

БАЗОВЫЕ ТРАНСФОРМАЦИИ ИНФОРМАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ

Вопреки распространенному мнению, информационная экономика не тождественна экономике услуг, она является экономикой информации, именно информация проникает в сектора сельского хозяйства, промышленности и услуг, повышая информационность традиционных видов экономической активности, сопровождая и обслуживая большой объем традиционных ресурсов.

Рассмотрим ключевые трансформации характерные для информационной экономики (по сравнению с предыдущими стадиями экономического развития):

- 1 Ценность товаров аграрной и индустриальной экономики определялась редкостью, а излишнее производство товаров/услуг приводило к снижению их ценности. Так, ковры потеряли значительную часть ценностной значимости, когда их стали массово изготавливать на станках. В информационной экономике ценность определяется избыточностью предложения товаров и максимальным объемом их распространения – чем больше товаров продается в информационной сети, тем более ценным становится каждый из них. Пример, мобильная связь – чем больше субъектов (людей и организаций, которым можно позвонить) подключено к сети, тем больше ценность каждого телефона абонента. Возникает положительная обратная связь, когда все владельцы существующих телефонов заинтересованы в расширении сети и получают дополнительный эффект (в том числе экономический, например, – снижение себестоимости звонка) от такого расширения.
- 2 В информационной экономике действует закон инверсионной себестоимости. Если в индустриальной экономике любое, даже незначительное усовершенствование товара приводило к росту его цены, то в информационной среде существует тенденция снижения цен на качественные товары и услуги по прошествии определенного периода времени. Получение существенно более качественного товара за меньшие деньги становится реальным, если немного повременить с его покупкой. Пример, компьютеры – раз в полгода выходят новые более качественные комплектующие, а морально устаревшие резко (в 1,5–2 раза) снижаются в цене. Важно отметить, что трансформация стоимости в информационной экономике, пока что происходит только на рынках информационных товаров/услуг, телекоммуникаций и электроники.

Таким образом, инверсионная себестоимость приводит к падению стоимости товаров и услуг в сочетании с ростом их качества, в связи с чем фирмы в информационной экономике вынуждены постоянно повышать качество продукции, расширять ассортимент и объем предлагаемых услуг, что приводит к ускорению всех экономических процессов (концентрации ресурсов, организации производства, сбыта, получения прибыли, несения убытков и др.). В результате, по некоторым подсчетам, срок существования бизнеса в информационной экономике в 3 раза меньше соответствующего срока в традиционной [1, с. 240].

- 3 Как следствие предыдущих двух пунктов самые ценные товары и услуги в информационной экономике должны предоставляться потребителям бесплатно. В традиционной экономике бесплатное предоставление продукции в больших масштабах привело бы к банкротству

фирмы. В информационной экономике действует принцип «начала стать вездесущими». Компания Netscape бесплатно распространила 40 млн. копий своего программного продукта. Корпорация SUN бесплатно предоставила язык программирования Java. Продавая в последующем модернизированные и обновленные варианты информационного продукта и сервисное обслуживание к нему, фирмы могут постоянно и хорошо зарабатывать. В современной экономике сверхприбыльность компании Microsoft отчасти связана с сознательным отказом от борьбы с распространением пиратских копий Windows в целях максимальной популяризации продукции.

- 4 В отличие от индустриальной экономики в информационной среде традиционные экономические барьеры (недостаток капитала, неполнота информации и др.) постепенно нивелируются. Вследствие этого в информационной экономике происходит выравнивание цен, что ведет к ликвидации посреднических структур. Так, в последнее время появилось большое количество систем business-to-business (например, электронные биржи) и систем business-to-customer (субъекты электронной торговли). Они позволяют наладить прямые отношения между производителями и потребителями (в индустриальной экономике эти отношения осуществляются опосредованно – с помощью рынка или директивных методов).
- 5 Стандарты в новой экономике приобретают роль основного фактора конкурентоспособности. Необходимо отметить, что стандарты играли очень важную роль во всех экономических формациях. Так, в индустриальной экономике на начальном этапе развития железнодорожные компании строили пути с различной шириной колеи, поэтому товары, перевозимые через США, приходилось перегружать из одного вагона в другой, что сильно сказывалось на стоимости их транспортировки. В 1880 г. все транспортные компании приняли единый стандарт ширины железной дороги, который позволил свободно перевозить товары по всей стране. Внедрение тонального режима телефонной связи оказали такое же влияние на доступность междугородней и международной телефонной связи. Классическим примером является американский стандарт расположения клавиш пишущей машинки (QWERTY). По мнению Э. Филипа и Т. Вустера стандарты – как снежный ком: чем больше людей их используют, тем выше их ценность и, соответственно, тем больше людей имеют мотивацию для их использования [2, с. 32].

То же самое году повторяется с конкуренцией стандартов компакт дисков нового поколения – HDTV и Blu-Ray. Одна из причин высокой значимости стандартов – установление информационных связей между потребителями. Так, каждый потребитель нового компакт диска (HDTV или Blu-Ray) заинтересован, в том, чтобы информация, записанная на диск, могла быть использована другими пользователями. Таким образом, все пользователи одновременно заинтересованы в единых стандартах. Как показывают примеры, стандарты подчиняются закону возрастающей доходности и эффекту сети – чем более они распространены, тем сильнее конкурентное преимущество, создаваемое их использованием. Сегодня важно уже не столько техническое превосходство или низкий уровень издержек, а повсеместное распространение стандарта своей продукции, что позволяет доминировать в отрасли и получить особые монопольные права.

Список используемой литературы

- 1 Бугорский, В.Н. Сетевая экономика: учеб. пособие / В.Н. Бугорский. – М., 2007. – 256 с.

2 Филип Э., Вустер Т. Вдребезги: Новая информационная экономика и трансформация бизнес стратегий / Филип Э., Вустер Т. – М., 2005. – 208 с.

РЕПОЗИТОРИЙ ГГУ ИМЕНИ Ф. СКОРИНЫ