическим центром Юрия Левады. Здесь представлены некоторые результаты анализа собранной в ходе мониторинга социологической информации; рассмотрены ценность и доступность

высшего образования в России как основные причины, обусловившие высокий спрос на этом рынке.

Репрезентативный опрос, осуществлённый в 2003г., продемонстрировал, что 88% родителей, имеющих детей в возрасте от 4 до 20 лет, признают важность наличия высшего образования в современных условиях. Среди столичных жителей такого взгляда придерживаются 92% респондентов [1, с.21]. Установка на получение высшего образования характерна и для самих подростков. На это указывают результаты опроса студентов подмосковных ПТУ. Только 31 % учащихся профессионально-технических училищ полагают, что знаний, полученных в системе НПО, достаточно для успешной жизнедеятельности. 42 % считают предпочтительным более высокий уровень образования [2, с.9]. Такое распределение предпочтений потребителей на рынке образовательных услуг, отражающее не только объективную закономерность развития общества, но и особенности российского менталитета, существенно увеличивает спрос населения на высшее образование за счет сокращения спроса на профессиональное образование других уровней.

В последнее время также получила значительное распространение ориентация на два высших образования. По данным всероссийского опроса 2003г. «четверть людей с высшим образованием имеют или собираются получить второе высшее образование» [2, с.10]. Этот факт свидетельствует не только о значимости дополнительного образовательного ресурса в современных условиях, но и о недостаточном качестве профессиональной подготовки во многих российских вузах. Последнее обстоятельство приводит к необходимости дополнительного обучения в других образовательных учреждениях, обеспечивающих более высокий уровень профессиональных знаний и навыков. Кроме того, многие выпускники высших учебных заведений не могут найти хорошо оплачиваемую работу по приобретенной специальности, и вынуждены получать второе высшее образование по тем профессиям, которые востребованы на рынке труда.

Распределение ответов респондентов на вопрос «Соответствует ли Ваша нынешняя работа полученному профессиональному образованию?» показало, что из числа людей, имеющих высшее образование, 33% выполняют работу, не соответствующую профилю их образования [3, с.46]. Конечно, высшее образование включает в себя не только профессиональную подготовку учащегося. Но также его социальное, интеллектуальное и культурное развитие, которое само по себе дает положительный внешний эффект для общества. Поэтому неправомерно рассматривать финансирование обучения в рамках гуманитарных и социально-экономических, а также математических и общих естественнонаучных дисциплин как безвозвратную потерю денежных средств государства. Однако финансирование циклов общепрофессиональных и специальных дисциплин – из-за дисбаланса между профессиональной подготовкой и трудоустройством выпускников вузов – является частично неэффективным использованием бюджетных средств.

Дисбаланс между профессиональной подготовкой и трудоустройством выпускников объясняется не только несоответствием структуры предложения образовательных программ учебными заведениями структуре спроса предприятий на рабочую силу, но и нежеланием самих учащихся работать по специальности. Согласно опросу студентов вузов в 4-х пилотных регионах (Москва, Красноярск, Пермь, Ярославль), проведенному в 2003г., только 41% учащихся 1-го и 2-го курсов нацелены на трудоустройство по специальности; 7% не собираются использовать полученные в институте профессиональные знания на будущей работе; 52% первокурсников даже не определили свою жизненную позицию [3, с.47].

Какими же мотивами руководствуются юноши и девушки, выбирая обучение в вузе? Распределение ответов на этот вопрос, представленное Аналитическим центром Левады, показало, что основной целью получения высшего образования является желание больше зарабатывать в будущем (47% из числа опрошенных). Обучение в вузе как «социальный лифт», который позволит занять более высокое положение в обществе, рассматривают 36% респондентов. 23% респондентов идут в высшее учебное заведение не за специальными знаниями, а для приобретения общего развития и культуры. 5% открыто заявили, что целью поступления в вуз является возможность избежать службы в армии. И только 39% юношей и девушек поступают в вузы именно ради получения специальных знаний [2, с.11].

Установка родителей на получение их детьми высокого уровня образования слабо коррелирует со способностями ребенка и его школьными оценками. По данным репрезентативного опроса семей, проведенного ФОМ, 90% респондентов, чьи дети учатся в 9-м классе и получают только удовлетворительные отметки, твердо нацелены или склоняются к тому, чтобы их ребенок продолжал учебу, а не начал работать. Доля родителей девятиклассников-отличников, имеющих аналогичные установки, составляет 98%. Для семей с детьми, обучающимися в 10-11 классах средней школы, распределение идентично [4, с.14]. Это свидетельствует о высокой доступности среднего и высшего профессионального образования, что имеет не только положительную, но и отрицательную сторону. Расширение возможностей получения высшего образования для юношей и девушек со слабо выраженными способностями к обучению приводит к девальвации вузовского диплома и утрате им важнейшей функции – служить сигналом о качестве рабочей силы на рынке труда.

Как показало обследование ФОМ, для большинства учащихся ссузов тоже характерна ориентация на продолжение образования в высшем учебном заведении. 71% из числа опрошенных в этой группе семей выразили безусловное желание видеть своих детей студентами вузов и еще 21% респондентов склоняются к этому [4, с.15]. Данная категория семей использует «не прямую» стратегию получения высшего образования. Смысл этой стратегии состоит в том, что поступить в техникум и закончить его с красным дипломом несложно, а это дает возможность

поступления в престижный вуз наравне с медалистами. Следовательно, для многих молодых людей обучение в ссузе является лишь промежуточной ступенью между школой и вузом, что приводит к неэффективному использованию бюджетных средств и в этой сфере образования.

Помимо предпочтений потребителей, важнейшими факторами спроса на высшее образование являются цены образовательных программ и доходы домохозяйств. В процессе мониторинга была получена оценка затрат среднего домохозяйства (т.е. как платившего, так и не платившего по той или иной статье расходов) на 1 студента вуза. В 2002-2003 уч. г. обучение среднестатистического студента на коммерческой основе обходилось его родителям в 24 688 руб. в год; расходы на студента, обучающегося на бюджетной основе, составляли 8 601 руб. в год [5, с.37]. Одновременно – согласно репрезентативному опросу ФОМ - в 2002г. 16% российских семей были в состоянии потратить на обучение ребенка в вузе более 36 000 руб. в год; 48% респондентов могли выделить от 12 000 до 36 000 руб. в год; 29% домохозяйств были способны предоставить денежные средства на сумму, меньшую, чем 12 000 руб. в год. И 6,4% российских семей вообще не были в состоянии материально поддерживать своих детей в процессе их обучения в вузе [4, с.18].

