**Информационная экономика**

Несмотря на сравнительно недавнее появление определения «информационная экономика», термин был введен американским ученым М. Порат в 1976 году, явление «информационная экономика» возникло гораздо раньше в процессе становления и развития индустриального общества. Информационную экономику можно рассматривать как неотъемлемую вспомогательную отрасль, присущую индустриальной экономике и развивающуюся в ее недрах. В процессе своего развития эта отрасль привела к перерождению индустриальной экономики в постиндустриальную. Роль информационной экономики, в развитии общества настолько велика, что этот этап развития экономики стал называться информационным.

Информационная экономика как отдельная учебная дисциплина находится в стадии формирования. Сам термин информационная экономика вошел в широкий научный оборот после публикации в 1998 г.известной монографии Мануэля Кастельса «Информационная эпоха: экономика, общество и культура». Это послужила толчком для осмысления роли информации в современном мире и попыток создания стройной экономической теории информационного общества. Однако такая теория до сих пор не создана.

Здесь излагаются теоретические основы информационной экономики. Описывает предмет и метод дисциплины, описание модели «креативного человека», которая в информационном обществе приходит на смену модели «экономического человека». Представленная модель служит этической основой всей теории информационной экономики, поскольку в ней постулируется главная цель современного человека, которая состоит в реализации его творческих способностей, развитии своих личных качеств. Креативная трактовка человека предопределяет тот же взгляд и на информацию. В настоящее время в науке доминирует механическая трактовка информации как совокупности абстрактных символов. При таком технократическом подходе информация выступает прежде всего как продукт искусственного устройства, а человеку отводится лишь вспомогательная роль. На индустриальной стадии развития общества доминирующим видом деятельности был простой труд, видом благ- материальный продукт, а принципом социального взаимодействия- товарный обмен, то на информационной стадии доминируют творчество, информационные продукты и межличностные информационные обмены между уникальными индивидами.

Так же раскрывается социологический характер информационной экономики. Принятие **концепции «креативного человека»,** уникального по своей сути, предполагает исследование разнообразия индивидов и системы их межчеловеческих взаимодействий, т.е. использование методов социологии. Теория информационного общества предстает как социологическая экономика.

И исследуется предпринимательская деятельность в информационной экономике, при этом акцент делается на проникновение общих принципов креативной экономики на уровень управления организацией.

**Информационная экономика - экономика постиндустриального общества**

**Информационная революция**

Свидетельством этому является бурно развивающийся в последние десятилетия процесс информатизации общества, который охватывает сегодня многие страны мира и все более отчетливо принимает характер глобальной информационной революции[i]. И как следствие происходит процесс перехода от «материального» к информационному обществу - обществу, основанному на производстве, распространении и потреблении информации. Это - новая качественная ступень развития человечества. Информационная революция равна по своему значению переходу от эпохи собирания плодов земли и охоты к эпохе производства материальных жизненных благ. На наших глазах материальная составляющая в структуре жизненных благ уступает первенство информационной. Причем речь идет не только и не столько о технологической информации, необходимой для современного материального производства, но наряду с технологической и экономической информацией выделяется а духовно-творческая информация. [ii]

Известно, что информационные революции в истории человечества происходили и ранее. Первой стало изобретение письменности пять-шесть тысяч лет назад в Месопотамии, затем -- независимо, но несколько тысяч лет спустя -- в Китае, и еще на 1.500 лет позднее -- майя в Центральной Америке. Вторая информационная революция произошла в результате изобретения рукописной книги, сперва в Китае, вероятно, около 1300 г. до н.э., а затем, независимо и 800 лет спустя, в Греции, когда афинский тиран Песистрат распорядился записать в книгу поэмы Гомера, до этого передававшиеся изустно. Третья информационная революция произошла после изобретения Гутенбергом печатного пресса и наборного шрифта между 1450 и 1455 годами, а также изобретением гравировки примерно в то же время.

Однако та, которую мы наблюдаем сегодня, является принципиально новой как по своему содержанию, так и по тем последствиям, которые она вызывает практически во всех сферах жизнедеятельности общества. Постиндустриальная стадия развития общества отождествляется с понятием “информационное общество". Таким образом, переосмысление роли информации в развитии природы и общества, а также освоение информации как стратегического ресурса и движущего фактора дальнейшего развития цивилизации являются сегодня исключительно важными и актуальными проблемами, которые приобретают не только общенаучную, но и общецивилизационную значимость. 1

**Экономическая информация**

Дать однозначное определение понятия “информация” представляется достаточно сложным, поскольку в зависимости от конкретной практической сферы использования данная категория приобретает некоторые особенности, свойственные именно этой области применения и во многом специфичные. Тем не менее можно выделить ряд общих признаков, позволяющих определить понятие “информация”, охарактеризовав его наиболее важные стороны, проявляющиеся при любом практическом использовании.

Как известно, термин «информация» происходит от латинского слова «informatio» , изначально изложение или разъяснение. В качестве примера существует следующее определение. ***Информация - это совокупность сигналов, воспринимаемых нашим сознанием, которые отражают те или иные свойства объектов и явлений в окружающей нас действительности. Природа данных сигналов подразумевает наличие принципиальных возможностей по их сохранению, передаче, трансформации.***

Информация в экономике проявляется во множестве аспектов, -- вот только некоторые из таких способов проявления:

* производство информации как таковой -- это производственная отрасль, т.е. вид экономической деятельности;
* информация является фактором производства, один из фундаментальных ресурсов любой экономической системы;
* информация является объектом купли-продажи, т.е. выступает в качестве товара;

некоторая часть информации является общественным благом, потребляемым всеми членами общества;

* информация -- это элемент рыночного механизма, который наряду с ценой и полезностью влияет на определение оптимального и равновесного состояний экономической системы;
* информация в современных условиях становится одним из наиболее важных факторов в конкурентной борьбе;
* информация становится резервом деловых и правительственных кругов, используемым при принятии решений и формировании общественного мнения. [iv]

Таким образом, по мере своего создания экономика информационного общества начинает использовать не два, а четыре основных ресурса: труд, капитал, индивидуальную, групповую и региональную свободу, а также релевантную информацию (постоянно обновляемые теоретические знания и различного рода сведения, в том числе практические навыки людей). Первые два из них служат факторами производства, последние два -- необходимыми условиями их эффективного использования. Тем самым экономика индустриального общества переходит в свою очередную постиндустриальную фазу - информационная экономика.

**Информационная экономика**

***Информационная экономика, получая научную информацию из многих источников, использует ее для оказания влияния на сопредельные области и отрасли экономического знания.*** Данные связи показаны на схеме 1 .

Таким образом, информационная экономика в качестве области знания может быть охарактеризована как метаэкономика по отношению к отраслевым экономикам (изучающим экономические аспекты материальной базы информационных технологий, их эффективного применения, создания научных знаний и средств их передачи). Эта область знания специфически проявляет себя в исследовании информации как ресурса, в обобщенном рассмотрении информационных отношений, объединяя отдельные их аспекты в единый объект, функционирующий в системе рынка и государственного регулирования. Ее главная для нас роль -- в изучении: закономерных тенденций развития информационно-электронной сферы, ее функций в деле становления и развития в России информационного технологического уклада; условий и факторов эффективного выполнения этих функций.[v]

Продуктом информационной экономики могут быть теоретические, методологические и практические выводы и предложения по повышению эффективности функционирования информационно-электронной сферы.

В классической экономической науке капитал понимался в вещественной форме: как совокупность вещей (земля, здания, машины, сырье), способных, посредством приложения труда, увеличивать богатство (создавать доход). Такое определение капитала является правильным для экономики, в которой уровень развития производства, измеряемый потенциальным выпуском, относительно незначителен и основные события в которой происходят в производственной сфере. Затем, когда деньги стали играть большую роль в экономике, капитал стали понимать в денежной форме: как совокупность денег, за какие можно приобрести орудия труда и нанять услуги труда.

Постепенно, по мере увеличения объема использования новых знаний, уменьшается удельный вес собственности на физические объекты и увеличивается удельный вес интеллектуальной собственности. Возникает проблема прав интеллектуальной собственности. Иногда полагают, что защита интеллектуальной собственности безнадежна в мире, где господствуют ИКТ. Уже сегодня, например, незаконное копирование программных продуктов является легким делом, а завтра оно станет еще легче.

Действительно, абсолютная защита невозможна. Однако она и не нужна. Должен быть найден оптимум, который, с одной стороны, обеспечивает получение временной сверхприбыли, гарантируя индивидуальную (авторскую) выгодность полезной инновации, а с другой стороны, обеспечивает как можно более широкое ее распространение в целях увеличения совокупного технологического, экономического, социального, политического или культурного потенциала.

Наконец, когда ***денежная экономика становится инновационной, капитал начинает функционировать в денежно-информационной форме, которая лишь временно принимает вещественную форму и затем вновь обращается в информационно-денежную.*** Используемая в этих случаях информация представляет собой знания и понимается трояким образом: как профессиональные знания предпринимателя и работника, как технологические знания специалиста и как предположения всех заинтересованных субъектов относительно будущего положения дел.

Схема 1. Связи информационной экономики с сопредельными областями и отраслями научных знаний.

Услуги труда в такой экономике опираются не просто на профессиональные навыки, но на индивидуализированные знания и способности. Рынок труда предлагает уже не безличную "производственную услугу", а личность, обладающую в требуемом профессиональном диапазоне относительно редкими, а иногда даже уникальными качествами.

Квалификация, профессионализм, знания и способность к творчеству становятся основной характеристикой персонифицированных услуг труда, перестающих быть безликой "рабочей силой". Наемный труд, осуществляемый в "необходимое" (т.е. несвободное) рабочее время, постепенно заменяется свободным трудом, осуществляемым в свободное рабочее время. Это часть свободного времени работника, которое используется им не для отдыха и развлечений, а для (само)образования и переподготовки, для улучшения своих позиций на рынке труда и увеличения возможных доходов.

В результате указанных трансформаций капитала и услуг труда можно говорить о едином "человеческом капитале" с высокой долей профессиональной интеллектуальной собственности. В той степени, в какой "человеческий капитал" зависит от достигнутого уровня образования и науки, последние становятся "специфическими факторами производства". Текущий уровень образования и науки, характеризующий данное общество, превращается в фактор долговременной конкурентоспособности его экономики.

Информационная экономика, решая свою главную задачу -- выработки рекомендаций по эффективному применению принципов информационной технологии в конкретных областях жизнедеятельности общества, неразрывно связана с практикой стратегического планирования структурной перестройки производства. Практическое применение знаний информационной экономики, таким образом, всесторонне связано с перспективами развития современного технологического потенциала общества, с авангардными отраслями, обеспечивающими экономический рост и благосостояние населения индустриально развитой страны.

**Перспективы развития информационной экономики с позиций экономической**

**теории**

Переход России к новому столетию характеризуется многими экономистами-аналитиками, как начало постепенного преодоления затяжного социально-экономического кризиса. Наметившееся оживление отечественной экономики позволяет с некоторым оптимизмом смотреть в будущее; сотрудники Института экономики РАН, разработавшие концепцию долгосрочной социально-экономической стратегии России, даже назвали свою монографию «Россия - 2015: оптимистический сценарий» [2], Авторы смогли отойти от традиционной схемы научных работ, делавших основной упор на перечисление ошибок, допущенных на начальном этапе перехода к рыночной экономике, они выбрали оптимистический вариант развития, исходя из глобальных тенденций мировой экономики и оценки потенциала России.

