

**УДК 330.3**

**Апатова Н.В.**

## **ИНФОРМАЦИОННАЯ ПАРАДИГМА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ**

Развитие компьютерной техники, информационных технологий и всемирной компьютерной сети Интернет, а также экспоненциально возрастающие объемы печатной, видео- и аудиоинформации привели не только к возникновению новых видов деятельности человека, но и качественно изменили условия его существования. **Проблема** заключается в том, что глобальность происходящих социально-экономических процессов требует новых методологических подходов к их исследованию, вплоть до появления новой парадигмы, позволяющей осуществить комплексные системные исследования и сделать верный, научно обоснованный прогноз дальнейшего развития экономической системы. Основой новой методологии, на наш взгляд, может стать информационная парадигма.

**Цель** данной работы – обоснование правомерности доминирования информационной парадигмы в экономической теории.

Парадигма, по мнению А.А.Чухно, должна содержать: систему социальных ценностей; категории и законы функционирования экономической системы общества, включая характер и структуру производства, распределения, присвоения и потребления материальных благ и услуг; общественные и экономические институты; хозяйственный механизм управления экономическими процессами [1].

Информационная парадигма выводит на первое место среди социальных ценностей образованность, владение багажом знаний, реализует на практике известное высказывание Ф. Бэкона: «Кто владеет информацией – владеет миром». Появление информационной парадигмы в экономической теории обусловили новые виды человеческой деятельности, связанные с производством интеллектуальных услуг, а также структурные сдвиги в экономике.

В парадигме как в доминирующей на определенном историческом этапе системе научных взглядов существует главная категория, присутствующая в различных своих проявлениях в действующих компонентах системы. Такой категорией в настоящий момент является **информация**.

Информатизация экономики означает как техническое перевооружение на основе компьютерной техники и информационных технологий, так и превращение информации в экономический ресурс первостепенного значения.

Информация как экономический **ресурс** выступает в следующих видах: конъюнктурной информации, характеризующей состояние рынка (уровень и изменение цен на товары и услуги, курсы ценных бумаг, банковские ставки, биржевые котировки); коммерческой информации, представляющей совокупность сведений о спросе и предложении, качестве товаров и услуг, их конкурентоспособности, агентах рынка, а также об импорте и экспорте и взаимовлиянии внешнего и внутреннего рынков; финансовой информации о платежеспособности и кредитоспособности партнеров и конкурентов; научно-

## ИНФОРМАЦИОННАЯ ПАРАДИГМА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ

технической информации, способствующей инновациям; статистической информации; массовой информации, способной повлиять на предпочтения потребителей и ситуацию на рынках (газеты, журналы, радио, телевидение, кино, видео, Интернет).

Информация как *товар* также характеризуется новыми качествами: ее производство является сетевым, каждый участник информационной цепочки добавляет новые сведения, в результате чего формируется полная, непротиворечивая и достоверная информация; при продаже информации ее продавец не лишается данного товара, при наличии спроса он может продать его многократно; воспроизводство информации связано с минимальными затратами на ее копирование или пересылку; многообразие форм представления делает информацию доступной для использования различными слоями населения; по сравнению с промышленными товарами, информация не теряет своей новизны для конкретных потребителей, здесь не может быть «уменьшения предельной полезности», как у других товаров; цена информации может быть сравнима с ценами на произведения искусства, в отдельных случаях она значительно превышает затраты на ее производство; информация может быть и продуктом потребления и ресурсом для получения других продуктов, в том числе, формирующих экономический рост.

Информация как *категория* лежит в основе определения другой, не менее важной категории – знания. Знание означает осознанную информацию; фундаментальное, проверенное практикой и временем знание формирует научные мировоззренческие основы, является двигателем научно-технического прогресса, материализуется в виде производственных инноваций.

Используя современную методологию экономических исследований, С. Мочерный определяет экономическую систему как динамическое взаимодействие следующих пяти подсистем: 1) производительных сил; 2) технико-экономических отношений; 3) организационно-экономических отношений; 4) производственных отношений; 5) базисных элементов хозяйственного механизма [2, с.35].

Применяя информационную парадигму к социально-экономической системе современного общества, можно назвать эту экономику, как и общество, информационной. *Информационная экономика* обладает следующими новыми качествами: 1) глобальным характером; 2) ориентацией на знания; 3) быстрым ростом НТП, инновационной природой; 4) изменением общественного и индивидуального потребления, а также отношений «производитель-потребитель»; 5) творческим, интеллектуальным характером труда.

Рассматривая информационную экономику как экономическую систему общества, можно также выделить основные характеристики пяти указанных С. Мочерным подсистем.