Таким образом, в настоящее время доступ к высшему образованию полностью закрыт для 6,4% российских семей. 29% родителей могут обеспечить материальную поддержку своему ребенку только в случае его обучения на бюджетной основе. Если государство откажется от финансирования высшего образования и переведет его на коммерческие рельсы, то обучение в вузе станет недоступным для 1/3 юношей и девушек, среди которых могут оказаться и талантливые представители современной молодежи.

При сложившемся уровне цен на программы высшего образования приблизительно 2/3 российских семей в состоянии обучать своих детей на коммерческой основе. Однако следует иметь в виду, что цены на образовательные программы существенно дифференцированы в зависимости от их качества, спроса населения на ту или иную специализацию и брэнда учебного заведения. В результате 33% семей могут оплачивать только недорогие программы, стоимость которых оказывается ниже средней для российского рынка цены. Недоступность для данной категории потребителей более дорогих образовательных услуг приводит к интенсивному развитию рыночного сегмента «псевдообразования», так как многие из программ, относящихся к нижней ценовой категории, не соответствуют современным стандартам качества. Оплатить обучение своих детей в престижных столичных вузах, где цена образовательных программ значительно превышает средний уровень, в состоянии лишь 16% родителей. Таким образом, приобретение высококачественного образования на платной основе оказывается недоступным для подавляющего большинства российских граждан.

### **Литература**

1. Кузьминов Я. И. Образование в России. Что мы можем сделать? – Вопросы образования, 2004, №1.
2. Анализ взаимосвязей системы образования и рынка труда в России. Информационный бюллетень. М.: ГУ-ВШЭ, 2005.
3. Савицкая Е. В. Ценность и доступность высшего профессионального образования в России. – Вопросы статистики, 2004, №9.
4. Стратегии семей в сфере образования. Информационный бюллетень / Минобразования РФ, ГУ-ВШЭ, ФОМ. - М., 2004.
5. Савицкая Е. В. Расходы населения в системе высшего профессионального образования. – Экономика образования, 2004, №6.

*А. Кан*

## **ПЛЮСЫ И МИНУСЫ УЧАСТИЯ РОССИИ В БОЛОНСКОМ ПРОЦЕССЕ**

Выделены одиннадцать положительных и девять отрицательных последствий участия России в Болонском процессе.

Александра Кан – студент кафедры политической экономии СПбГПУ.  
Тел.: (812)552-63-00.

*О.И. Жилинская*

## **ИНФОРМАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА И ТЕНДЕНЦИИ СОВРЕМЕННОГО НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ**

Раскрыты особенности научно-технического развития стран в условиях информационной экономики с использованием результатов международных статистических исследований. Проведены межстрановые сравнения показателей насыщенности занятых в сфере исследований и разработок, доли студентов научных и инженерных специальностей в общей численности студентов, наукоёмкости ВВП, продуктивности специалистов-исследователей, изобретательской активности. Исследован феномен информационного аутсорсинга, рассмотрены причины перераспределения мировой интеллектуальной квазиаренды в пользу стран с высокими доходами.

Оксана Ивановна Жилинская – кандидат экономических наук, доцент, докторант кафедры менеджмента инновационной и инвестиционной деятельности Киевского национального университета имени Тараса Шевченко. E-mail: [zhylinska@ukr.net](mailto:zhylinska@ukr.net).

*Т.В. Рогова*

## **СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ**

Проанализировано влияние на мировое хозяйство развития науки и образования, либерализации, глобализации, внедрения технологий high-tech, формирования международных инновационных сетей, гуманизации технологий, экологизации научных исследований. Сделан вывод об определяющей роли инноваций в развитии экономических систем.

Татьяна Владимировна Рогова – аспирант Российского университета дружбы народов. Тел.: (095)434-43-15. E-mail: [tatrg@yandex.ru](mailto:tatrg@yandex.ru).

*М.М. Хайкин, М.И. Крис*

## **ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО РЫНКА ИНФОРМАЦИОННЫХ ПРОДУКТОВ И УСЛУГ**

Определено понятие «информационный капитал». Выделены направления информатизации региона, проанализированы факторы, влияющие на процесс информатизации. Выделены направления государственной политики информатизации, предложена система показателей, характеризующих состояние информационной индустрии региона.

*А.Н. Любарский*

## **ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ В УПРАВЛЕНИИ СОЦИАЛЬНО–ЭКОНОМИЧЕСКИМ РАЗВИТИЕМ РЕГИОНОВ**

Неразвитость систем телекоммуникаций и недостаток необходимых знаний и информации названы в числе важных источников социально-

экономических проблем в регионах. Перечислены задачи, которые должны решать региональные программы развития информационно-коммуникационных технологий. Описан механизм использования информационных ресурсов в управлении социально-экономический развитием федерального округа.

Александр Николаевич Любарский – старший преподаватель Ленинградского областного института развития образования. Тел.: (812)235-70-65.

*Г.А. Буданов*

## **ФОРМИРОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННОГО РЫНКА ВОЛОГОДСКОЙ ОБЛАСТИ**

Рассмотрены факторы спроса и предложения на информационном рынке, его инфраструктура. Проанализированы составления информационного рынка Вологодской области и перспективы его развития. Приведены статистические данные.

Геннадий Африканович Буданов – кандидат исторических наук, доцент кафедры экономической теории Вологодского государственного технического университета. E-mail: vologda@engecon.vscs.ac.ru.

*О.В. Латуца*

## **ИНФОРМАЦИОННАЯ СИСТЕМА КАК ИНСТРУМЕНТ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ**

Рассмотрена проблема применения информационных систем при обеспечении экономической безопасности на уровне региона; перечислены функции этой системы; описаны методы, которые могут использоваться в ней.

Ольга Владимировна Латуца – аспирант кафедры информационных систем в экономике и менеджменте СПбГПУ. E-mail: Orida@inbox.ru.

*М. Рохам, А.Р. Габриелян, И.М. Барабанова*

## **РАЗРАБОТКА ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ МОНИТОРИНГА РАЗВИТИЯ МАЛЫХ И СРЕДНИХ ПРЕДПРИЯТИЙ**

Неразвитость систем телекоммуникаций и недостаток необходимых знаний и информации названы в числе важных источников социально-экономических проблем в регионах. Перечислены задачи, которые должны решать региональные программы развития информационно-коммуникационных технологий. Описан механизм использования информационных ресурсов в управлении социально-экономический развитием федерального округа.

Александр Николаевич Любарский – старший преподаватель Ленинградского областного института развития образования. Тел.: (812)235-70-65.