В настоящее время особенно важным становится не только определение путей закрепления наметившихся положительных тенденций, но и соотнесение их с современными мирохозяйственными тенденциями. Преобразования в экономике в современном мире основываются на понимании того, что цивилизация вступила в новую информационную эпоху, отсюда становятся актуальными исследования в этом направлении и для России. В научной литературе наряду с термином «информационное общество» употребляются и другие, содержащие идею преемственности историко-экономического прогресса, в основе которого лежит использование знаний, науки, новых технологий. Сущность современной технологической трансформации в ее взаимодействии с экономикой и обществом, по нашему мнению, наиболее полно отражается информационно-технологической парадигмой и, соответственно, термином « информационное общество ». Выход за пределы индустриальной эпохи является ключевым фактором информационализации общества. Категория информации приобрела общенаучное значение, используется в различных отраслях знаний и имеет различные трактовки, но даже в настоящее время очевидным упрощением была бы попытка преодоления предметной особенности определенной области знаний, оперирующей данным термином, и выработка единственного и общепризнанного понятия. Множество интерпретаций можно свести к основным, используемым для различных целей исследования и соответственно трансформируемым. В экономической теории, как правило, основополагающим является широко известное понимание информации К. Шенноном, в соответствии с которым, информация -это сообщение уменьшающее, снимающее неопределенность, причем степень сокращения неопределенности может быть измерена, как для индивидуального события, так и для совокупности событий. На основе этой концепции базируется решение проблемы неопределенности научной информации. Изменение значения информационных процессов, имеющих инновационный характер развития, в середине двадцатого века составили основу информационно-технологической парадигмы. Производство в широком смысле слова претерпело революционные изменения, связанные с совершенствованием известных и появлением новых средств производства, предметов труда, источников энергии и систем управления. Инновации, информация превращаются в важнейший ресурс производства. К сожалению, следует отметить, что внимание информационным ресурсам уделяется только в научной литературе, учебники экономической теории рассматривают традиционные ресурсы, иногда вскользь упоминая инновации и не учитывая реального факта выделения информации в самостоятельный, приоритетный в настоящее время ресурс.

В отличие от научно-технической революции информационная предполагает не только производство информации для воздействия на технологию, но и создание технологий для воздействия на информацию. При этом кардинальные изменения в сфере обработки информации охватывают различные сферы человеческой деятельности, формируя принципиально новые технологические способы производства, обмена и потребления. Производительность и конкурентоспособность экономических субъектов в новых условиях, в первую очередь, зависят от их способности генерировать новые знания и эффективно использовать информацию. В соответствии с этим ускоряются темпы роста информационных потребностей, что, в свою очередь, способствует развитию деятельности в сфере информации.

***Информация, став важнейшим ресурсом, в значительной мере модифицирует рыночный механизм***, создавая основу общественного развития нового качества.(Ряд свойств информации аналогичен свойствам традиционных ресурсов, что позволяет использовать основные экономические характеристики при анализе информационного производства. В то же время, проникновение элементов информационной системы во все сферы жизнедеятельности человека и ее специфика обусловливают необходимость специального экономического анализа применительно к этой системе в ее взаимодействии с рыночным механизмом. Результатом применения новых информационных технологий является коммерциализация информации, однако это не означает, что информация может распространяться только рыночным путем, кроме того, именно информационные товары можно, прежде всего, рассматривать в связи с экстерналиями. Это в значительной мере обусловлено такими свойствами информации, как неделимость и не уничножимость. Многие виды информации политического, социального, бытового характера по своему статусу являются общественными благами и должны предоставляться бесплатно, доступность такого рода информации обеспечивается государством.

При наличии различных определений информации неоспоримым главным ее свойством остается способность снимать неопределенность. Таким образом, под информацией можно понимать сведения, приобретаемые субъектами с целью снижения уровня неопределенности, формирования представления о процессах и объектах. Сведения становятся информацией в том случае, когда они осознаны потребителем и могут быть ему полезны, когда информация удовлетворяет его потребность в новых знаниях об окружающем мире, полезность информации заключается в расширении альтернатив и увеличении свободы выбора. В качестве экономического ресурса информация ограничена, а ее цена формируется на рынке под воздействием спроса и предложения.

Факторы спроса отражают отношение субъекта к риску, чем меньше он к нему расположен, тем больше готов заплатить за предоставляемую информацию. Такие ***свойства информации, как новизна, достоверность, полнота, актуальность, креативность, количество покупателей, форма подачи, определяют неценовые факторы спроса.*** Информация означает передачу сведений, представляя, таким образом, процесс, кроме того, информация подвержена устареванию, сроки которого гораздо более короткие, чем для традиционных продуктов. Потеря новизны исключает возможность пользования информацией, даже если ее материальные носители будут самыми совершенными. Таким образом, фактор времени играет здесь особую роль.

Как правило, в научной литературе авторы обращают внимание на то, что материальные носители информации имеют вторичный характер, и не замечают проблем, связанных с формой подачи информации. Однако в настоящее время конкуренция все более ожесточается, и производители интенсивно используют различные формы подачи информации для увеличения числа потребителей при однозначном или мало отличающемся содержании. Данная тенденция особенно характерна для кино-, видео- и телевизионной продукции.

***Информация, перенесенная на какой-либо материальный носитель, отчуждается от непосредственного владельца, и ее дальнейшая судьба может быть неоднозначна. Одна из особенностей информации состоит в том, что ее производство требует значительных затрат по сравнению с затратами на тиражирование, причем покупатель, приобретая носитель информации, может ее скопировать и, в свою очередь, реализовать, получив значительный доход при минимальных издержках; информация не исчезает при потреблении и может быть неоднократно реализована другим, в том числе незаконным покупателям. Современная эффективная защита информации должна представлять целую систему, основным звеном которой является законодательство. Первый закон о защите информации был принят в США в 1906 году, и после этого значительно активизировался процесс по реализации и дальнейшей разработке политики информационной безопасности, рассматриваемой в качестве элемента национальной безопасности.*** В России принципиально новым моментом в деле правового обеспечения информации явилось принятие Федерального закона «Об информации, информатизации и защите информации» от 20.02.95 № 24-ФЗ, который впервые официально ввел понятие «конфиденциальной информации» и установил общие правовые требования к организации ее защиты и контроля за осуществлением мероприятий по защите. В России в настоящее время в области информационной безопасности применяется свыше ста законов, однако именно эта сфера деятельности является наиболее уязвимой, и проблемы, связанные с определением прав собственности, растут здесь пропорционально масштабам самой деятельности . По оценкам экспертов даже в странах с развитой рыночной экономикой регулирование отношений по защите информации и интеллектуальной собственности еще недостаточно эффективно. В процессах по делам хакеров в качестве оправдания озвучивается в различных вариантах тезис о необходимости свободного доступа к информации, и этот род деятельности процветает, прежде всего, благодаря нашим соотечественникам, не говоря уже о более примитивном «пиратстве» на видео рынке, продаже конфиденциальных сведений персоналом, несанкционированном тиражировании различного рода сведений и т.п.

Особенности производства информации затрудняют определение издержек, которые отличаются от традиционных. Попытки разработать теорию издержек, связанных с интеллектуальной деятельностью, до сих пор не дали однозначного, достаточно обоснованного решения, поэтому невозможно реально оценить не только эффективность информационной деятельности, но и ее защиты, при этом существенно усложняется ценообразование информационного рынка.

Как показывает анализ, производители информационных продуктов используют различные ценовые стратегии. Уникальность продукта и стремление увеличить число покупателей обусловливают широкое применение диверсификации цен, а отсутствие аналогов и адресность позволяют говорить об эксклюзивных ценах. Разнообразие применяемых методик ценообразования связано с неоднородностью продуктов интеллектуальной деятельности.

***В настоящее время не существует единого представления о структуре информационного рынка. Ф. Махлуп, один из первых исследователей интеллектуальной сферы деятельности, как известно, выделяет пять секторов: образование, научные исследования и разработки, средства массовой информации и связь, информационные машины и оборудование, информационные услуги. В. Тамбовцев, исследуя рынок информации, говорит о научно-технической информации, объектах художественной культуры, управленческих данных и сообщениях, бытовой информации, услугах и образовании. Неоднородность классификационных признаков отличает большинство подходов к проблеме структуризации информационного рынка и требует дальнейшей работы в этом направлении.***

Возникновение информационного рынка в России совпадает с началом переходного периода. Причем переход к рынку для информационной деятельности, в отличие от других, означал не просто превращение ее продукта в товар, а принципиальные изменения условий, масштабов и результатов производства. Переход к открытому обществу привел к возрастанию требований к информации, которая должна быть полной, актуальной, достоверной и доступной, должна отражать все стороны жизни общества и иметь как деловой, так и потребительский характер. В результате изменения экономической роли государства, роста законотворческой деятельности, приватизации и увеличения хозяйственной самостоятельности экономических субъектов ужесточились требования к достоверности, своевременности и законности экономической, отчетно-статистической информации. С другой стороны, сами хозяйствующие субъекты стали значительно более заинтересованными в финансовой, коммерческой, научно-технической, политической информации; в условиях многократно возросшей неопределенности и рыночной конкуренции информация реально превратилась в жизненно важный ресурс. Предпосылкой развития процессов информатизации послужило резкое возрастание доступности импортных источников техники и программного обеспечения, переход от использования морально устаревших электронно-вычислительных машин к персональным компьютерам и сетям.

На ускоренное развитие информационного рынка значительное влияние оказало превращение деятельности по разработке и внедрению программных технологий в один из самых динамичных видов бизнеса. В настоящее время значительные перспективы открываются в такой области информационной деятельности, как электронные сделки. Если первоначально сектор деловой информации обслуживающий биржевую, банковскую, финансовую деятельность поставлял информацию о котировках ценных бумаг, валютных курсах, ценах и т.п., то с конца двадцатого века стала внедряться не только электронная торговля, но и технологии удаленного банковского и биржевого обслуживания. Первые банки, предлагающие серверные возможности Интернета, появились в США в 1995 году. Такие банки, работающие в режиме «on line» могут быть полностью виртуальными и осуществлять операции только в Сети, при этом США уже распространили систему гарантирования вкладов на итернет-банкинг, что говорит о поддержке и заинтересованности в развитии данной деятельности. В России среди 5% банков, работающих в системе Интернет-банкинга, лидируют «Автобанк», «Альфа-банк». Соответствующая система «Автобанка» позволяет: покупать, продавать валюту; оплачивать коммунальные услуги, переводить денежные средства по своим счетам в рублях и валюте; совершать внутри банковские и межбанковские платежи; оплачивать счета провайдеров, операторов сотовой и пейджинговой связи; размещать средства во вклады, пополнять счета пластиковых карт, получать выписки по всем счетам. Инвестиционная компания «Нева-инвест» представляет на российском рынке информационно торговую систему Интернет-трейдинга, основанную на программном продукте QUIK, широко распространенном в других странах, которая обеспечивает удаленный доступ к торгам через Интернет.

