

УДК 330.1:681.3

Л.Н. САФИУЛЛИН,
доктор экономических наук, доцент,
Д.В. УЛЕСОВ,
соискатель

Институт экономики, управления и права (г. Казань)

ОСОБЕННОСТИ ИНФОРМАЦИИ КАК ФАКТОРА ПРОИЗВОДСТВА

В статье рассматриваются взаимоотношения между субъектами хозяйствования в условиях информационной экономики.

К концу двадцатого столетия достаточно ясно определились некоторые черты, которые стали доминирующими признаками экономики XXI века. Современные достижения в развитии глобальных информационных и коммуникационных технологий привели к формированию глобальной электронной среды для экономической деятельности, что, в свою очередь, открыло новые возможности для организационного и институционального дизайна в бизнесе и других сферах социально-экономической деятельности человека.

В рамках данной статьи предполагается рассмотреть вопросы, связанные с функционированием информации в экономике, сущностью информационного блага, действием экономических законов по отношению к информационным продуктам, формами существования информации и знаний и их участия в экономических процессах и отношениях; подходами к определению ценности и цены информации в формирующихся условиях хозяйствования, обусловленных переходом многих стран к качественно новому этапу развития – информационной экономике – и соответствующей трансформации взаимоотношений в рыночной экономике.

Известно, что для существования человеку необходим доступ к благам, то есть к таким предметам, явлениям, продуктам труда, которые удовлетворяют его потребности и обеспечива-

ют достижение определенных целей и устремлений. Одним из фундаментальных экономических законов является закон возрастающих потребностей. По мере социально-экономического развития потребности людей возрастают и характеризуются все большим разнообразием. В настоящее время все более насущной является потребность в информации, возникающая как у отдельных индивидов, так и у организаций. Различные формы воплощения информации и знаний выступают в качестве благ, удовлетворяющих информационные потребности человека и организаций.

Можно предположить, что информация является благом экономическим и участвует в экономических отношениях как ресурс и как специфическое экономическое благо – товар, то есть продукт, произведенный для обмена. В связи с этим важным представляется определить, каким – частным или общественным – благом является информация. Исходя из множественности форм проявления информации, возможностей ее включения в экономическую деятельность, различная по содержанию и формам фиксации информация может быть отнесена и к общественным, и к частным благам.

По своей природе информация является общественным благом. Однако в определенный момент времени информация может быть и частным благом. Примером тому может послу-

жить какая-либо внутренняя информация фирмы, касающаяся исключительно потенциала развития предприятия в данный момент времени. Вместе с тем, неуничтожимость в процессе использования, возможность наличия информации у множества людей одновременно благодаря тому, что в процессе передачи информации она приобретает получателем, но не исчезает у отправителя, а также сложность деления информационного блага на отдельные части позволяют определить информацию как общественное благо.

Между тем, далеко не вся информация и знания сохраняют свою ценность для обладателей при ее распространении. Поэтому, правильным, как считают авторы, является вывод о том, что информация в различных своих формах и в разное время выступает в экономических отношениях и как общественное, и как частное благо. Поэтому с течением времени информация и знания переходят из разряда частных благ в общественные и формируют общественный фонд информации и знаний.

Информационные блага, как общественные, так и частные, независимо от формы их существования, удовлетворяют определенным потребностям субъектов рынка и обеспечивают достижение ими тех или иных целей, что обуславливает наличие у информационных товаров потребительной стоимости. В свою очередь, экономическая ценность информационных благ создается и в процессе труда, для чего требуются определенные затраты. Принципиально важной особенностью информационного продукта является механизм формирования цены на него. Если для материальных товаров и многих услуг существует возможность определения цены товара с позиции затрат на его производство, то для информационных продуктов определяющим, как правило, является их полезность, а точнее, тот эффект, которого можно достигнуть при дальнейшем использовании информационных товаров. Полезность знаний для покупателя зависит от полезности решений, получаемых при помощи знания.

В экономической деятельности информация как средство снижения неопределенности и

риска представляет большую или меньшую ценность для потребителя, исходя из уровня и полезности принимаемого решения, а также от степени снижения неопределенности. Знания как продукт для дальнейшей коммерциализации, например, овеществления в средствах труда, товарах, технологиях, имеют ценность, обусловленную размерами вероятных будущих прибылей от коммерциализации.

Таким образом, можно сказать, что информация, независимо от форм ее существования и использования в экономической деятельности, коренным образом отличается от таких ресурсов, как капитал, природные ресурсы, труд, что оказывает существенное влияние на специфику обращения информации в экономической системе. Поэтому особый интерес представляет изучение сущности и характеристик информации и знаний, а также анализ процесса производства информации и ее обращения в качестве ресурса и товара.

Очевидно, что в условиях информационной экономики на первый план выдвигаются скорость и качество обработки новых информационных сигналов, появляющихся знаний. Стремительность получения экономической действительности влияет на неопределенность и устойчивость компаний, рынков, национальных экономик.

Это позволяет сделать вывод о том, что информация выступает в качестве экономического ресурса не только в определенных формах и при наличии определенного содержания, но и в конкретное время. Материальные ресурсы в процессе производства переносят свою стоимость на товары и услуги, в результате чего после окончания производственного цикла перестают существовать. Информация не исчезает, но перестает иметь экономическую ценность из-за потери актуальности или невозможности ее применения. Можно говорить о том, что информация обладает свойством ограниченности в определенное время, поэтому от скорости ее получения и использования зависят выгоды, получаемые от ее применения в хозяйственной деятельности.