*Я.К. Бесстрашнова, В.В. Стенина*

## **ПРОБЛЕМЫ ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОДДЕРЖКИ СИСТЕМЫ СОЦИАЛЬНОЙ ЗАЩИТЫ НАСЕЛЕНИЯ В ПЕРИОД РЕФОРМИРОВАНИЯ**

Проанализированы ошибки в реализации закона о монетизации льгот, обусловленные недостаточной информированностью населения. Рассмотрены меры, осуществленные в целях информирования населения в период реформирования системы социальной защиты. Указаны способы информирования, которые используются в недостаточной мере.

Янина Константиновна Бесстрашнова – кандидат экономических наук, доцент кафедры политической экономии СПбГПУ. E-mail: besstjan@mail.ru. Виктория Владимировна Стенина – студент той же кафедры. E-mail: steninavv@zmail.ru.

*В.В. Уйба, Н.А. Рыжков, Д.Н. Верзилин, Т.Г. Максимова*

## **ИНФОРМАЦИОННО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КОНЦЕПЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ МЕДИЦИНСКОЙ ПОМОЩИ**

Исследована взаимосвязь технологии и информации в процессе их развития, выделены три этапа эволюции информации: в генетической, поведенческой и логической формах. Рассмотрены процессы ноогенеза и техногенеза, проанализирован двойственный характер технологии, которая выступает как результат воздействия человеческих и информационных ресурсов. Определены понятия «фундаментальные исследования» и «прикладная деятельность».

Людмила Михайловна Борисова – кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики Томского политехнического университета. Тел.: (3822)56-35-82. E-mail: unexx@rambler.ru.

*К.О. Буров, О.А. Смирнова*

## **О РОЛИ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ ЧИСЛЕННОСТИ НАСЕЛЕНИЯ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ**

Показана роль прогнозирования структуры и численности населения в деятельности организаций, фирм и государства. Исследованы демографические и социальные последствия экономического кризиса начала 1990-х годов, а также его влияние на развитие образования, здравоохранения и социальной защиты.

Константин Олегович Буров – соискатель СПбГПУ, Ольга Александровна Смирнова – доктор экономических наук, профессор кафедры экономики и менеджмента материалов СПбГПУ. Тел.: (812)534-74-13.

*А.Р. Сафиуллин*

## **ИНФОРМАЦИОННОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ КАК ОДИН ИЗ КРИТЕРИЕВ УРОВНЯ И КАЧЕСТВА ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ**

Определено понятие «информационное потребление», рассмотрены причины возрастания роли информационного потребления как критерия качества жизни, названы статистические показатели информационного потребления.

Антон Рифкатович Сафиуллин – ассистент кафедры экономической теории Ульяновского государственного технического университета.

E-mail: e.kazakova@ulstu.ru.

*Е.А. Гершанович*

## **НАУКА И ОБРАЗОВАНИЕ КАК ФАКТОР НАЦИОНАЛЬНОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ**

Проблема конкурентоспособности рассмотрена в связи с развитием образования и науки на трех уровнях: индивида, фирмы и страны в целом. Приведены статистические данные.

Елена Анатольевна Гершанович – аспирант кафедры экономики Томского политехнического университета. Тел.: (3822)56-35-82. E-mail: marta14@mail.ru.

*С.Д. Волков*

## **НЕКОММЕРЧЕСКИЙ СЕКТОР В СИСТЕМЕ СОЦИАЛЬНО- ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ РЕФОРМИРУЕМОЙ РОССИИ**

Определена роль некоммерческого сектора в экономике России, выявлены негативные явления в обществе, которые могут быть устранены в результате развития некоммерческого сектора.

Сергей Денисович Волков – доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой экономики и права Ленинградского областного института развития образования. E-mail: sdvspb@mail.ru.

### **РАЗДЕЛ 3. ТРУД В ИНФОРМАЦИОННОЙ ЭКОНОМКЕ**

*Л.А. Белоусова, Н.И. Ведерникова*

#### **ИНФОРМАЦИОННАЯ АСИММЕТРИЯ НА РЫНКЕ ТРУДА: СУЩНОСТЬ, ПОСЛЕДСТВИЯ И МЕХАНИЗМ ПРЕОДОЛЕНИЯ**

На рынке труда теоретически и практически возможны две ситуации.

Первая ситуация характеризуется симметричным разделением информации между работодателями и продавцами рабочей силы, т.е. все участники трудовых отношений осведомлены о качестве продаваемой рабочей силы и условиях ее использования. В этой модели совершенной конкуренции цена уже определяется на основе взаимодействия спроса и предложения, представляет достаточно достоверную и полную информацию относительно альтернативы стоимости товара рабочей силы. Различия в качестве, конкурентоспособности рабочей силы отражаются в диапазоне цен.

Вторая ситуация представляет асимметричное распределение информации на рынке труда, предполагает неравенство информации, которой обладает участник трудовых отношений, возникает по разным причинам. Так, потенциальные покупатель и продавец рабочей силы могут скрывать истинные цели поведения при совершении акта купли-продажи рабочей силы с целью получения односторонних выгод, определенных преимуществ. В результате сокрытия или нераскрывания полной информации формируется определенный барьер, неустойчивость ситуации. Неопределенность информации в этом случае можно признать невозможным редким ресурсом.

В реальной действительности степень асимметрии информации у каждого участника отношений на рынке труда может быть различна, что свидетельствует о различии их информационных преимуществ. В связи с этим возникает проблема неблагоприятного отбора (некорректного отбора, выбора по степени вероятности потерь), когда покупатель рабочей силы вынужден осуществлять покупку рабочей силы не лучшего, а худшего качества. Это вполне возможно при условии, что покупатель не способен четко проанализировать продавцов, предлагающих рабочую силу разного качества и предпочитающих скрывать информацию об этом. Здесь продавец рабочей силы имеет преимущества в обладании информацией. А

покупатель стоит перед выбором цены труда в интервале между ценами, устраивающими владельца рабочей силы различного качества. В результате формируется «неполный» рынок труда, часть продавцов рабочей силы высокого качества покидает данный сегмент рынка услуг по причине явно низкой для него цены труда. Таким образом, асимметрия информации косвенно приводит к вымыванию более квалифицированных кадров и замене их низкоквалифицированными. Если бы рынок труда был совершенно конкурентным, предприниматель имел бы возможность выбора между работниками высокой квалификации (по более дорогой цене труда) и низкой квалификации (по более низкой цене труда)

Решение проблем усложняется с расширением круга субъектов рынка труда в условиях становления трипартизма в сфере трудовых отношений. Вовлечение в процесс формирования цены труда при асимметрии информации представителей объединений наемных работников (профсоюзов) и объединений предпринимателей (ассоциации и т.п.) требует создания новых институтов в области информационного обеспечения рынка труда.