Информационный рынок в Казахстана развивается быстрыми темпами, однако если учесть наше значительное изначальное отставание, агрессивное давление импортных технологий и продуктов, традиционно приоритетное развитие информационных технологий в других странах, существование мощных транснациональных компаний, то становится очевидным, что без сильной, много аспектной государственной поддержки Россия окажется на задворках мировой цивилизации. Отказ от государственной поддержки научно-инновационной сферы деятельности является горьким опытом непродуманных решений с последствиями, затрагивающими фундаментальные основы стабильного развития государства. В этой связи особое значение приобретает реализация Федеральной целевой программы «Электронная Россия (2002 - 2010 годы)», утвержденной постановлением Правительства РФ от 28 января 2002 года, а так же соответствующих комплексных программ для крупных регионов и городов, в том числе для Санкт-Петербурга. Программа « Электронная Россия » должна обеспечить формирование нормативно-правовой базы в сфере информационно коммуникационных технологий, развитие информационной и телекоммуникационной инфраструктуры, сформировать условия для подключения к открытым информационным системам и широкого внедрения информационно-коммуникационных технологий. Для координации деятельности участников Программы и финансирования, которое будет осуществляться за счет средств государственного, местных бюджетов, Международного банка реконструкции и развития, российских и иностранных инвесторов, работает межведомственная комиссия, а в ее рамках - экспертный совет, состоящий из представителей деловых кругов, высших учебных заведений, научных и профессиональных организаций, заинтересованных органов исполнительной власти. В ходе выполнения Программы формируются методы мониторинга для определения эффективности расходования бюджетных средств в сфере информатизации, эффективности использования информационно-коммуникационных технологий, а так же нормативной правовой базы, регулирующей это использование. На основе сформированной нормативной базы должны быть осуществлены проекты, обеспечивающие взаимодействие органов государственной власти и местного самоуправления с гражданами и хозяйствующими субъектами по вопросам налогообложения, таможенного оформления, регистрации и ликвидации юридических лиц, сертификации и лицензирования, представления отчетности, предусмотренной законами об акционерных обществах, рынке ценных бумаг, поставках продукции по государственным заказам. Совершенствование нормативно-правовой базы позволит, в частности, упростить порядок лицензирования и сертификации в информационной сфере деятельности и сократить долю теневого рынка. Программой намечается организация системы мониторинга реализации нормативных правовых документов и принятых стандартов с целью своевременного выявления нарушений и снижения административных барьеров в этой сфере, одновременно предусматривается перевод большей части документооборота между хозяйствующими субъектами, органами государственной власти и органами местного самоуправления в электронную форму, будет сформирована единая информационная и телекоммуникационная инфраструктура для органов государственной власти и местного самоуправления, бюджетных и некоммерческих организаций, что значительно повысит качество и мобильность управления.

К стратегически программным мероприятиям относится создание системы электронной торговли, в том числе для государственных закупок, с подсистемой информационно-маркетинговых центров и единой базой данных о продукции и услугах , которая через компьютерные сети будет доступна всем гражданам, хозяйствующим субъектам и органам государственной власти. В соответствии с Программой к 2050 году доля информационных и коммуникационных технологий в казахстанской экономике должна значительно возрасти. Реализация мероприятий Программы будет способствовать формированию предпосылок для реальной перестройки экономики в соответствии с требованиями новой эпохи.

**Предпринимательство в информационной экономике**

**Информационные ресурсы фирмы**

Бизнес-информация есть информация, от которой зависят результаты деятельности фирмы. Бизнес-информация является необходимым структурным элементом делового знания, и, в то же время, она формируется на основе данных. Деловое знание, бизнес-информация и данные составляют вместе информационные ресурсы фирмы. Информационные ресурсы образуют иерархию, на низшей уровне которой располагаются данные, а на высшем- деловые знания (рис. 3.1). Данные относятся к чувственным и воспринимаемым явлениям, их содержание носит беспристрастный характер. Они воспринимаются администратором или вычислительной системой, но при этом лишены более широкого контекста или смысла. Бизнес-информацию определяют как данные, которые образованы или суммированы и затем представлены таким способом, что воспринимаются руководством как непосредственно или потенциально полезны для принятия решений.

Задача бизнес-информации заключается в предоставлении менеджерам некоторой основы знаний о внутренний и внешней средах фирмы. Основная цель сбора информации состоит в том, чтобы на ее основе как можно точнее, с минимальным уровнем неопределенности, формировать знания и принимать решения.

Рис. 3.1. Информационные ресурсы фирма

***Фирмы используют информацию в четырех основных целях:***

1. создания возможности функционирования, т.е. для роста прибыли и расширения рынков;

2. снижения риска и уменьшения неопределенности;

3. получения власти и средств воздействия на других;

4. контроля и оценки производительности и эффективности своей фирмы.

Основные виды внешней информации следующие:

· рыночная информация- может быть как конкретной, так и самой общей. Обычно она включает размер и рост рынка, покупательную способность, предпочтения, спрос и проведение потребителей;

· информация о конкурентах- может влиять на принятие стратегических решений, даже если рыночные условия не учитываются непосредственно. Информация этого вида наименее доступна;

· макроэкономическая и геополитическая информация- включает в себя информацию об изменении социально-экономической политики различных стран, тенденциях развития национального и мирового финансовых рынков, рынков труда;

· информация о поставщиках- сфокусирована на таких аспектах, как издержки, надежность, качество и время поставки;

· внешняя финансовая информация- включает в себя информацию о валютных курсах, динамике курсов акций, движении на рынке капиталов;

· информация о регулировании и налогообложении- включает нормативную информацию о государственном регулировании предпринимательской деятельности и налогообложении в развитых странах мира.

Основные виды внутренней информации следующие:

· информация о производстве- включает данные об эффективности производства и производительности, производительных мощностях, издержках, отходах производства и качества;

· информация о трудовых ресурсах- сфокусирована на таких аспектах, как обучение персонала и уровень квалификации, моральное состояние и расходы на обеспечение кадрами В США распространена система сбора информации о личной жизни работников: характере, увлечениях, семейной жизни;

· внутренняя финансовая информация- включает основную информацию из бухгалтерского баланса о прибыли и издержках, об имуществе и обязательствах, а также широкий спектр финансовых показателей, таких как отношение рыночной цены акции к доходу по ней, отношение заработной платы к валовой выручке.

Источники бизнес - информации подразделяют на первичные и вторичные. Первичная информация возникает в результате исследования или анализ, инициированного фирмой. Вторичная информация результат обработки уже имеющихся источников.

**Стратегии поиска информации** могут быть официальными, использующими специализированных поставщиков информации, либо неофициальными, использующими иные каналы. Они также могут быть активными или пассивными.

Основные навыки, которые требуются для управления информацией,- это поиск, анализ, структурирование, хранение и манипуляция. Вся работа с информацией делится на шесть основных частей:

· вход, сбор необработанных данных;

· коммуникации, перемещение информации от одного источника к другому;

· обработка, преобразование информации из одной формы в другую;

· хранение, сохранение обработанной информации;

· поиск, процесс доступа к хранящимся данным;

· выход, формирование информации в виде, удобного для пользователя.

Управление информацией часто приводит к двум проблемам. Во-первых, высокоточные методики сбора информации компенсируются неправильными и совершенно не достаточными критериями отбора, которые могут привести к суждению целей организации и к ограничению возможностей. Во-вторых, информация не содержит необходимые рекомендаций по наилучшему ее использованию.

Достоверность- это характеристика информации, показывающая, насколько она правдива, т.е. в какой мере являются отражением реальности. В последнее время с появлением общедоступных баз данных создаются условия для мгновенного распространения ошибок и мифов. Поэтому проблема оценки достоверности информации становятся все более важной. Способами оценки достоверности являются:

· проверка ряда источников в связи с одним и тем же элементом информации, в особенности степень их независимости;

· наведение справок о надежности разных источников информации;

· определение, до какой степени элемент опровергает существующие знания или опровергается ими.

**Деловые знания**

Деловые знания есть накопленный потенциал для целенаправленного координированного действия. В данной главе под термином «знание» понимается именно деловое знание. К знаниям не относятся статичные описания и «наборы» фактов, поскольку они описывают отдельно взятые предметы, а не их взаимосвязи. Информация и данные- это незадействованные запасы «сырья» для создания знания. Рабочие знания есть приложение знаний к выполняемой работе. Они предполагают наличие трех элементов: применяющего знание работника, самого знания и технологии работы со знанием.

**Выделяют шесть видов знаний:**

1. макро-микро. Знания макроуровня- это знания, широко распространенные в обществе. Они обеспечиваются средствами государственного образования, тогда как знания микроуровня- это специальные знания, которыми владеет ограниченное число людей.

2. встроенные - обособленные. Встроенные знания включены в продукт и представляют один из его главных компонентов; они не могут быть использованы сами по себе.

3. рыночные - нерыночные. Этот критерий отражает, имеют ли значения какую-либо ценность на рынке. Знания микроуровня с большей вероятностью обладают рыночной ценностью, особенно если они могут быть встроены в продукт. Знания микроуровня или обособленные, скорее всего, будут иметь пониженную рыночную стоимость, так как они доступны из многих источников.

4. персональные - групповые. Персональные знания - это то, что свойственно человеку и что он привносит на рабочее место или вкладывает в решение задачи. Групповое знание - это обобщенное знание, которым владеют все члены группы.

5. передаваемые- непередаваемые. Этот критерий характеризует степень, до которой знание может быть передано одним человеком другому и эффективно последним.

6. эксплицитные- имплицитные. Эксплицитное знание- это явное, организованное знание. Имплицитное знание- неявное, неорганизованное знание.

***Технологии работы со знанием позволяют быстрее распространять знания, способствуют эффективной работе команды, создают новые способы генерирования знаний и управления ими. Выделяют три класса технологий работы со знанием:***

1. технологии, нацеленные на создание знаний либо путем обработки и анализа информации, либо содействием деятельности людей, занимающихся этим;

2. технологии, нацеленные на открытие и исследование знаний, извлекают знания из этих источников и собирают их для дальнейшего применения;

3. технологии, нацеленные на распространение знаний, содействующие передаче знаний из одной точки в другую в рамках системы или сети.

Управление знаниями включает: применение рассредоточенных знаний в целях подготовки и образования; применение практики объединения, позволяющего работать в группах и получать выгоды коллективного знания.

Навыки знаний есть навыки работника по приобретению и созданию знаний, навыки организации знаний и навыки приложения знаний:

· навыки приобретения знаний связаны с обучением, они включают способность устанавливать приоритеты и определять, какие знания понадобятся в будущем;

· навыки создания знаний включают такие области, как проектирований и анализ информации для генерирования новых знаний. Эти навыки и навыки приобретения знаний имеют одну цель- дополнить существующие персональные или групповые знания;

· навыки организации знаний касаются вопросов планирования, контроля, организации знаний и руководства ими с момента создания или приобретения.

Работники, обладающие навыками знаний, отличаются от работников физического труда, потребность которых в навыках приобретения знаний ограничена начальным периодом подготовки. Такие работники характеризуется следующими свойствами:

· мобильность. Навыки трансформации знаний развиты в высокой степени и могут применяться во множестве различных рабочих ситуаций. Это намного повышает ценность работников и обеспечивает легкость при перемене задачи, работы, нанимателей и даже профессий;

· власть работников этой категории вытекает из их знаний и того факта, что в современной экономике спрос на них превышает предложение. Большинство из них понимает это и использует для обеспечения себе более благоприятных условий работы;

· частая работа в виртуальном пространстве затрудняет контроль и мониторинг работы;

· индивидуализм. Различные комбинации навыков и подготовки, которыми владеют работники этой категории, превращают их в индивидуалистов. Поэтому менеджмент должен подходить к ним как к индивидуумам, а не как к однородным элементам процесса;

· постоянное обучение длится до тех пор, пока работник, владеющий знаниями, применяет свои навыки для создания и приобретения знаний. Рассматриваемые в качестве активов фирмы эти работники постоянно растут в цене, их базовые знания постоянно изменяются, и поэтому их вклад в фирму также будет изменяться.

· Необходимость поддержки. Индивидуализм в сочетании с частой работой в одиночку означает, что работники, обладающие знаниями, чаще работников физического труда подвержены стрессам. Они менее открыты и коммуникабельны и больше вовлечены в работу.