Во-первых, информационная экономика своим становлением обязана появлению новых производительных сил, кардинально изменивших материально-техническую базу производства, привнесших в нее автоматизацию, информационный ресурс и компьютерную технику с мировой системой Интернет. Последний фактор способствовал возникновению всеобщих производительных сил,

создаваемых и используемых только коллективно. На первое место среди категорий, характеризующих производительные силы, выходят знания, которые имеют идеальное и материальное воплощение в образовании, технологиях, производственной квалификации специалистов, а также в новой технике, организационных системах, продуктах и услугах. Поскольку важнейшим ресурсом становится интеллектуальный капитал, средства производства как бы переходят в головы новаторов, тех, кто создает новые ценности. Если в индустриальной экономике приоритет был у технических средств производства и при этом возникла проблема отчуждения человека от результатов его труда, то в информационной экономике высокоинтеллектуальный умственный труд вернул человека на главенствующие позиции по отношению к средствам труда и снял, соответственно, проблему отчуждения. Это произошло потому, что знания, вложенные в продукт труда производителем, остаются с ним и могут быть использованы многократно.

Во-вторых, информационная экономика характеризуется внедрением информационных технологий в производство, торговлю и услуги, а также развитием компьютерной сети Интернет, являющейся базой для создания сетевых предприятий и сетевого интеллекта. Информационные и сетевые технологии определяют технологический способ производства, который также формируется технико-экономическими отношениями совместно с производительными силами.

В-третьих, в информационной экономике изменяется характер труда и связанные с этим новые формы организационно-экономических отношений. С возникновением компьютеров появился новый вид деятельности – информационный, а с ростом объемов используемых в производстве знаний и потребностей в новых знаниях, при этом в качестве экономической деятельности стали рассматривать и интеллектуальную деятельность. Изменению характера труда также способствуют децентрализация и деурбанизация производства. В информационной экономике появились новые формы труда, их общей характерной чертой стал дистанционный труд (телеработа). Телеработа снижает производственные затраты, улучшает состояние окружающей среды; способствует становлению сетевой экономики, являющейся одной из форм информационной экономики; способствует увеличению занятости и частичной занятости, а также усилению позиций индивидуальных предпринимателей, очень маленьких фирм и микропредприятий.

В-четвертых, в системе производственных отношений массовый интеллектуальный труд потребовал приоритета личности работника, поскольку такой работник свободно владеет необходимой информацией и знаниями, независим от собственности на средства производства и обладает высокой мобильностью. В связи с этим сам труд перестает быть экономическим принуждением, а общественная организация производства подвергается значительным изменениям.

В-пятых, в информационной экономике происходят структурные изменения на макро- и микроуровнях системы хозяйствования, а также глобализация бизнеса.

## **ИНФОРМАЦИОННАЯ ПАРАДИГМА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ**

Изменение на микроуровне – это появление предприятия нового типа, которое функционирует в компьютерной сети Интернет, использует отдельно функционирующих и территориально разобщенных работников, а также почти не имеет материальных активов. Для информационной экономики характерно также появление виртуальных корпораций. Чтобы победить в конкурентной борьбе, необходимо вступать во множество постоянно меняющихся союзов. Устраняются посредники, торговцы напрямую взаимодействуют с изготовителями, упраздняются склады, при этом стоимостные цепочки производственных операций превращаются в стоимостные сети. На макроуровне появляется новая отрасль экономики – информационная индустрия, возникающая в результате слияния отраслей вычислительной техники (производство компьютеров, программ, оказание услуг по их обслуживанию), связи (Интернет, телефон, кабельное телевидение, спутниковая связь, радио) и информационного наполнения (библиотечное, архивное и издательское дело, информационные услуги, индустрия развлечений).

Информационная экономика является по своей сути рыночной, она характеризуется, как и другие рыночные системы, суверенитетом потребителя, наличием «свободного» предприятия, рынком свободного типа, конкуренцией, реализацией принципа «невидимой руки» и государственным невмешательством.

Для концепции суверенитета потребителя становится главной его информированность о товаре, эта проблема рассматривается в широком распространенной, особенно среди европейских экономистов, *теории асимметричной информации*, охватывающей также проблемы информированности фирм и поведения их на рынке.

С точки зрения информированности можно выделить два типа потребителей: сильные потребители, обладающие симметричной информацией, и потребители, адаптирующиеся к рынку в условиях асимметричной информации.

В теории экономики чистого обмена потребитель и его поведение рассматриваются в условиях «симметричной информации». При этом потребитель определяется четырьмя характеристиками:

- 1) его индивидуальное потребительское множество является подмножеством товарного пространства;
- 2) его предпочтения определяются его собственным вкусом и выбором;
- 3) он изначально обеспечен, и данный фактор вместе с ценами регулирует его благосостояние;
- 4) рациональные предположения потребителя, которые обычно заключаются в максимизации полезности, подчинены ограничениям его благосостояния.

Информация является **симметричной**, когда степень неуверенности при принятии решения одинакова для всех агентов. Как объективная, так и субъективная информации имеют примерно одинаковые вероятности, что можно сравнить с симметрией. Объективная информация является симметричной для всех агентов рынка, тогда как субъективная порождает асимметрию.