Рассмотрим, к каким социально-экономическим последствиям ведут информационная асимметрия и неполнота информации на рынке труда. Прежде всего отметим, что наёмные работники, профсоюзные организации и предприниматели, лишённые необходимой полноценной информации о состоянии индикаторов рынка труда, (зарботной плате, занятости, безработице и т.п.) принимают часто неоптимальные и ошибочные экономические решения. Наёмные работники и профсоюзы оказываются в невыгодном положении при ведении переговоров с работодателями и представителями государства об условиях оплаты труда. Работодатели допускают ошибки при формировании и движении персонала фирмы, найме и увольнении работников, установлении ставок оплаты труда, решении проблем выделения и разделения средств на повышение квалификации персонала, социального обслуживания сотрудников фирмы и т.д. Профсоюзные организации, также лишённые объективно необходимой информации на внутрифирменном и региональном уровнях, выдвигают часто необоснованные требования к уровню оплаты труда и социального обслуживания работников. Из-за неполноты информации и несовершенства применяемых методов её обработки и анализа серьёзные просчеты допускают и правительственные органы в обосновании политики заработной платы, прогнозов динамики цен, заработной платы, безработицы и занятости.

Одним из важных социальных последствий информационной асимметрии на рынке труда является дискриминация в сфере социально-трудовых отношений, прежде всего занятости и оплате труда по признакам пола, возраста, национальной, этнической, религиозной принадлежности. Гендерная дискриминация на рынке труда давно и достаточно полно исследована как в отечественной, так и зарубежной литературе. Вопросы дискриминации на рынке труда широко обсуждаются в МОТ (которая, в

связи с этим, приняла ряд конвенций), на различных научных конференциях, симпозиумах, семинарах. Активно занимаются этими проблемами различные правительственные и неправительственные, феминистские и молодежные организации.

Если в западных странах с проблемой неравенства возможностей на рынке труда сталкиваются в основном и прежде всего представители национальных меньшинств из числа мигрантов, то для России более актуален вопрос дискриминации женской рабочей силы и дискриминации по возрасту.

По данным Петербургкомстата уровень оплаты труда женщин Санкт-Петербурга за последние несколько лет был ниже по сравнению с уровнем оплаты труда мужчин на 20-35%. Аналогичные соотношения в оплате труда мужчин и женщин наблюдаются и по России в целом.

Женщины сталкиваются с неравенством возможностей прежде всего при трудоустройстве и в процессе должностного роста.

Для исследования дискриминации по возрасту были проанализированы бюллетени «Биржи труда» Санкт-Петербурга из просмотренных более двух тысяч объявлений о найме на работу. Около 30% содержали ограничения по возрасту. Практически людям старше 50 лет невозможно найти подходящую работу. Большинство работодателей стремятся нанять на работу специалистов в возрасте от 20-25 до 40-45 лет, они обычно полагают, что молодые работники более склонны к усовершенствованию профессиональных навыков, более легки на «подъём», реже болеют.

В этой ситуации налицо информационная асимметрия. Работодатель не может знать, что пришедший к нему на собеседование 50-летний мужчина является вполне работоспособным и действительно готов эффективно трудиться на данной фирме. В последние годы сократилась средняя продолжительности жизни в России, вырос уровень заболеваемости. Большая часть физических недомоганий возникает на почве психологических стрессов из-за невозможности найти достойно оплачиваемую постоянную работу. Лишение 40-50-летних людей постоянного места работы может отразиться негативно на человеческом капитале экономически активной части населения страны.

Результат действия закона, запрещающего дискриминацию в оплате труда, для дискриминируемой группы работников неоднозначен. С одной стороны, зарплата части работников этой группы, получивших эту работу, будет выше, чем их заработная плата до введения указанных законодательных актов. С другой стороны, количество занятых из группы дискриминируемого меньшинства в этом случае сократится. Те, кто не получит работу на этом рынке труда, скорее всего станут безработными или, в лучшем случае, перейдут в другой сектор рынка. Их зарплата на новом месте упадет, так как предложение рабочей силы в этом случае увеличится. Следовательно, дискриминация понижает среднюю заработную плату

работников дискриминируемой группы даже в том случае, когда в законодательном порядке устанавливается равная оплата за равный труд.

Другим важным последствием асимметричной информации на рынке труда является формирование и рост фрикционной безработицы. Это, как правило, добровольная безработица, возникающая вследствие принятия работниками решений об увольнении с фирмы, перемене места работы. В основе таких решений лежат определенные причины и мотивы. Это, прежде всего, неудовлетворенность уровнем и организацией заработной платы. Согласно социологическим обследованиям, проведенным в российских городах, на эту причину увольнения по собственному желанию указывают от 20 до 30% респондентов. Другими мотивами добровольных увольнений являются неудовлетворенность условиями труда, режимом рабочего времени, содержанием и характером работы, уровнем социального обслуживания в фирме; наличием конфликтов с администрацией. Среди естественных мотивов преобладает переезд в другую местность, изменение семейного положения. Принимая решение об увольнении по собственному желанию, работники, как правило, надеются найти в других фирмах работу с более высоким заработком, более комфортными условиями труда и т.д. Однако во многих случаях, не обладая полной информацией об условиях и уровне оплаты труда работы в других фирмах, работники не всегда принимают оптимальное решение. Сам поиск нового места работы и состояние безработицы (фрикционной или текущей) продолжается, как показывают обследования, в среднем от одного месяца. Текущая рабочая сила достигает на российских предприятиях 15-20% среднесписочной численности в годовом исчислении.

Анализ межотраслевых различий в уровнях текучести рабочей силы и соответственно фрикционной безработицы позволяет предположить, что работники таких отраслей народного хозяйства Петербурга как торговля и строительство в меньшей степени обеспечены экономической информацией о занятости, безработице, заработной плате и условиях труда на предприятиях данной отрасли, чем, например, работники промышленности и науки. По-видимому, отчасти неполнота и асимметрия информации о состоянии в этих сегментах рынка труда объясняется наличием значительного количества конкурирующих фирм, в том числе малых и средних.