**Парадигма глобального менеджмента**

***В информационной экономике стираются различия между национальными системами управления. Глобальные рынки создают новые правила, новые требования и новые клиентов, т.е. создают новую игру. Глобальный потребитель желает получить всё и сразу: высокое качество, низкие цены, быструю доставку и максимальную надежность. Глобальные товары и услуги должны удовлетворить покупателей по многим аспектам. Фирмы уже не могут, как раньше, концентрироваться только на одном из них.***

***Парадигма глобального менеджмента - управленческая система, полностью или частично практикуемая компаниями мирового уровня независимо от национальных, культурных или политических привычек или обычаев. Это комплекс взаимосвязанных, логически последовательных действий в таких областях, как организация, менеджмент, принятие решений и мотивация.***

Выделяют три этапа развития парадигмы глобального менеджмента. Традиционная парадигма массового производства в развитых странах достигла своего апогея в 1950-1960 гг. она характеризуется прямоточными сборочными линиями, иерархией власти, контролем качества продукции и массовым потреблением. Ориентация на процесс - парадигма менеджмента, возникшая в Японии и утвердившаяся к концу 1980-х гг. Она характеризуется контролем качества процесса и его непрерывным совершенствованием, а также системой «точно и вовремя». Парадигма Глобального менеджмента сформировалась в середине 1990-ых гг.

***Её основными составляющими являются:***

· Горизонтальная корпорация. Ступени властной иерархии уничтожаются, пирамиды функциональных организаций становятся более плоскими и организованными по горизонтальному принципу, возникают корпорации с сетевой струк

На рис. 4.2. изображены иерархические и плоская структуры управления фирмой. Рассматривается простейший случай, когда функциональные единицы совпадают с конкретными работниками, а общее число работников равно пяти. Они изображены кружками и обозначены латинскими буквами. В иерархической структуре управленческие воздействия однонаправлены, а управление носит директивный характер (рис. 7.2а). В плоской структуре управления межчеловеческие взаимодействия носят двусторонний характер, поэтому не существует какого-либо одного работника, занимающего исключительное положение.

А)

Б)

Рис.3.2. Структура управления фирмой: а)иерархическая; б)плоская.

· Реинжинириг процесса. Процессы производства и предоставления услуг подвергаются реинтегрции. Отдельные операции объединяются в более крупные блоки, при этом число шагов и отдельных частей сокращается, а операции, не вносящие вклада в ценность продукта, исключается .

· Полная ориентация на клиента. Каждый отдельный клиент или связанная группа клиентов становится отдельным рынком. Это изменение описывается изречением «покупают не рынки, а люди».

· Автономные команды и ячейки. Горизонтальная организация реинтегрированных процессов представляет собой сетевые структуры, состоящие из взаимодействующих команд, которые владеют процессом производства.

· Интеграция клиентов. Клиент становится частью производственного процесса, целью предприятия, движущей силой стратегии и окончательным арбитром качества товаров и услуг, широты номенклатуры и цен.

· Рынки, функционирующие внутри компании. Автономные команды в горизонтальной корпорации организуются и координируются при помощи внутренних механизмов рыночной экономики.

· Интеграция поставщиков. Производство поставщиков физически переносится непосредственно в производственный процесс или на сборочный завод.

· Исключение компромиссов позволяет улучшать такие характеристики, как качество, себестоимость, гибкость, производительность и своевременность - причём всё одновременно.

· Управление по принципу «открытой книги». Информация корпорации больше не является тайной или конфиденциальной, но её значение как важного инструмента управления растёт.

· Корпоративная динамика. Компания отказывается от традиционного прогнозирования и планирования, так как превращает гибкость и способность реагировать «онлайн» в важные сферы компетенции специалистов.

Немногие компании мирового уровня смогли ввести у себя парадигму глобального менеджмента, как целостную систему. Чаще компании внедряют различные элементы этой парадигмы отдельно и независимо от остальных элементов. Для того чтобы понять, как компоненты парадигмы глобального менеджмента взаимосвязаны, а также усиливают друг друга, требуется системное мышление, которое не является частью образования современных руководителей.

**Информационная экономика: перспективы для нашей страны**

В начале XXI века мировая экономика активно пытается формировать новую парадигму научно-технического развития. Её слагаемыми выступают: возрастающая взаимосвязь между рынками капитала и новыми технологиями, быстрое развитие того, что получило название «экономика, основанная на знаниях» или «новая экономика», усиление социальной ориентации новых технологий, глобальный характер создания и использования новых знаний, технологий, продуктов и услуг. Термин «новая экономика» впервые был введен в 1990-е гг. для характеристики беспрецедентно длительного бескризисного экономического развития США, в результате которого эта страна подтвердила своё научно-техническое лидерство и вновь завоевала передовые позиции в конкурентоспособности своей продукции на мировом рынке. Однако сегодня понятие новой экономики можно считать всемирным, а вопросами новой экономики занимается все больше исследователей. Можно выделить несколько основных моделей (в чисто страноведческом аспекте): информационные экономики Запада (Европейский Союз и Северная Америка) и т.н. новые азиатские экономики. Внутри каждой из этих моделей возможна своя классификация.

Среди исследователей экономических проблем информационного общества можно назвать такие имена как М. Кастельс, Т. Стоуньер, Е. Масуда. Среди российских исследователей хотелось бы отметить В. Иноземцева, А. Дынкина, И. Мелюхина, Л. Мясникову. В Томске проблемами информационной и инновационной экономик занимается Н.А. Скрыльникова.

Отличие новой, информационной экономики от индустриальной в первую очередь состоит том, что она не стремится к производству товарной массы из всех доступных источников сырья, а ориентируется на знания, извлекаемые из информации, с целью максимального использования высокоразвитой техники для удовлетворения запросов ее пользователей. Однако это не означает отмены индустрии, сельского хозяйства и других традиционных способов производства. Речь не идёт также о ликвидации традиционных профессий в материальном производстве, а только о значительном сокращении числа людей, занятых в этих отраслях, и увеличении их количества в сфере информационной деятельности и услуг. Традиционные факторы производства -- земля, рабочая сила и капитал -- не исчезли, но приобрели второстепенное значение.

В то же время, мы являемся свидетелями глубинных изменений в экономических и социальных структурах передовых стран мира -- изменений, теснейшим образом связанных с НТП и дальнейшей эволюцией человеческого общества. В основе многих выдвинутых ныне теорий и концепций, объясняющих эти изменения, лежит общепризнанный феномен нарастания значения информации в жизни современного общества, обозначаемый как процесс информатизации.

***По прогнозам, уже к 2015 г. можно будет говорить о новой глобальной экономике в общемировом масштабе. Это и телекоммуникации, охватывающие весь мир, и круглосуточная работа мирового валютного и фондового рынков, и обновленная транспортная инфраструктура. Капитал глобальной финансовой системы к 2015 г., как ожидается, будет реализовываться, инвестироваться и накапливаться прежде всего в мировом масштабе и в реальном времени. Прямые накопленные зарубежные инвестиции в 2015 г. превысят гигантскую величину в 20 трлн. долларов и будут в существенной степени определять динамику развития отдельных стан и регионов. Число ТНК возрастёт до 200 тысяч (данные на 1997 г. - 60 тыс.) Многоярусная система международного разделения труда активизирует международное внутри- и межфирменное производственное кооперирование и рост экономической эффективности глобальной экономики.***

Проблемы информационной экономики представляют значительный интерес для Казахстана, поскольку именно сейчас страна стоит перед историческим выбором стратегии своего развития.

Приходится констатировать, что Россия сегодня находится в состоянии системного кризиса. По новейшим наукоёмким технологиям Россия отстала от стран Запада примерно на 25-30 лет. По оценке бывшего министра образования и науки РФ А. Фурсенко, доля России на рынке высоких технологий сейчас составляет около 0,5 %. По Казахстану у меня нет данных. На фоне экономического развала в обществе крайне обострились социальные и национально-этнические противоречия.

Среди важнейших причин глубокого кризиса российской экономики можно назвать консервативную структуру народного хозяйства и низкий технический базис производства. В течение длительного времени в стране формировался потенциал кризиса в виде производственного аппарата, ориентированного на дешёвые природные ресурсы и электроэнергию, утяжеленную структуру экономики и капиталоёмкий тип воспроизводства. Устаревшие и современные технологии перемешаны во всех отраслях экономики и сосуществуют на каждом предприятии. Чтобы развиваться устойчиво, производительность экономики должна непрерывно повышаться, причем за счет понижения, а не повышения количества используемых природных ресурсов. Это возможно только через развитие знания.

Переходный период, в котором находится в настоящее время экономика Казахстана, не имеет аналогов в мировой практике. Слабая концептуальная проработка проблем постиндустриализма в России (с учетом российской специфики) до последнего времени в значительной степени обусловила неудачи реформ, поскольку большинство предложений по реформированию экономики основаны на экстраполяции индустриальных тенденций, в противовес мировым трендам развития экономики.

Казахстану как воздух нужна национальная инновационная система. Но при этом нужно искать собственные пути развития, отличные от западных. При нынешнем кризисном состоянии российской экономики мировой опыт может рассматриваться в качестве условного ориентира, не более того. Классические схемы интеграции научно-технической и структурной политики для нас неприемлемы в силу значительных диспропорций, объясняющихся наличием в экономике различных технологических укладов. Для того, чтобы решительно повернуть на путь эффективного развития, России необходимо преодолеть такие хронические пороки национальной инвестиционной системы, как отсутствие крупных наукоёмких корпораций, способных взять на себя финансовые и технологические риски коммерциализации нововведений, а также ориентацию инновационного предложения исключительно на логику развития науки и техники при почти полном забвении общественных потребностей и платежеспособного спроса. Необходимо разработать общеполитическую программу внутренней реорганизации экономики.

Только при реализации данных условий мы сможем говорить о возможности вхождения Казахстана в новое глобальное сетевое общество на позициях равного партнёра.

***Перед Казахстаном стоит проблема выбора исторической перспективы развития: быть ей великой научно-технической страной или смириться и стать сырьевой придатком стран «золотого миллиарда». Все зависит от того, какую модель экономического развития изберет Казахстан: индустриальную или постиндустриальную. Выбрать следует сейчас. Через три года будет уже поздно, потому что будут утрачены возможности, которыми страна располагает в настоящий момент.***

В связи с этим принципиально важное и решающее значение приобретает заявление президента Н.А. Назарбаева, сделанное в его послании народу Казахстан. В условиях жесткой международной конкуренции экономическое развитие страны должны определять главным образом ее научными и техническими преимуществами. Но к сожалению, большая часть технического оборудования, используемого российской промышленностью, отстает от передового уровня даже не на годы, а на десятилетия». Поэтому «нам надо сделать серьезный шаг к стимулированию роста инвестиций в производственную инфраструктуру и в развитие инноваций. Россия должна в полной мете реализовать себя в таких высокотехнологичных сферах, как современная энергетика, коммуникации, космос, авиастроение… Мощный рывок в вышеназванных, традиционно сильных для страны областях- это наш шанс использовать их как локомотив развития. Это- реальная возможность изменить структуру всей экономики и занять достойное место в мировом разделении труда.

Важность этого заявления состоит в том, что политическое руководство страны в лице ее президента осуществила выбор: взят курс на наукоемкую, высоко технологическую модель экономического развития; снята неопределенность **исторической перспективы развития Казахстана** и, как следствие этого, в какой-то мере ославлен нравстаенно-психологический кризис.

Цель поставлена. Предстоит гигантский объем работы: определить первоочередные задачи, консолидировать на их решение все социальные слои общества. Процесс консолидации социальных групп очень сложен. Он невозможен без сокращения разрыва между бедными и богатыми. Резкое и все усиливающееся расслоение населения страны свидетельствует о росте социальной поляризации и напряженности в обществе. Эти проблемы нынешнему составу правительства не по силам. Необходимо правительство профессионалов. Народ ждет и надеется, что наконец появится правительство, способное грамотно и эффективно управлять страной. Он может и хочет работать на благо себя и отечества.