Потребители, адаптирующиеся к рынку, обладают различной с продавцами информацией. Начиная с 70-х годов занимающиеся проблемами рынка экономисты анализируют различные случаи, связанные с асимметричной информацией. В

случае асимметричной информации один из партнеров находится в более выгодных условиях.

Концепция **асимметричной** информации отразилась в следующих положениях:

1) если существует асимметрия, то фирма должна рассматриваться не только как просто продавец товаров и сервиса, а потребитель – не только как покупатель товаров и труда, т.е. вводится дополнительный фактор взаимодействия агентов рынка – степень информированности;

2) в случае симметричной информации поведение потребителя определяется достаточно простым набором аксиом, в случае же асимметричной информации, в связи с ее многообразием, регламентировать и прогнозировать поведение потребителя практически невозможно, т.к. он пытается защитить свои интересы и предупредить риски, в связи с чем действует очень осторожно и предусмотрительно;

в случае симметричной информации и уверенного поведения потребителя вектор отношений «потребитель-рынок» направлен от индивидуума к рынку, в случае асимметричной информации оптимальное поведение агентов обусловлено природой неуверенности и вектор их отношений направлен от рынка к потребителю;

4) когда потребитель менее информирован при совершении операции обмена (или когда он более информирован), когда количества и/или цены недостаточно известны, то нельзя говорить о сильном потребителе: потребитель вынужден адаптироваться к появившейся собственной неуверенности и к предполагаемой реакции других агентов.

Поскольку все случаи асимметричной информации учесть и описать практически невозможно, то ее объединяют в четыре группы: рациональные ожидания равновесия, моральные риски, пассивный отбор и поиск. К первой группе относятся те варианты поведения людей, которые соответствуют прогнозным моделям. Роль моделей в данном случае двойка: с одной стороны, они предназначены для прогнозирования поведения, а с другой - заранее определяют это поведение, регламентируя его рамки. Сторонники данного подхода считают, что при максимальном использовании всей доступной информации как правительством страны, так и индивидуумами рациональные ожидания будут наиболее вероятными. Однако критики первой концепции считают, что, во-первых, получение всей имеющейся информации будет слишком дорого стоить и, во-вторых, затраченные усилия могут не оправдаться из-за временного фактора (информация потеряет актуальность в момент ее получения). Моральные риски могут возникать при получении платежей на определенных условиях, последние могут быть изменены преднамеренно или нет. Пассивный отбор заключается в том, что при предоставлении большой группе людей одинаковых договоров выгода, извлекаемая из них, будет для различных индивидуумов различной. Модели поиска применяются в тех случаях, когда анализируется информация о рыночных ценах и на первый план выходят критерии качества. Как правило, информация о качестве уже заложена в цене: подразумевается, что, чем выше цена, тем лучше качество.

## **ИНФОРМАЦИОННАЯ ПАРАДИГМА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ**

Информационная парадигма экономической теории позволяет исследовать изменение содержания или значения ряда основополагающих категорий, а также изменение прогнозного смысла и важности основных факторов – индикаторов экономики. В информационной экономике изменяется смысл следующих экономических категорий: стоимости, полезности, капитала, производства, производственных отношений и собственности.

Так, О. Чубукова констатирует, что основной формой накопления в информационной экономике становится накопление не материальных элементов производства, а знаний и разнообразной информации [3]. Накопительный процесс не является более объединяющей идеей, вокруг которой строится экономика, центр тяжести переносится на коммуникации. Смещение объединяющей экономической идеи от накопления к коммуникациям связано, прежде всего, со скоростью оборота капитала и с ускорением научно-технического прогресса. В быстро меняющемся мире деньги должны приносить деньги - их вкладывают в новые технологии, распределяя инвестиции по различным направлениям.

В заключение можно сделать следующие **выводы**:

- 1) информационная парадигма выводит на первое место новую категорию – информацию, выступающую как экономический ресурс;
- 2) изменения во всех подсистемах экономической системы позволяет говорить о становлении информационной экономики, на практике подтверждающей действие новой, информационной парадигмы экономической теории;
- 3) информационная парадигма отражает изменения всех принципов функционирования рынка, особенно поведение потребителей на рынке товаров и услуг, выводя на первое место информированность потребителя.

Применение информационной парадигмы позволяет открыть неизвестные аспекты фундаментальных экономических категорий, сформулировать законы развития экономической системы общества в новых условиях, выработать практические рекомендации по управлению предприятиями и государством в целом.

### **Список литературы**

1. Чухно А.А. Постіндустріальна економіка: теорія, практика та їх значення для України. – К.: Логос, 2003. – 631 с.
2. Мочерний С.В. Методологія економічного дослідження. – Львів: Світ, 2001. – 416 с.
3. Чубукова О.Ю. Інформаційна економіка. // Актуальні проблеми економіки. – 2001. № 11-12. – С.14-16.

*Поступило в редакцию 04.12.2006 г.*