Текущая рабочая сила наносит определенный ущерб как самим работникам, так и народному хозяйству, она вызывает дополнительные затраты, связанные с перемещением работников, увольнением и наймом на работу, снижением производительности труда перед уходом со старого места работы и в начальный период на новом месте работы. Таким образом, текучесть рабочей силы и текущая безработица – явно не позитивное явление, хотя при определенных обстоятельствах добровольная мобильность рабочей силы позволяет полнее реализовать человеческий капитал

работников и повышать эффективность трудовой деятельности. Бесспорной является взаимосвязь степени информированности работников и уровня фрикционной безработицы. Если бы работники обладали исчерпывающей информацией о состоянии рынка труда, ставках оплаты труда и условиях в различных фирмах, то они, вероятнее всего, принимали бы более обоснованные решения о перемене места работы. В результате были бы минимизированы экономические и социальные потери, связанные с перемещениями рабочей силы, а уровень фрикционной безработицы не выходил бы за свои естественные границы (2-3% к численности экономически активного населения).

Следует поставить вопрос: насколько велика доля фрикционной безработицы в структуре совокупной безработицы и какие потери имеет общество от роста и изменения структуры безработицы? Ответ на этот вопрос позволит в определенной мере оценить социально-экономические потери, которые общество имеет от асимметрии или неполноты экономической информации. Долю фрикционной безработицы в структуре совокупной безработицы можно оценить косвенным путем, определив долю увольнений по собственному желанию в общих размерах выбытия работников с предприятия. При этом мы исходим из предположения, что структура безработицы примерно соответствует структуре выбытия работающих с предприятия по причинам увольнений. В Санкт-Петербурге доля увольняемых по собственному желанию в 2003-2004 годах составляла в общем массиве выбывших примерно 61%. Можно считать, что остальные 39% выбытия персонала явились источником структурной и циклической безработицы, а более 60% уволенных составили массив фрикционной безработицы. Полученная нами оценка доли фрикционной безработицы является весьма приблизительной, ибо мы исходили из условия, что каждый уволенный становится безработным, хотя в действительности часть уволенных трудоустроилась сразу после увольнений, либо вообще прекратила поиски работы. Для более точных расчетов структуры безработицы и доли фрикционной безработицы требуются специальные статистические и социологические обследования массива безработных. В какой-то степени долю фрикционной безработицы можно определить по срокам (продолжительности) пребывания в состоянии безработицы. Статистические данные по Санкт-Петербургу показывают, что 48% безработных не имеют работы в течение сравнительно непродолжительного срока (до 4-х месяцев). Можно считать, что в основном это фрикционная безработица, которая по своей природе является краткосрочной. Эти данные подтверждают сделанный ранее вывод о значительном удельном весе фрикционной безработицы в структуре совокупной безработицы. Экономические и социальные потери общества от наличия и роста безработицы весьма ощутимы: из-за недоиспользования рабочей силы снижается объем ВВП и эффективность использования производственных фондов; рост безработицы, увеличивая

напряженность рынка труда, влияет на цену рабочей силы в сторону её снижения; ухудшаются показатели материальной обеспеченности семей в составе которых появляются безработные; происходит постепенная и полная потеря квалификации и профессионального мастерства у тех работников, которые теряют привычную работу; рост безработицы среди молодежи ведет к росту преступности, является причиной девиантного поведения и моральной деградации личности.

Отметим, что не следует рассмотренные экономические и социальные потери от роста безработицы списывать только на счет информационной асимметрии. Однако, как было показано выше, она оказывает определенное воздействие на масштабы такой формы незанятости как фрикционная безработица. Итак, асимметрия информации оказывает негативное влияние на функционирование рынка труда, в связи с чем необходимо разработать механизм преодоления этой асимметрии.

Одним из элементов этого механизма является подача рыночных сигналов, отражающих информацию о качестве предлагаемой к продаже рабочей силы. Концепция сигналов впервые была представлена М. Спенсом, который обосновал заинтересованность работника в идентификации его перед наймом со стороны нанимателя как высокопроизводительного.

Важнейшим рыночным сигналом на рынке труда является цена труда. В данной статье мы рассматриваем главным образом рыночные сигналы, которые связаны с отбором персонала и определением размеров заработной платы вновь нанимаемых работников.

Внешнее впечатление при собеседовании дает незначимый сигнал – оно мало чем может помочь при разграничении высокоэффективных и низкоэффективных работников. Фирма может нанять работника с испытательным сроком, но часто и испытательный срок не может выявить реальных способностей работника, адаптирующихся, как правило, в течение шести месяцев. Возможно потребуется корпоративное обучение и переобучение работников. Следовательно, фирмам желательно знать продуктивность потенциальных работников до найма. В связи с этим возникает вопрос: какие же характеристики продуктивности работников фирма может получить еще до найма? Могут ли потенциальные работники сообщить достоверные данные? В данном случае рыночным сигналом могут быть официальные документы об уровне образования (дипломы, аттестаты и т.д.).

В практике управления персоналом фирм используются и другие сигналы, полученные в ходе собеседования, тестирования. Разработка тестов осуществляется службами управления персоналом данной фирмы, по заказу фирм научно-исследовательскими лабораториями, специализированными консалтинговыми и рекрутинговыми фирмами и другими учреждениями. Результаты тестирования позволяют получать дополнительную информацию

об интеллектуальных, профессиональных и физических способностях претендентов на вакантные места.

Рассмотренные методы изучения профессиональных качеств претендентов на вакантные места безусловно дают возможность сузить поле информационной асимметрии.

В настоящее время к работникам предъявляются высокие требования не только к уровню профессиональной квалификации, но и к личностным, морально-этическим качествам. Фирмы, нанимающие новых сотрудников заинтересованы в том, чтобы получить достоверную информацию и об этих качествах претендентов через такие рыночные сигналы, как письменные рекомендации с предыдущих мест работы или от сотрудников фирмы нанимателя, хорошо знающих претендентов.

Своеобразная ситуация может складываться при найме отдельных категорий работников в творческих организациях: академических научных учреждениях, университетах, театрах, филармониях, балетных труппах. Здесь роль рыночного сигнала может выполнить имя известного ученого, популярность артиста или музыканта. Это не исключает, однако, конкурсного отбора претендентов, практикуемого как в научных и учебных учреждениях, так и в учреждениях искусства.

Определенную роль в преодолении информационной асимметрии на рынке труда выполняют региональные структуры службы занятости: районные центры занятости, биржи труда и т.п. В частности, в Санкт-Петербурге молодежная биржа труда располагает банком данных о молодых квалифицированных специалистах и научных работниках, желающих занять вакантные места на предприятиях и в учреждениях города.