**Особенности информационной экономики в Республики Казахстан**

Большинство развитых стран в настоящее время вступило в информационную эпоху. Уровень освоения достижений в области информационных технологий у различных стран неодинаков. Наряду со странами, осознано перешедшими к информационному типу экономики, существуют страны, которые находятся еще в «пути». Понимая и принимая необходимость и преимущества нового информационного типа экономики, они не имеют возможности активного развития в этом направлении. К этой категории относятся Казахстан, имеющая эклектичную экономику, с элементами и инфраструктурой практически всех экономических укладов. Последнее порождает разнообразные проблемы на всех уровнях управления. Причинами отставания России на пути к постиндустриальной экономике являются:

- отсутствие технической базы для развития современного информационного производства;

- слабое техническое обеспечение производства, переработки и распространения информации;

- невостребованность «продуктов» информационного производства;

Первые две причины трудноустанимы. В условиях упадка и деградации целых отраслей промышленностью инвестиционных ресурсов. Развитие информационной экономики возможно только в рамках эффективной индустриальной экономики. Создание технико-технологической базы для информационного производства требует значительных инвестиций. Инвестиционная политика казахских предприятий не ориентированна на вложения в информационные технологии в условиях дефицита средств и неопределенности прогнозируемого эффекта. Здесь немаловажную роль играет возможность оценки этого эффекта.

Невостебованность «продуктов» информационного производства объясняется так же отсутствием возможности технико-экономического обоснование их внедрения. Существует проблемы построения методики оценки результативности информационных продуктов. Объясняется это, прежде всего, тем, что в экономике России в значительной мере преобладают индустриальные элементы, а любая индустриальная технология оценивается с точки зрения ее продуктивности. В тоже время информационные продукты относятся к постиндустриальной экономике и это затрудняет построение методики их оценки. Традиционно – оценка продуктивности для любого бизнес-процесса **в индустриальной экономике это оценка количественная**, а в современных условиях информационной экономики эффективность технологии в значительной мере, определяется **важностью «продукта» для потребителя**, его качеством, разнообразием, своевременностью появления на рынке, т.е. свойствами, не поддающимися количественному описанию.

**Маркетинг в информационной экономике в мире и Казахстане**

Современный мир меняется весьма стремительно и динамично, а темпы ускорения его развития носят характер геометрической прогрессии. Совершенствование мировой системы специализации и кооперации производства, рост транснациональных корпораций, усиление концентрации, миграции капитала и др. привели к глобализации экономики. Однако этот процесс не однозначен. Цены на сырьевые товары слаборазвитых и развивающихся стран постиндустриальные специально занижают, а на импортируемые технологии, продвинутые промышленные товары и финансовые услуги - завышают во много раз. В результате такого неэквивалентного обмена, носящего характер эксплуатации:

А) присваивается большая часть прибавочного продукта, созданного в странах "третьего мира" ;

Б) возрастает технологическая и экономическая их отсталость. Развитие информационных, производственных и ресурсосберегающих технологий автоматически приводит к падению ценности главного их богатства - природных ресурсов и эта тенденция будет углубляться;

В) увеличение технологической эффективности в индустриально развитых и особенно постиндустриальных странах обеспечили целесообразность собственного производства сельскохозяйственной продукции . В результате уменьшилась и продолжает уменьшаться инвестиционная привлекательность слаборазвитых и развивающихся стран, ликвидируются последние конкурентоспособные сферы их деятельности и возможности защиты своих экономических интересов. Сложившаяся ситуация по своей сути является заменой государственного колониализма экономическим и передела мира на этой основе.

Общий итог - вероятность возможности реализовать "догоняющее развитие" для слаборазвитых и развивающихся стран ничтожно мала.

Существенным образом меняется место Казахстана в новом мире . Современную экономику нашей страны только с большой натяжкой можно считать "современной индустриальной", а ситуацию можно оценить только как синдром не реализованных возможностей.

Многое из сказанного выше о последствиях глобализации и информатизации экономики в большей или меньшей степени относится и к Казахстану. Проблема эта многоаспектная. В существующем мировом разделении и кооперации производства и труда Казахстна отведена третьестепенная роль поставщика сырьевых ресурсов. Доля экспорта конкурентоспособных товаров в современном государственном бюджете России весьма мала. С развитием информационных и ресурсосберегающих технологий потребность в сырьевых ресурсах будет систематически уменьшаться. При этом надо учитывать, что подавляющее большинство природных ресурсов нашей страны удалено от потенциальных потребителей. Это значительно увеличивает затраты на их освоение, добычу и транспортирование до потребителей за счет более высоких затрат энергии, труда и уровня заработной платы. Так, например, при определенных условиях": Саудовская Аравия сможет продавать нефть по 2 сегодняшних доллара за баррель, Великобритания и Норвегия - по 9, а Россия - лишь по 12 долларов за баррель". Поэтому, если потребность в наших природных ресурсах и возникнет, то не раньше, чем будут исчерпаны ресурсы в более благоприятных условиях. Если учесть ценовую дискриминацию сырья на глобальном рынке, то становится совершенная бесперспективность дальнейшей опоры развития России на выручку от поставки сырьевых ресурсов. Более того, комплекс политических, социальных, экономических, управленческих и природно-географических причин значительно уменьшает инвестиционную привлекательность наших сырьевых ресурсов. В результате пока еще существующий "инвестиционный климат" не лучше природного. Если мы не хотим потерять значительную часть государственного суверенитета и национального имущества , необходимо найти пути преодоления системного экономического индустриального и постиндустриального кризиса. Рассчитывать необходимо главным образом на собственные силы, но только без характерных для этого концентрации всех сил нации (мобилизационный подход), скатывания к тоталитарному режиму и внутренней изоляции. Вне политики и шовинистической идеи русской "великодержавности" русскому обществу обязательно надо найти рациональные пути и способы, обеспечивающие возможности занять достойное **(для страны занимающей 1/6 часть суши)** место в мировом сообществе.

Долго, мучительно, малоэффективно, с преобладанием в производстве разрушительного начала, в Росси осуществляется переход к рыночной экономике. Недостаточное и часто мало квалифицированное использование приемов и методов маркетинга сыграло в этом далеко не главную, но все же весомую отрицательную роль.

Маркетинг, безусловно, является порождением основополагающего принципа рыночной экономики - конкуренции. Поэтому его возникновение и эволюция объективны и действовать он может только в конкурентной среде. Совершенствование существующих и создание новых маркетинговых технологий всегда определялись необходимостью обслуживания развития потребностей стремительного растущего товарного производства и, следовательно, работы в условиях более высокого уровня конкуренции, вплоть до борьбы на поражение. В последние 20 и, особенно, 10 лет темпы развития сферы сервиса стали значительно выше, чем производственной. Это привело к ускорению расширенного воспроизводства капитала в этой сфере и формированию сервисной идеологии развития, опирающейся на глобальную постиндустриальную экономику, технологии и сложившуюся в мире специализацию. В результате произошло существенное перераспределение потребления, значительно возросли роль и значение маркетинга, которые предопределили его трансформацию и совершенствование.

Маркетинг в управлении современным предприятием занимает не просто важную, а особую программирующую, координирующую и объединяющую функцию. Специфическая его значение заключается в изучении (исследовании) и главное в прогнозировании рынков, как основы стратегического и среднесрочного планирования инновационной деятельности предприятия. Поэтому нельзя согласиться с той ролью которую отводят маркетингу в новой глобальной информационной экономике некоторые экономисты - аналитики ":основным товаром новой экономики стала продажа новых механизмов продажи продукции старой экономики. Как следствие, основные инвестиции в новую экономику даются под новые маркетинговые технологии на базе Internet ^а", и далее ": которые, в случае их внедрения, реально обеспечивают колоссальный рост доходов". Действительно постиндустриальная экономика была вынуждена искать новые сферы приложения. Однако не только изобретение (используя результаты изучения и прогнозирования рынков, маркетинговые инновационные технологии), но и продвижение на рынок новых и новых услуг для отдельных людей и организаций (используя маркетинговый комплекс, который в России называется подсистемой формирования спроса - ФОС, системы ФОССТИС) выполнил маркетинг. От маркетинга не следует требовать чуда создания только положительных результатов и эффектов. Это не справедливо с точки зрения диалектики. С негативными последствиями маркетинга давно борются его противники. Кому не надоела и не мешает навязчивая реклама? Действительно ": реализация маркетинговых технологий на базе Internet ^а автоматически ведет к уничтожению большого сектора в сфере потребительских услуг. Это ведет к существенному перераспределению финансовых потоков, в частности, к их значительной концентрации". Однако Internet и маркетинговые Internet технологии существуют, доказали свою целесообразность и эффективность. Мы живем в постоянно меняющемся мире. Остановить инновационный процесс не возможно. Общая задача всех субъектов, принимающих участие в создании и использовании маркетинговых технологий, максимально стимулировать положительные и уменьшить отрицательные их воздействия и последствия. Однако, исходя из целей и экономической сущности маркетинга это, вероятнее всего, является лозунгом и мало реально. Ведь даже сама концепция социально - этичного маркетинга становится действительно социально - этичной, только тогда, когда это для него выгодно, или если это предусмотрено законами или правилами.

Таким образом, роль и значение маркетинга и его технологий в развитии индустриальной и создании новой постиндустриальной информационной глобальной экономики несомненна и весьма весома.

В Казахстане роль маркетинга еще более не однозначна. Основное условие целесообразности применения классического маркетинга - наличие перепроизводства, "рынка покупателя". Для большинства отечественных "индустриальных" товаров это условие нарушается в принципе, так - как большинство реализуемых промышленных товаров - импортные. Следовательно, факт нашего экономического и производственного отставания - это аксиома. Продвижение импортных товаров на российские рынки с использованием российских маркетинговых коммуникационных каналов противоречит национальным интересам. Мы сознательно повышаем планку конкуренции для без того не конкурентных российских товаров и предприятий. Игнорирование многими российскими производителями маркетинговых, концепций и технологий, рудименты плановой экономики, отбрасывают их назад более чем на 100 лет, ко времени зарождения маркетинга, "товарной ориентации" и идее: "производить то, что легко производится, на что нацелено производство, и продавать, используя в качестве стимулятора рекламу своего товара". Убедительным подтверждением этого являются повышенный интерес и явные предпочтения, которые отдают российские производители рекламе. Существует масса специальных "бесплатных" рекламных газет; реклама - одна из важнейших статей финансирования телевидения, радио и печатных изданий. К сожалению, с помощью рекламы нельзя обеспечить конкурентоспособность товаров, не обладающих современными потребительными свойствами даже на отечественных рынках, не говоря об экспорте. По своей экономической, политической и социальной природе проблема значительно глубже и серьезнее, так как ее необходимо рассматривать с позиций обеспечения для России достойного места в мировом сообществе, если не завтра, то в достаточно близком будущем. Следовательно, России необходимо "догнать" развитые страны, что мы безуспешно пытаемся сделать со второй половины 50 - х годов. Если считать это целью, то, прежде всего, следует сформировать предмет. К большому сожалению, нам необходимо не только одновременно создавать индустриальную и постиндустриальную информационную экономики, адекватные уровню развитых стран на соответствующий момент времени, но и не допускать отставания в дальнейшем.

С точки зрения **теории догоняющего развития** для Казахстана и большинства "стран ближнего зарубежья" падение производства в 2-3 раза, разрушение, физическое и моральное старение основных производственных фондов, ликвидация большей части специализированных организаций, осуществлявших промышленное строительство, недостатки финансовой и инвестиционной систем, отток капиталов из страны и др. являются не самыми большими потерями. Главный ущерб - это значительное увеличение существовавшего технологического отставания, которое усугубилось практически полным развалом академической, ВУЗовской и отраслевой науки, проектных институтов, утечкой наиболее квалифицированных и продвинутых специалистов - потенциальных создателей новых технологий, товаров и услуг. Эти потери, особенно трудно восполнить, еще и в связи с тем, что наиболее сильно Россия отстала именно в информационных технологиях - электронном оборудовании, включая современные технологии его изготовления, программных продуктах и т.п. Даже во времена "застоя" в СССР систематически обновляли парк мощных компьютеров ЕС (последними были ЕС 1061 и ЕС 1066), которые изготавливали на отечественных заводах на 75-80 % из собственных комплектующих и остальных поставляемых из стран СЭВ. В качестве операционной системы использовали MS - DOS, но многие прикладные программы были оригинальными. В конце 80-х годов появились первые отечественные персональные компьютеры ДВК с операционной системой ФОБОС, а затем ЕС -1840 и 1841 (модификация с жестким диском на 20 мБт). До начала рыночных реформ на постсоветском пространстве пользовались менее качественными, но отечественными теле, радио приемниками и многими другими электронными товарами. Для производства товаров мирового уровня промышленность России нуждалась в модернизации и совершенствовании. Однако, особенно с учетом возможностей и потенциала, развитого ВПК, она являлся для этого прекрасной базой, вплоть до создания отечественных информационных технологий не уступающих наиболее продвинутым зарубежным.

***Эти возможности не были использованы, главным образом, из - за:***

1. не понимания в структурах государственного управления первичности роли и значения инновационных технологий в современном мире, просчетов в прогнозировании направлений технологического и экономического развития, без достаточного учета процессов роста глобализации;

2. отсутствия квалифицированных, компьютерно грамотных управленцев, владеющих созидательными рыночными технологиями на государственном, региональных и муниципальных уровнях, в организациях (предприятиях) ;

3. недостаточностью, низкой достоверностью и высокой стоимостью статистической информации, необходимой для комплексного анализа и прогнозирования рынков товаров и услуг, как основы снижения рисков при планировании стратегического развития предприятий и инвестировании.

**Киберномика: к теории информационной экономики**

21 сентября 2011, 14:46 | Джон Перри Барлоу (перевод Елены Вагнер)

В этом провокационном эссе Джон Перри Барлоу утверждает, что мы сейчас обитаем в мире, который отличается от того, в котором большинство из нас родились, как отличался мир Ньютона от мира Фомы Аквинского. Мы уже ведем бизнес, исходя из посылок, глубоко отличных от тех, из которых исходили наши деды. В самом деле, говорит Барлоу, практически все, что мы раньше знали об экономике, уже неприменимо. Мы можем преуспеть настолько, насколько сможем очистить свои умы от прошлого и понять настоящее. Однако, как предупреждает автор, если люди или учреждения сопротивляются этим переменам, они могут оказаться в проигрыше.



Джон Перри Барлоу (John Perry Barlow)

Джон Перри Барлоу (John Perry Barlow) известен как автор «Декларации независимости Киберпространства» (1996), которая считается классикой интернетовского либертарианства и еще долго будет сохранять свою актуальность.

В 1998 году на форуме Merrill Lynch было опубликовано его эссе Cybernomics: Toward a Theory of Information Economy, которое вызвало переполох в крупнейших научных центрах Запада. Барлоу утверждает, что постиндустриальная экономика напрямую копирует биологическое устройство жизни. То есть не придерживает информацию, а распространяет, не стабилизируется, а трансформируется. И основной средой для развития этой новой экономики является Интернет.

Мы публикуем полный текст перевода этой провокационной статьи, которая и сегодня не утратила своей актуальности.

После второй мировой войны автоматизация промышленности и развитие оргтехники, а также успехи телекоммуникационных технологий позволили странам с развитой экономикой создать и объединить принципиально новые формы коммерции. В то время как коэволюционные отношения между технологией, экономикой и обществом уже считаются общепринятыми, значение революционных изобретений редко бывает понято в свое время.

**Дефицит и экономика вещей**

На протяжении всей истории своего сознательного существования на земле люди торговали вещами — инструментами, оружием, тем, что едят, тем, что носят, тем, что повышает престиж. Иногда этими вещами были другие люди, иногда — географические территории. Но почти во всех случаях экономического обмена предметом торговли было что-то, что можно потрогать и увидеть.

Торговля происходила в материальном мире, а материальный мир имеет ряд непреложных характеристик, продиктованных физикой (в первую очередь суровым Вторым Законом Термодинамики), которые естественным образом склонили нас к убеж­дению, что торговля — это битва за ресурсы, которые разрушает энтропия по пути к тепловой гибели вселенной.

Этот коммерческий фокус на дефиците ресурсов усилился индустриализацией.

Примерно до 1840 года богатство в основном проистекало из вещей, которые мы могли создать в неограниченном количестве из солнечного света, воды, земли и труда — я имею в виду продукты сельского хозяйства. После этого оно добывалось из минералов и топлива, которые, будучи однажды добытыми из земли и превращенными в товары, использовались, а будучи использованными, пропадали навсегда.

Производство — это процесс, который неизбежно связан с нанесением ущерба целостности. Если организация производит, скажем, тостер, то минералы, необходимые для производства его физической массы — железо, вольфрам и т.д. — невосполнимо вырваны из земли. Тепло, необходимое для превращения этих материалов в устройство, сгорает в заводской печи. Тостер продается потребителю. С этого момента производитель больше не владеет им и все, что было затрачено на его изготовление, больше не является достоянием человечества.

Со времен Дарвина бизнес был карикатурой на его центральную идею: выживает сильнейший. Торговля была войной, а не диалогом, и главным регулятором ценности был дефицит. Действительно, на протяжении всей индустриальной эпохи те самые институты, которые должны были преумножать общее богатство человечества, т.е. производители, работали над тем, чтобы его преуменьшить, поскольку одним из самых легких способов увеличить спрос и, следовательно, цену было уменьшение предложения.

Экономика вещей все больше формировалась незатейливым подходом к физической материальности, в том числе следующими постулатами.

**Вещами можно явно владеть.**

Одна из отличительных характеристик экономики вещей состоит в том, что вещами легко владеть и легко их определять. Они являются предметом собственности. И обычно ими владеют однозначно. Когда вещи продаются, при этом передаются права владения, в юридическом смысле — собственности на них.

Если я продаю вам свою лошадь или вы ее крадете, я больше не могу на ней ездить. Я уже не могу ею пользоваться. Когда я заглядываю в свою конюшню, то не нахожу там никаких хоть сколько-нибудь полезных аспектов этой лошади. Как только лошадь становится вашей, она перестает быть моей. То же правило распространяется на владение территорией или структурами.

В физическом мире идея имущества — крайне полезная концепция. И, судя по всему, она больше подходит для сохранения, управления и распределения физических материальных благ, чем другие модели, что может подтвердить вам всякий, кто жил при коммунизме или в коммуне.

**Вещи трудно делать.**

Можно также сказать, что большинство материальных ценностей нелегко изготовлять. Самым очевидным примером является земля, которую Уилл Роджерс рекомендовал покупать, так как «никто не производит больше, чем она».

Не производят алмазов, сырой нефти, железной руды и многих других вещей, из которых сделаны предметы, создаваемые нами. Далее, большинство вещей, которые мы сделали на продажу (особенно в индустриальную эру), сделать нелегко, особенно отдельному человеку. Осмотритесь вокруг. Сколько из купленных предметов вокруг вас вы могли бы сделать сами, не имея ничего, кроме сырья?

В век индустриализации люди стали полагаться на большие организации, высокоструктурированные совокупности капитала, рабочей силы, логистических и информационных цепей, производственных технологий и т.д. Изготовление даже чего-нибудь простого, вроде тостера, лежит сейчас далеко за пределами компетенции большинства людей, кроме разве что самой грубой его формы.

***Экономика физического мира, и в особенности физического мира промышленного периода, требовала совместных усилий тысяч людей.***

**Вещи легко считать.**

Примерно во времена первой Библии Гутенберга монах, нанятый Медичи, изобрел двойную бухгалтерию. Эта система распределения по статьям дохода против расходов, активов против дебета придала ясности предприятию, что немало увеличило его эффективность. И хотя Гутенбергу достались все возможные лавры, а этого монаха никто не помнит даже по имени, трудно сказать, какое из этих открытий больше способствовало развитию промышленности.

Когда вопрос стоит так — какое из этих двух изобретений имело большее влияние на формирование всей громады мировой торговли и, следовательно, структуры человеческого сознания — я голосую за монаха.

Двойная бухгалтерия всегда очень полагалась на то, что вещи легко исчислимы, благодаря чему (не вдаваясь в излишние детали) мы могли легко определять их ценность. Когда X тостеров ушло, можно ожидать поступления Y швейцарских франков.

**Конец мира, каким мы его знали.**

Теперь, когда мы стоим на пороге экономики идей, а не предметов, не удивительно, что мы сохраняем многие привычки, сформированные в эпоху физической коммерции, и пытаемся применить их к информационной экономике. «Когда у тебя есть только молоток, все вокруг похоже на гвоздь», — говорит пословица, а у нас в общем-то и не было ничего, кроме молотков, с тех пор как полмиллиона лет назад один из нас подобрал камень и сообразил, что его можно использовать в качестве инструмента.

Но концептуальная структура, разработанная для физической экономики, может быть антипродуктивной для максимальной отдачи от информационной экономики. Позвольте мне описать те принципы информационной экономики, которые я считаю одними из основных, и противопоставить их вышеупомянутым характеристикам коммерческой деятельности вокруг предметов.

**Есть ли жизнь в информации? Есть ли информация жизнь?**

***Информация — это небольшая разница,***

***которая создает большую разницу.***

**Грегори Бейтсон**

Перед тем как я попытаюсь дать определение понятию «информационная экономика», я должен совершить то, что может показаться безумным отступлением, — обратиться к самой Жизни. Я делаю это, потому что считаю, что для понимания сути информационной экономики мы сначала должны понять некоторые основные правила «экономики» Жизни, которая не просто похожа на информационную экономику, а буквально является информационной экономикой. Самыми релевантными из этих характеристик являются следующие.

Жизнь бесконечно растет вопреки энтропии.

Дефицит не имеет никакой ценности для Жизни.

Разница — это энергия.

Цепи положительных взаимных связей, существующих в реальном времени, — обычное явление.

Хаос порождает порядок, но не предсказуемость.

Для многих читателей применимость этих биологических принципов к экономическим понятиям может показаться неочевидной, но они являются фундаментальными для понимания информационной экономики, и в ее рамках следование именно этим принципам создает самые благоприятные условия для процветания предприятия.

**Сущность жизни.**

Возможно, самое потрясающее свойство Жизни — это ее способность противостоять силе энтропии, естественной тенденции физической субстанции и энергетических потенциалов к рандомизации (т.е. случайному распределению, рассредоточению — прим. ред.), а ценности — к растрачиванию, по мере того как вселенная неумолимо направляется к своей «тепловой гибели».

Это может быть справедливо для Целого, если брать период 20 миллиардов лет или около того, но, очевидно, не очень применимо к локальным, кратковременным явлениям жизни. Девиз Жизни — «Больше!» Таким образом, Жизнь создает растущее усложнение, увеличение порядка, расширение себя самой. Она накладывает один филогенетический слой на другой.

Если взглянуть на человеческий геном, то в его основе все еще можно найти генетический код сине-зеленой водоросли, функционирующий так же, как и в докембрийский период. От этого простейшего фрагмента биологического программирования до невообразимо сложного программного обеспечения, необходимого для создания человека, — вот бесконечный континуум строительства Жизни.