Территориальные учреждения службы занятости предоставляют информацию и другого рода – о вакантных рабочих и учебных местах. Это информация для тех, кто ищет работу. Она позволяет преодолеть информационную асимметрию другого рода – недостаточное и неполное знание претендентов на вакантные места о состоянии рынка труда, возможностях трудоустройства, качестве предлагаемых учебных мест, заработной плате и других условиях труда. В данном случае в качестве рыночных сигналов выступают: компьютерные банки данных о вакантных рабочих и учебных местах, информационные бюллетени и другие специализированные издания центров занятости, теле- и радиопередачи, рекламные объявления предприятий и организаций, нуждающихся в рабочей силе. Значительное количество информации о вакантных рабочих и учебных местах предоставляют городские и районные ярмарки вакансий, систематически проводимые в Санкт-Петербурге, Москве и других крупных промышленных центрах.

В основе экономического поведения предпринимателей лежит, как известно, стремление максимизировать прибыль фирмы. Именно поэтому предприниматели, фиксируя рыночные сигналы об уровне образования,

квалификации и потенциальных возможностях претендентов на вакантные места, стремятся привлечь наиболее образованных и квалифицированных работников. В этих целях в трудовом договоре оговариваются более высокие исходные ставки заработной платы и социальный пакет. Отметим, что американские фирмы, применяющие высокие технологии, например, «Полароид», «Крейслер», «Вестингауз» и другие, устанавливают специальные надбавки за квалификацию, независимо от того, насколько в данный момент эта квалификация фактически используется.

Рассмотренные нами примеры показывают, что рыночные сигналы безусловно способствуют преодолению асимметрии информации и улучшению информационного обеспечения субъектов рынка труда.

*С.Г. Михнева*

### **ИНФОРМАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА: ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ И ТРАНСФОРМАЦИЯ СОЦИАЛЬНО- ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ**

Выделены и проанализированы основные отличия сделки по включению в процесс производства носителя человеческого капитала от сделки по приобретению простой рабочей силы. Эти отличия связаны с особенностями отбора работников, организацией и условиями труда, оценкой его результатов. По мнению автора, в скором времени потребуется преобразование контракта найма в нечто совершенно иное и переход от правовой модели собственности к социально-экономической модели. Превращение агента-исполнителя в экономического собственника – закономерный процесс, сопровождающий становление информационной экономики.

Светлана Георгиевна Михнева – доктор экономических наук, заведующая кафедрой экономической теории и мировой экономики Пензенского государственного университета. E-mail: econm@stup.ac.ru.

*С.Г. Михнева*

### **ЭВОЛЮЦИЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНЫХ СПОСОБНОСТЕЙ ЧЕЛОВЕКА И ИХ КАТЕГОРИАЛЬНАЯ ОПРЕДЕЛЕННОСТЬ**

Исследованы принципиальные отличия структуры совокупного

работника информационного типа от структуры совокупного работника индустриального типа. Отмечено, что динамика квалификационной структуры совокупного работника подвержена циклогенетическим изменениям, адекватным циклам технологического прогресса. Даны развернутые определения понятий «рабочая сила» и «человеческий капитал». Показано, что единственным критерием разграничения этих понятий может служить наличие или отсутствие творческой компоненты труда.

*Е.А. Косьмина*

## **О ТРЕВОЖНОЙ ДИНАМИКЕ РЫНКА ТРУДА**

Может оказаться, что способность познавать и учиться станет единственным реальным конкурентным преимуществом отдельных людей и организаций.

Рэй Стата

Неравновесность рынка труда – тревожный сигнал. Главную причину неравновесия автор видит в инерционности существующей системы профессиональной подготовки и считает перспективной систему подготовки кадров непосредственно на производстве. Используются данные мониторинга сферы образования, проведенные в ГУ ВШЭ.

Елена Анатольевна Косьмина – кандидат экономических наук, старший преподаватель кафедры «Основы экономической теории» Омского государственного технического университета. Тел.: 65-24-54.

E-mail: [info@omgtu.ru](mailto:info@omgtu.ru).

*В.С. Раковская*

## **ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ СИСТЕМЫ СОЦИАЛЬНОГО ПАРТНЕРСТВА В РОССИИ И ВОЗМОЖНЫЕ ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ**

Исследованы причины неэффективности системы социального партнерства в России, названы необходимые условия для развития социального партнерства, определены основные задачи Российской

трехсторонней комиссии по регулированию социально-трудовых отношений. Проанализированы основные проблемы развития социального партнерства: отсутствие сильных профсоюзов, невыполнение правительством своих обязательств и несовершенство механизма реализации договорных условий. Показано, что неэффективность системы социального партнерства является частным проявлением более широкой проблемы – деинституционализированности российской экономики.

Вера Сергеевна Раковская – аспирант Томского государственного университета. E-mail: raveronika@yandex.ru.

*Е.Е. Митрофанова*

### **ПРОБЛЕМА СТИМУЛИРОВАНИЯ ТРУДОВОЙ МОТИВАЦИИ РАБОТНИКОВ: ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЙ ПОДХОД**

Проблема трудовой мотивации работников рассмотрена с позиций неинституциональной теории контрактов, при этом акцент сделан на анализе «отлынивания» и «вымогательства».

Екатерина Евгеньевна Митрофанова – студент кафедры политической экономики СПбГПУ. E-mail: lury@yandex.ru.

*Е.Г. Колесник*

### **СИСТЕМА СТИМУЛИРОВАНИЯ РАБОТНИКОВ К ТРУДУ В УСЛОВИЯХ ИНФОРМАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ**

Выделены четыре стимулирующие системы: материально-денежная, социальная, нематериальная и моральная. Определены факторы, влияющие на выбор корпоративной стратегии в области стимулирования. Использован термин "когнитариат" для обозначения работников интеллектуального труда.

Елена Геннадиевна Колесник – кандидат экономических наук, старший преподаватель кафедры экономической теории СПбГУЭФ. E-mail: kolesnik797@mail.ru.

*Н. А. Кочкина*

## **ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО ТРУДА**

Исследована специфика управленческого труда как разновидности информационного труда. Предложены методы анализа ее демографических факторов на основе данных информационных справочников «Кто есть кто».

Наталья Анатольевна Кочкина – студент кафедры политической экономии СПбГПУ. E-mail: newnata83@mail.ru.

*И.У. Эмирова*

## **ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В УПРАВЛЕНИИ ПЕРСОНАЛОМ**

Рассмотрены проблемы внедрения информационных систем, обучения персонала, автоматизации работы кадровых служб. Описаны возможности технологии Data Mining.

Ирина Умаровна Эмирова – ассистент кафедры экономики Белгородского университета потребительской кооперации. E-mail: irisollka@km.ru.

*Н.Н. Прокопец*

## **ПЕРЕХОД ОТ ПРЕДМЕТНОЙ ТРУДОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ К ДУХОВНОЙ КАК ОСНОВА СТАНОВЛЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА**

С философских позиций рассмотрены этапы развития трудовой деятельности: в первобытном обществе, в обществе с экономическим принуждением, в информационной обществе. Показана роль творчества и ценностной ориентации в информационной экономике.