И весь этот ассемблер создан благодаря комбинациям всего лишь четырех нуклеотидов, сложных цепей углерода и водорода, которые являются основными белками. Все разнообразие Жизни — это совокупность различий между этими комбинациями, закодированные последовательности, в которых нуклеотиды соединяются в цепи молекул ДНК. В самом деле, можно сказать, что Жизнь — это вид деятельности в информационном пространстве, формируемом элементами этого кода.

Информация, которая поддерживает и расширяет Жизнь, не поддается энтропийному распаду, поскольку информация не подчиняется тем же физическим и химическим законам, что и вещество. Энергия, заложенная в информации, не является энергией горения, которая при сгорании превращается в ничто. Она скорее подобна энергии бридерного реактора, который создает больше топлива, чем потребляет.

Этот же принцип вечного расширения применим к любой экономике, которая основана на сортировке и распределении информации, будь этот сортировочный механизм коралловым рифом или Нью-Йоркской фондовой биржей. Как и Жизнь, информационные обмены — это процессы, которые базируются на отличиях и создают еще больше отличий и, следовательно, возможностей для дальнейшего роста.

В каждом отличии (будь то разница в ценах на свинину в этом месяце и в следующем, соотношение доллара и йены в любую секунду или целая матрица отличий между культурами этносов) имеется информационная энергия, которая может быть превращена в стоимость.

**Блага ума.**

Давайте вернемся к тостеру, который я упоминал раньше. С момента, когда этот тостер покинул фабрику, он начал терять свою стоимость. Такой тостер может существовать в единственном экземпляре, и он не может ни самовоспроизводиться, ни спонтанно самосовершенствоваться в пространстве между производителем и покупателем. С момента своего изготовления он обречен рано или поздно попасть на свалку.

Продукты ума не таковы. Если у меня есть идея, и я вам ее продаю, я продолжаю ею владеть. Более того, тот факт, что мы оба ею владеем, не уменьшает ее стоимости, а скорее увеличивает ее (если это оригинальная и плодотворная идея).

Причина в том, что в дополнение к тому, что вы мне заплатили за сообщение вам этой идеи, мы можем создать добавленную стоимость, создав некий гибрид из наших слегка различных ее интерпретаций, с тем чтобы сформулировать уже третью идею, которая также может иметь этот потенциал различий между ею самой и ее предшественницами. Это описание применимо не только к идеям или изобретениям, но также к точкам зрения, пониманию, оценкам, мастерству и даже умениям.

***Томас Джефферсон высказался об этом более элегантно: «Тот, кто получает от меня идею, получает инструкцию, которая не обесценивает моей; как тот, кто зажигает свечу от моей, получает свет, не затемняя моего».***

Таким образом, человеческое знание строило само себя, расширяясь экспоненциально, как и сама Жизнь, с момента, когда мы впервые развили способность передавать друг другу больше информации, чем записано в биологических инструкциях по выживанию, которые генетически передаются при воспроизведении.

Сейчас, когда кривая коллективного знания людей пошла почти вертикально, знание больше не является средством для достижения экономических целей, оно само по себе становится экономикой. И если пристально приглядеться к тому, как создается львиная доля новой стоимости в мире, то становится ясно, что она возникает не из солнечного света и почвы, а из различий, которые может извлекать человеческий ум.

**Экономика изобилия.**

Процесс создания богатства в северном полушарии уже подошел очень близко к тому, чтобы получать прибыль из ничего. Или, точнее, из «нематерии». Это стоимость без осязаемости. В ироническом смысле предсказание Маркса о том, что «все, что твердо, станет воздухом», сбылось.

Принцип стоимости, возникающей из разницы в информационном потенциале, видимо, верен, так как помогает объяснить смещение фокуса американской экономики — системы, которая в наше время производит относительно мало таких вещей, как одежда, пища и кров, необходимых для поддержания плоти.

Результат — экономика изобилия, а не дефицита. Это хозяйство, которое увеличивает свою стоимость с каждым обменом. Это экономика, в которой делиться имеет больше практического смысла, чем утаивать, в которой преимущество за быстротой ума (и меньше значения придается местоположению и социальному статусу этого ума), в которой вещи становятся артефактами идей, а не наоборот.

Если я прав в предположении, что Жизнь и информационная экономика следуют одним и тем же правилам, то чего другого мы можем ожидать?

**Последствия для информационной экономики**

1. Отношения заменяют вещи.

Для меня бесконечно удивительно то, что людям так трудно «дематериализовать» свои суждения о коммерции, выходя за рамки представлений о торговле материальными предметами, когда такая большая часть коммерции в постиндустриальном хозяйстве уже основана на неосязаемых отношениях.

Предприятия обслуживания, будь то медицинские учреждения, юридические фирмы, посреднические конторы, рок-н-ролль-ные группы или ателье по дизайну веб-страниц, продают отношения между кем-то, имеющим определенную точку зрения, талант, подготовку и образование, и другими, чьи знания, преимущества или удовольствия возрастут от этих отношений.

Что здесь действительно любопытно, так это то, что мы продолжаем исчислять эти отношения, как если бы они состояли из вещей — в основном единицами времени. В большинстве случаев время не имеет существенного значения для фактической обмениваемой стоимости, которая чаще всего создается знанием или мастерством. Но, конечно, исчислить каким-то образом знание очень трудно.

В отличие от вещей, отношения не растут в цене от дефицита. Действительно, так как отношения — это активный поток информации, чем больше поток, тем более ценны отношения, если предположить, что градиент этого потока создается напряжением релевантности.

Верно и то, что мы держимся за модель экономики, которая придает большое значение «собственности» на идеи и их плоды, как если бы они были вещами. Я немало написал о том, что бесполезно пытаться владеть тем, что не проявлено физически, но для наглядности позвольте мне сказать, что пытаться владеть своими идеями — это все равно, что пытаться владеть своими дружескими отношениями.

Можно было бы заявлять права собственности на чью-либо дружбу (и многие люди определенно пытаются это делать, когда дружба имеет любовную подоплеку), однако практическая ценность этого негативна. Отношения, будь то дружба или то, что происходит между провайдером сервиса и клиентом, — это процесс, а не факт. Как только кто-то пытается ею владеть, она сразу же становится менее живой и свободно текущей: «Птичка в клетке не поет».

**2. Контекст важнее контента.**

Я также озадачен широко распространившимся с недавних пор употреблением слова «контент» для обозначения основной единицы коммерции в информационной экономике. Но что такое контент, когда нет контейнера?

Разговор за обедом — это «контент»? Или он становится таковым, только если записывается на диктофон? Речи, которые я произношу в силу своей профессии, являются ли «контентом», даже если не записываются на видео? Являются ли эссе, которые я помещаю в Сети для воспроизведения, «контентом»?

Не думаю. Опять-таки, мы держимся за стандарт прошлых методов передачи мысли. А почему бы нам этого и не делать? С тех пор как мы начали расписывать стены своих пещер, единственным методом передачи невидимого для перехода содержимого одного ума другому, кроме ученичества, было облачение этого невидимого в физическую форму. Мазня на стенах пещер трансформировалась в клинопись на застывшей глине, затем в свитки папируса, затем в печать, затем в компакт-диски — все они были призваны стать твердыми физическими «контейнерами» для неудержимой «мягкости» мысли.

Но нет. Они были переносными транспортными механизмами для сжатых презентаций мысли, позволяющими ей по крайней мере преодолевать пространство в чем-то, похожем на ее естественную среду обитания — пространство человеческого мозга.

А сейчас речь пойдет о транспорте для мысли, очень похожем на саму мысль — электричестве. С момента, когда Морзе впервые отстучал первую фразу, начался процесс, который даже такой древний свидетель, как Натаниел Хоторн, смог осмыслить, когда написал: «Это на самом деле или мне приснилось, что посредством электричества мир материи превратился в великий нерв, вибрирующий на тысячи миль в мгновение, когда мир затаил дыхание? Скорее, земной шар — это громадная голова, мозг, разумный инстинкт!»

Как ни странно, мы не знаем ни что такое мысль, ни что такое электричество, ни даже разум, но мы можем быть уверены, что это не вещи. Также не следует их путать с материальными объектами, с помощью которых мы традиционно распространяем их в пространстве.

Нежданно-негаданно мы оказались способны передавать мысль в пространстве без этих объектов. На самом деле мы, возможно, быстро движемся по направлению к тому моменту, который докажет правоту Хоторна: пугающее и восхитительное состояние, когда наконец каждый синапс на планете будет постоянно на связи с другими, составляя не один гигантский контейнер, а скорее один гигантский контекст — дом всех мыслей. Наш Разум.

До тех пор было бы лучше, если бы мы думали об этом контексте, киберпространстве как о среде, а не как о носителе. И определенно было бы лучше, если бы мы перестали основываться на транзакциях информационной экономики как на тех объектах, которыми предпринимаются жалкие попытки вместить содержание в форму.

**3. Конец бухгалтерии, какой мы ее знали.**

Как упоминалось выше, базовая посылка физического хозяйства состоит в том, что существует предсказуемая и тесная связь между вложениями и результатами. Тостеры уходят (после некоторых легко вычисляемых расходов на их создание) — доллары приходят.

***Информационная экономика ведет себя иначе.*** Прежде всего, стоимость производства очень трудно оценить без того, чтобы сделать множество предположений, которые выглядят куда более конкретно на бумаге, чем это было бы, если бы мы были честны относительно их интуитивно «хаотического» происхождения.

Действительно, большой процент истинно продуктивной творческой деятельности —это пробы и догадки, без четкой гарантии какой-либо видимой компенсации. Информационное хозяйство процветает за счет свободного риска, деятельности без гарантии успеха, но с надеждой на успех, перечисление всех форм которой заняло бы гораздо больше пространства, чем этот документ.

Таким образом, нынешний расчет компаний на предсказуемые результаты, по большей части вызванный пунктами балансовых отчетов, которые являются мерилом ежеквартального преуспевания, может оказаться антипродуктивным и губительным для долгосрочных организационных инноваций.

С другой стороны, молодые корпорации, которые вовлечены в то, что можно было бы назвать «экономикой таланта» — в набор практик, основанных на принципе «что посеешь, то пожнешь» — завладевают огромным процентом нового инвестиционного капитала.

**4. Транзакция становится постоянной.**

В экономике Жизни транзакции все время в движении, даже если они вряд ли покажутся таковыми отдельным субъектам «промысла» в момент, когда они становятся частью рынка. В экономике вещей, особенно в промышленную эру, мы были склонны рассматривать каждую сделку как нечто отдельное от окружающего потока. Я иду в магазин и покупаю тостер. Конец истории.

Информационный обмен не таков. Коммерческие обсуждения продолжаются, потому что чем дольше они продолжаются, тем больше стоимость, инвестированная в них участниками. Если обмен ценен, доверие и понимание со временем растут. Пропускная способность сознания растет. Вокруг таких обменов формируются сети.

**5. Прозрачность приходит на смену секретности.**

При повсеместной распространенности дешевых и подробных данных, для любой организации сохранять силу и средства для достижения своих целей, основываясь на закрытости сведений, которыми она владеет, становится все более и более затруднительно. Не так давно взаимодействие в реальном времени с торговым залом Нью-Йоркской фондовой биржи было ограничено и доступно только таким, как Меррилл Линч. Уже сейчас это верно только отчасти, да и это долго не продлится. Я сильно подозреваю, что всякий, кто хочет что-то знать, скоро будет иметь возможность получить желаемое, чего бы это ни касалось.

Тогда баланс изменится, и преимущество уже будет не на стороне тех, кто конфиденциально знал, а на стороне тех, кто способен быстро и решительно действовать на основании знании, доступных большинству заинтересованных конкурентов.

С этого момента вся природа конкуренции изменится и будет больше походить на принципы существования Жизни, а не на их дарвинистскую карикатуру. Потому что хоть по большей части Природа, бесспорно, кровожадна, это правда только наполовину. По большей части то, что происходит между организмами, — это не сражение, но договор: симбиоз, коллективная деятельность, сотрудничество.

Это уже зачастую происходит на уровне инженерии в «силиконовых» организациях, в которых большинство фактических создателей вовлечено в скрытое сотрудничество такого уровня, который вызвал бы инфаркт у своих юридических отделов.

Инженеры уже знают, что менеджеры старого покроя в их компаниях, похоже, не способны уяснить, что открытые системы почти всегда побеждают. Неудача на рынке некогда подавляюще превосходной технологии Apple Computer имеет одну центральную причину, а именно: отказ Apple открыть информацию, которая была нужна другим участникам рынка для создания продуктов, в которых применялась бы эта информация на глубинном уровне.

Чем более открыта система, будь это компания или технологическая платформа, тем больше вероятность, что эта система будет расти в интерактивном режиме и, следовательно, привлекать внимание.

Что безусловно сохраняет ценность и может стать фундаментальной валютой будущего — так это внимание; возможно, единственное, чем я и Билл Гейтс владеем в равной степени. Его мозговой процессор (как и его бумажник), конечно, превосходит мой, но он работает только на том, что могут пропустить через себя его глаза и уши. Таким образом, завоевать внимание, сохранить его и манипулировать им становится задачей первоочередной важности.

**6. Хаос порождает возможности.**

Всем известна китайская идеограмма, которая означает и «кризис», и «успех». Как прочитать этот символ, полностью зависит от способности читателя переносить неопределенность и отказываться от контроля.

Зигмунд Фрейд как-то явился мне во сне и сказал, что невроз — это не более чем неспособность справляться с неопределенностью (я это не выдумываю). И по этому определению, большинство крупных организаций обескураживающе невротичны. По моему наблюдению, современные корпорации ценят предсказуемость, которую я склонен рассматривать как иллюзию определенности, даже превыше функциональности. Даже иногда превыше прибыли.

Они сплошь и рядом предпочитают «синицу в руке». Если я прав насчет биологической природы информационной экономики, мечта о предсказуемости больше не является роскошью, которую они могут себе позволить, и ее предпочтение уничтожит многие из них.

Жизнь непредсказуема в эпоху таких абсурдно широких возможностей. Непредвиденные последствия суть правило. По мере экспоненциального развития технологии эта «проблема» только усугубляется. Каждый раз, решая одну проблему, мы попутно создаем несколько новых.

Наступает нелегкое время для фанатиков контроля. И это будет отличное время для маленьких, смелых, быстрых и находчивых. Те руководители, которые все еще мнят свои организации большими кораблями, у кормила которых они стоят, вскоре обнаружат, что штурвал больше не связан с двигателем.

В самом деле, им может показаться, что их организации — это скорее коралловые рифы, нежели корабли. А может ли коралловый полип претендовать на управление своим рифом?

**Золотой век иронии**

Около 2 500 лет назад Гераклит высказал идею, что основным управляющим принципом во вселенной было нечто, что он назвал **энантиодромой** — бесконечный процесс превращения вещей в свои противоположности. Его вселенной была постоянная смена — полярности, постоянного и переменного тока, всего присходящего, иными словами — постоянный танец парадокса.

Он был прав и тогда, но в век, когда все головокружительно ускоряется, этот процесс становится очевидным даже для самых убежденных традиционалистов. Действительно, даже в моей краткой истории наблюдения за технологией и ее последствиями я получил немало сюрпризов. Например, когда я оставил скотоводство и начал искать для себя варианты будущего, которые позволили бы мне остаться в своем маленьком городке в Вайоминге, я предположил, что могу использовать Интернет, чтобы мой ум мог путешествовать по миру и зарабатывать деньги, пока мое тело остается в Пайндейле. Вместо этого теперь я нахожу, что мой ум всегда можно найти по адресу barlow@eff.org. в то время как мое тело путешествует по миру. Фактически, из своего опыта я извлек идею, что Интернет сделает с авиатопливом то же, что персональный компьютер сделал с бумагой. И говоря это, я не имею в виду снижение его потребления.

Но вполне отдельно от моего собственного житейского опыта, мне кажется вполне вероятным, что вступление в информационную экономику приведет к кардинальному пересмотру соотношений всех основных сил.

В этом предположении я исхожу из ряда факторов, в первую очередь, из тех, которые относятся к смещению акцентов в экономике с вещей к отношениям между вещами.

***Позвольте мне сделать несколько смелых прогнозов.***

**1. Пантеизм приходит на смену монотеизму.**

Даже если повсеместная доступность информации не дает ничего другого, по крайней мере она развенчивает мистику Власти. Даже до появления Интернета идея богоданной власти уже была в глубоком упадке. Не далее чем в 50-е годы еще существовал великий белый, вертикальный, мужской вектор Власти — Бог вверху, а ты внизу — которому не задавалось много вопросов. Сегодня даже в традиционных организациях власть очевидно более доступна. Она зарабатывается, а не даруется свыше.

И она зарабатывается в основном усилиями горизонтальной сети, объединенной согласием, где Многие все больше заменяют Одного. Бог, или Власть, порождается паритетным обсуждением внутри этой сети, а не навязывается в одностороннем порядке свыше.

**2. Побеждают женщины.**

К счастью, я уверен, что женщины будут великодушны в своей победе, так как я думаю, что они всегда были больше заинтересованы в разделении власти, чем в ее навязывании. Давайте на это надеяться, потому что я бы характеризовал киберпространство как среду, которая естественным образом благоприятствует женщинам ввиду отсутствия многих источников мужской власти. Это место, состоящее полностью из отношений, которые, по моему опыту, женщины понимают лучше, чем мужчины. В киберпространстве нет тяжелой атлетики, нет оснований всерьез относиться к физическим угрозам, нет силы оружия. Вообще в киберпространстве нет силы.

***Я вас спрашиваю: кому это на руку?***

Весьма вероятно, что к этому времени в следующем году в Америке в онлайне будет больше женщин, чем мужчин. Прибавьте к этому факт, что информационные предприятия требуют меньшего стартового капитала (и поэтому менее зависимы от Сети Старых Приятелей, которая все еще контролирует большинство инвестиций), и вы получите деловую среду, которая благоприятствует процветанию женщин.

**3. Поднимается южное полушарие.**

Южная половина Земли не имела успеха на ниве индустрии по причинам, которые в основном связаны с культурными концепциями времени, что сделало ее обитателей неприспособленными для роли взаимозаменяемых деталей в двигателе промышленности, где время было организующим принципом. В результате они избежали воспитания в духе тех стандартов мышления, о которых я много говорил в начале этого эссе, и поэтому более способны воспринимать наступающую Дискретность Жизни, допуская меньшее число заблуждений.

Кроме того, Африка и Латинская Америка продолжали старые добрые обмены информацией по принципу «множество-множеству», которые мы на севере отвергли, когда променяли деревенские сплетни на односторонний сигнал, излучаемый нашими уединенными телевизорами. Или, к слову, когда мы променяли общность деревень на изоляцию пригородов.

**4. Сознание превыше материи.**

Если какой-то сообразительный юнец может увеличить свою стоимость с нуля до 45 миллиардов долларов за 25 лет только силой своего ума, превосходя большинство мощных корпораций своего времени и теперь фактически конкурируя с государством за контроль будущего, то очевидно, что иерархия и экономическая обусловленность прошлого потеряли немало своей некогда грозной незыблемости. Любой магазин Гонконга может занять равное экономическое положение с самыми большими организациями, если верная идея будет должным образом воплощена.

**5. Первые станут последними (если не научатся быть опять первыми).**

Даже если только половина всего этого верна, вряд ли нужен аналитик, чтобы обнаружить тенденцию. Культура инвестиционного рынка, которая сформировала Меррилл Линч и большинство других корпораций США на протяжении их истории, вот-вот резко изменится.

Мир бедных вот-вот вступит в диалог, и ему будет легко. Ему надоело, что на него смотрят, как на проблему, и он готов к тому, чтобы его рассматривали как возможность. И ни хаос, ни неопределенность ему не мешают. Он был воспитан на обоих, и информационная экономика предоставляет ему возможности для освоения богатства, о котором он раньше и не мечтал.

Другими словами. Бесправные могут всплыть на гребне этой волны, и неожиданно они плывут прямо на тебя.

Смогут ли Засевшие-в-Окопах сравняться с ними в проворности и храбрости, или они, держатели великих кладезей возможностей, так и останутся на берегу, попивая привычный джин-тоник и глядя на закат?

Готовы ли Засевшие-в-Окопах к рынкам, которые не только не содержат обтекателей крыла, но порой не содержат и просто ботинок? Поскольку, судя по всему, все организации в конечном итоге становятся похожими больше на свои рынки, чем на своих лидеров, это важный вопрос. Готова ли ваша компания к новым потребителям, которые изменят ее до неузнаваемости?

Я бы сказал, что это полностью открытый вопрос. Корпоративная Америка, возможно, накопила больше интуитивного знания о чисто информационной экономике, чем любая группа, не ведущая в настоящее время международные нигерийские игры на доверии. Вы выжимали соки из информационных отличий так же долго, как и все. Используйте то, что вы знаете. Избавьтесь оттого, что больше не работает.

Но готовы ли вы снова начинать?

Не пугайтесь. Мы все теперь начинающие. Давайте же начнем.

Джон Перри БАРЛОУ

(перевод Елены Вагнер)

\* Впервые перевод на русский язык опубликован в журнале Internet UA №3(42)'2004

Об авторе

Джон Перри Барлоу (John Perry Barlow) родился 3 октября 1947 года в Джексон Хоул в штате Вайоминг, США.

В прошлом хозяин ранчо и автор текстов песен группы Grateful Dead, в 1969 году он с отличием закончил Уэслианский университет в Миддлтауне, штат Коннектикут, и получил степень по сравнительному религиоведению.

В недавнем прошлом Джон Барлоу стал соучредителем и до сих пор является сопредседателем Electronic Frontier Foundation. Он был первым, кто в 1990 году применил термин Уильяма Гибсона «киберпространство» в том значении, которое применимо сейчас. В 1997 году он был стипендиатом Гарвардского института политики, а с мая 1998 года является стипендиатом Центра Беркмана по изучению Интернета и общества при Гарвардской школе права.

Барлоу пишет и читает лекции по проблемам виртуализации общества, а также является признанным комментатором проблем компьютерной безопасности, виртуальной реальности, интеллектуальной собственности в цифровом пространстве, а также социальных и юридических аспектов, возникающих в среде Всемирной сети связанных цифровых устройств. Джон Перри Барлоу немало писал во многие издания, включая Communications (издание ACM), Mondo 2000, New York Times, Time.

Он фигурирует в основных материалах журнала Wired с момента его основания. Его работа о будущем авторского права «Экономика идей» изучается во многих юридических школах, а его «Декларация независимости в киберпространстве» размещена на тысячах веб-сайтов.

Он активно сотрудничает с несколькими консалтинговыми группами, в том числе Diamond Technology Partners, Vanguard и Global Business Network.

В июне 1999 журнал FutureBanker Magazine назвал его «Одним из 25-ти самых влиятельных людей в финансовом сервисе». Он пишет, выступает и консультирует по широкому спектру вопросов, особенно цифровой экономики.

Живет в Пайндейле, Вайоминг, Нью-Йоркском Чайна-тауне, Сан-Франциско и в Киберпространстве. У него три дочери, и он стремится быть хорошим отцом.