Наталья Николаевна Прокопец – старший преподаватель кафедры управления международным образованием СПбГУ. E-mail: [nataly\\_prokopets@mail.ru](mailto:nataly_prokopets@mail.ru).

## **РАЗДЕЛ 4. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В ИНФОРМАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКЕ**

*Т.В. Хабарина, Е.В. Хабарин*

### **ПОНИМАНИЕ ИНФОРМАЦИИ КАК ФАКТОР ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОИЗВОДСТВА**

Понятие информации определено через понятие «тезаурус». Проанализирована роль общего тезауруса в информационных коммуникациях, выделены пять уровней понимания информации, рассмотрена роль философии фирмы в объединении тезаурусов, приведены данные анкетного опроса руководителей предприятий об уровне развития информационно-коммуникационных технологий.

Татьяна Васильевна Хабарина – кандидат экономических наук, доцент кафедры политической экономии СПбГПУ, Евгений Васильевич Хабарин – кандидат экономических наук, доцент Государственной полярной академии. Тел.: (812)552-63-00.

*М.М. Хайкин, А.В. Андриюшин*

### **ПРОБЛЕМА ИНФОРМАЦИОННОЙ АСИММЕТРИИ В УПРАВЛЕНИИ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ХОЗЯЙСТВУЮЩЕГО СУБЪЕКТА**

Проанализирована роль информационных систем в коммерческой деятельности, рассмотрена проблема асимметрии информации на рынке инвестиций. Перечислены методы защиты коммерческой информации. Описана экономико-математическая модель информатизации коммерческой деятельности.

Марк Михайлович Хайкин – кандидат экономических наук, доцент СПбГУЭФ. Тел.: (812)310-40-17. Андрей Владимирович Андриюшин – начальник отдела закупок фирмы.

*О.Г. Филатова*

## **PR В ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЩЕСТВЕ: НОВЫЕ БИЗНЕС-СТРАТЕГИИ**

Информационное общество определено как организм, функционирующий на основе коммуникационных технологий. Представлены основные характеристики Интернета и описаны возможности их использования в корпоративных коммуникациях. Определены понятия «кибермаркетинг» и «блогосфера», проанализированы перспективы развития корпоративных блогов в России.

*М.В. Рыжкова*

## **ПРИВЛЕЧЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ НА ИНТЕРНЕТ-РЫНКИ: СТИМУЛИРУЮЩИЕ И ТОРМОЗЯЩИЕ ФАКТОРЫ**

Исследованы потребительские мотивы использования Интернета, которые противопоставляются профессиональным и коммуникативным мотивам. Выделены две группы поведенческих целей: связанные с потребительской деятельностью и не связанные с ней. Рассмотрены два класса особенностей поведения потребителей Интернета: особенности, стимулирующие развитие потребительского рынка в Интернете, и особенности, тормозящие развитие этого рынка. Автор полемизирует с И.Макиенко по вопросам трактовки «потребительской деятельности» и роли Интернета как средства коммуникации.

Марина Вячеславовна Рыжкова – кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики Томского политехнического университета. Тел.: (3822)563582. E-mail: marybox@inbox.ru.

*А.Ю. Теселкин*

## **РЫНОК ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ УСЛУГ МОБИЛЬНОЙ СВЯЗИ**

Приведены данные о структуре рынка дополнительных услуг мобильной связи, предпочтениях возрастных групп пользователей. Проанализированы социальные, этические и экономические последствия использования дополнительных услуг мобильной связи в телевизионных «реалити-шоу».

Антон Юрьевич Теселкин – старший преподаватель кафедры политической экономики СПбГПУ. E-mail: [crystalinkle@yahoo.com](mailto:crystalinkle@yahoo.com).

*А.А. Русецкая*

## **ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА CALL-ЦЕНТРОВ В РОССИИ**

Показано значение call-центров в современной экономике. Проанализировано состояние отечественного рынка услуг профессиональных call-центров, проведены соответствующие межстрановые сравнения. Выявлены положительные и негативные факторы, влияющие на развитие этого рынка в России.

Анна Александровна Русецкая – аспирант кафедры информационных систем в экономике и менеджменте СПбГПУ. E-mail: [annash@yandex.ru](mailto:annash@yandex.ru).

*Д.С. Быльева*

## **РЕКЛАМА В ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЩЕСТВЕ**

Проанализирована роль рекламы в современном обществе, рассмотрены принципы и методы рекламы, приведены примеры нарушения и преодоления законодательных запретов в этой сфере, показано негативное влияние рекламы на развитие человека и общества.

Дарья Сергеевна Быльева – аспирант Гуманитарного Факультета СПбГПУ. E-mail: marketing4121@yandex.ru.

*М.В. Березина*

## **ПРЕИМУЩЕСТВА И ЗНАЧЕНИЕ РЕКЛАМЫ В КОМПЬЮТЕРНОЙ СЕТИ**

Рассмотрены преимущества рекламы в электронной сети перед другими видами рекламы: адресность, интерактивность, экономичность, возможность учета количества просмотров, информационная насыщенность, неограниченная географическая аудитория. Подвергнут критике взгляд на рекламу как на средство зомбирования и стимулирования пассивного потребления.

Марина Владимировна Березина – студент факультета экономики и менеджмента СПбГПУ. E-mail: fitomina@yandex.ru.

*Е.В. Бажерина*

## **АНАЛИЗ ЦЕННОСТИ БРЕНДА В ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЕСПЕЧЕНИИ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Предложен алгоритм бренд-менеджмента на уровне предприятия. Рассмотрена матрица «уровень управления – уровень лояльности», проанализированы ее наиболее характерные позиции.

Екатерина Владимировна Бажерина – старший преподаватель кафедры экономики и управления Киевского Славянского университета. E-mail: bazherina@bigmir.net.

*М.О. Потолокова, А.М. Грушко*

## **МЕХАНИЗМ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА ФИРМЫ**

Предложен механизм создания имиджа, состоящий из десяти этапов. Описан процесс движения информации, формирующей имидж.

Мария Олеговна Потолокова – кандидат экономических наук, доцент кафедры коммерческой деятельности и предпринимательства Санкт-Петербургского государственного инженерно-экономического университета. E-mail: potolokova@e-mail.ru. Анна Михайловна Грушко – старший

преподаватель кафедры исследования операций в экономике СПбГИЭУ. E-mail: nuweb@mail.ru.

*И.А. Нетреба*

## **ПУТИ СНИЖЕНИЯ ЗАТРАТ НА ВНЕДРЕНИЕ И ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КОРПОРАТИВНЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ**

Проанализирована структура затрат на информационные системы, рассмотрены пути и условия снижения этих затрат.

Ирина Александровна Нетреба – ассистент кафедры менеджмента инновационной и инвестиционной деятельности Киевского национального университета им.Т.Шевченко. E-mail: irinan@univ.kiev.ru.

*А.В. Васильева*

## **РАЗРАБОТКА СИСТЕМЫ КОНТРОЛЯ КАЧЕСТВА НА ОСНОВЕ НЕЙРОННОЙ СЕТИ**

Искусственная нейронная сеть рассмотрена как средство решения трудно формализуемых задач. Раскрыто понятие «нейронная сеть», приведен пример использования нейронной сети при решении проблемы контроля качества.

Анна Владимировна Васильева – студент кафедры информационных систем в экономике и менеджменте СПбГПУ. E-mail: snipak@yandex.ru.

*Н.Г. Иванова, Т.В. Перерва*

## **СОВРЕМЕННЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ РОССИЙСКИМИ КОРПОРАЦИЯМИ**

Проанализирован опыт использования корпоративных систем класса ERP и ряда других программных продуктов.

Наталья Георгиевна Иванова – кандидат экономических наук, доцент кафедры политической экономики СПбГУ, Татьяна Викторовна Перерва – студент той же кафедры. Тел.: (812)552-63-00.

## **РАЗДЕЛ 5. ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ**

*Ю.В. Крылова*

### **СМЕНА ПАРАДИГМЫ УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИЯМИ В ИНФОРМАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКЕ**

Рассмотрена концепция национальных инновационных систем, основанная на идее, согласно которой активность субъектов инновационной деятельности зависит не столько от организационных возможностей, сколько от внешней институциональной среды. Проанализированы различные определения национальной инновационной системы: К.Фримана, Р.Нельсона и Н. Розенберга, Ч.Эдквиста и Б.Лундвалла. Показана необходимость отказа от линейной инновационной модели, перехода к сетевым отношениям, интенсификации процессов международных переливов (диффузии) знаний.

Юлия Валентиновна Крылова – кандидат экономических наук, доцент кафедры экономической теории Экономического факультета Санкт-Петербургского государственного университета. Адрес: Санкт-Петербург, 191194, ул. Чайковского, д. 62.

*А.Л. Григорян*

### **ОБОЗНАЧЕНИЕ РОЛИ ИННОВАЦИЙ В ПОСТИНДУСТРИАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКЕ**

Исследовано содержание понятий «постиндустриальное общество», «технетронное общество», «третья волна», «информационное общество» и «общество знаний». Показана история их возникновения, проанализированы взаимосвязи между ними. Сделан вывод, что в большинстве теорий постиндустриализма главенствующую роль играют инновации и знания. Ссылки на работы Д.Белла, З.Бжезинского, Э.Тоффлера, В.Иноземцева, М.Кастельса, Т. Сакайи, П.Дракера, Ю.Яковца.

Ашот Левонович Григорян – аспирант Воронежского государственного университета. E-mail: [ashotarmenia@yahoo.com](mailto:ashotarmenia@yahoo.com).

## **ИНФОРМАЦИЯ В СИСТЕМЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Предложена система государственной поддержки инновационной деятельности, состоящая из следующих элементов: (1) система информационно-консультационного, маркетингового и кадрового обеспечения деятельности инновационных фирм; (2) система информационного обмена; (3) система оперативной финансовой информации, обеспечивающей участие в валютных и фондовых торгах; (4) система центров по оценке технологий.

Елена Станиславовна Дубровская – кандидат экономических наук, доцент кафедры экономической теории и права Казанского государственного технического университета им. А.Н.Туполева. Тел.:(843)238-45-64. E-mail: [etp.economik@rambler.ru](mailto:etp.economik@rambler.ru).

*О.А. Смирнова*

## **ПРОБЛЕМЫ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТАМИ**

Определена роль программ и проектов в развитии фирмы, проанализирован практический опыт функционирования института управления проектами (PMI). Показана необходимость универсального подхода к управлению проектами в различных отраслях и странах, а также необходимость использования единой терминологии и методики управления при реализации международных проектов. Выявлены ошибки в отборе проектов, анализе рисков и концептуальном планировании, рассмотрены возможные последствия этих ошибок.

Ольга Александровна Смирнова – доктор экономических наук, профессор кафедры экономики и менеджмента технологий и материалов СПбГПУ. Тел.: (812)534-74-13.

## **ИНФОРМАЦИОННАЯ ПРИРОДА ИННОВАЦИОННОГО ПРОЦЕССА И ИНСТИТУТЫ ВЕНЧУРНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА**

Исследовано развитие институтов, способствующих становлению и функционированию венчурного предпринимательства. Венчурное предприятие определено как форма, обеспечивающая необходимую организацию информационных потоков, их трансформацию в знания, а затем в продукт. Проблема риска инновационного процесса рассмотрена в связи с недостатком необходимой информации.

Владимир Львович Васильев – ассистент кафедры экономической теории и права Казанского государственного технического университета им. А.Н. Туполева. E-mail: vovan\_v\_1@mail.ru.

*В.Ю. Латута*

## **ТЕКУЩЕЕ СОСТОЯНИЕ И ДИНАМИКА РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОССИИ**

Проанализированы государственная политика в инновационной сфере, состояние и динамика этой сферы в последние годы, исследованы различия в структуре российского и мирового высокотехнологического экспорта. Предложены меры по поддержке инновационной активности.

Вячеслав Юрьевич Латута – аспирант кафедры информационных систем в экономике и менеджменте СПбГПУ. E-mail: Vogo@mail.ru.

*А.М. Русецкий*

## **РЫНОК ИННОВАЦИОННЫХ УСЛУГ**

Исследованы особенности рынка инновационных услуг: форма товара, специфика спроса и предложения, характер монополий. Показано, что этот рынок не позволяет фирме быть в конкурентном состоянии второй.

Александр Михайлович Русецкий – аспирант кафедры информационных систем в экономике и менеджменте СПбГПУ. E-mail: rusetsky@yandex.ru.

# **СТАНОВЛЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА**

Сборник научных трудов  
под ред. д.э.н Б.В. Корнейчука

***Лицензия ЛР № 065394 от 08.09.97***

---

Подписано в печать 25.11.05. Формат 60 x 84 1 / 6.

Объем 15 п. л. Тираж 120 экз. Заказ №

---

***Отпечатано в издательстве «Нестор»***

195251, Санкт-Петербург, Политехническая ул., 29