С явлением информации мы сталкиваемся ежедневно, но строгого и общепризнанного ее определения до сих пор не существует. Обычно используют понятие об информации. При этом типична ситуация, когда понятие, введенное в рамках одной научной дисциплины, может опровергаться конкретными примерами и фактами, полученными в рамках другой науки. Например, представление об информации как о совокупности данных (зарегистрированных сигналов), повышающих уровень знаний об объективной реальности окружающего мира, характерное для естественных наук, может быть опровергнуто в рамках социальных наук. Нередки также случаи, когда исходные компоненты, составляющие понятие информации, подменяют свойствами информационных объектов, например, когда понятие информации вводят как совокупность данных, которые могут быть усвоены и преобразованы в знания.

Определить, что же такое информация, не столь просто, хотя бы потому, что она, в отличие от данных (зарегистрированных сигналов), не является объектом материальной природы и образуется в результате взаимодействия данных с методами. В результате работы таких процессов, как логическое мышление, воображение и прогнозирование может образовываться или обрабатываться информация об "идеальных" объектах, не имеющих адекватного отражения в материальном мире. Данные и методы воспроизведения информации в течение информационного процесса составляют диалектическое единство.

Таким образом, своеобразие информации, ее отличия от традиционных факторов производства обуславливают существование ряда проблем, связанных с ее обращением в экономике. Необходим некоторый период времени для адаптации социально-экономических систем к изменению роли и значения информации, ее воздействию на экономические процессы. В связи с этим необходимо рассмотреть основные проблемы, связанные с использованием информации как экономического ресурса в коммерческой деятельности, а также специфику ее обращения в качестве товара.

Неоднородность информации и многообразие ее видов и форм существования порождают большое количество проблем, связанных с ее использованием в экономике и влиянием на экономические процессы и отношения, что является ее особенностью как фактора производства. В этой части рассмотрим проблему неравномерного распределения информации в экономике, развитии отношений собственности на информацию, о технических и технологических проблемах обращения информации и некоторых других.

Неравномерность распределения информации обуславливает неполную информированность экономических агентов относительно рыночной ситуации и тенденций ее развития, что существенно влияет на функционирование современных рынков. Поэтому необходимо подробно остановиться на исследовании проблем информационной асимметрии в различных ее проявлениях, а также исследовать необходимость и возможности государственного регулирования отношений в области информации и обеспечения ее доступности.

Под информационной асимметрией понимается такая ситуация на рынке, при которой субъекты экономических отношений информированы по-разному. Неравномерность распределения информации в экономике – это вполне закономерное явление, в той или иной степени присущее всем отраслевым рынкам. Однако в последнее время, с повышением значимости информации для эффективной экономической деятельности, информационная асимметрия стала одной из ключевых концепций, объясняющих механизм функционирования рынков.

Информационная асимметрия существует в экономике в различных аспектах. Так, наиболее часто изучаются неравномерность распределения информации между продавцами и покупателями, а также между участниками одной экономической организации. В первом случае, речь идет об информационной асимметрии, которая широко изучается в рамках неоклассического направления в экономической теории. Во втором случае имеется в виду проблема неодинаковой доступности информации для инсайде-

ров и аутсайдеров, которая (проблема) особенно актуальна в разрезе отношений коллективной (акционерной) собственности, а также при исследовании ситуации на финансовых рынках. Помимо этого, информация распределяется неравномерно в среде относительно однородных групп экономических агентов, например, среди покупателей или продавцов одинаковой с точки зрения погрешностей, которые она удовлетворяет, продукции. Причины этого весьма различны, одной из них может быть необходимость осуществления определенных усилий по получению той или иной информации, в частности, информации о ценах, характеристиках товара.

Прежде всего, обратимся к исследованию неравномерности распределения информации между продавцами и покупателями того или иного товара, услуги. Именно этой проблеме были посвящены работы одного из нобелевских лауреатов 2001 года Дж. Акерлофа. Он обратил свое внимание на анализ рынка подержанных автомобилей. В результате проведенного исследования американский экономист пришел к выводу, что цена на подержанный автомобиль формируется исходя из предположения, что его продавец знает о недостатках автомобиля значительно больше покупателя. Потенциальный покупатель стремится снизить свои риски, он предполагает, что недавно купленный автомобиль содержит существенные недостатки, раз его продают спустя недолгое время после приобретения. Поэтому в цене автомобиля в данном случае преобладает не информация о качестве, а информации о предположении покупателя о его недостатках.

По мнению Дж. Акерлофа, информационная асимметрия обуславливает появление различных институтов, способных снижать негативные последствия неравномерного распределения информации. Например, система франчайзинга способна снижать риски покупателей, поскольку в условиях нехватки информации репутация, брэнд и т.п. способны снижать отрицательные последствия информационной асимметрии. Другим решением этой проблемы может являться развитие системы гарантии.

Анализ обращения информации в экономике, ее распределения между участниками рынка проводился в работах американского экономиста Дж. Стиглица. Проблема информационной асимметрии рассматривалась Дж. Стиглицем с точки зрения поведения менее информированных участников на рынке страховых услуг. Дж. Стиглиц показал, что наличие значительно более полной информации у покупателей страховки и отсутствие ее у страховых компаний может привести даже к краху этого сегмента рынка. При отсутствии информации и существовании определенных сложностей в ее получении страховые компании стремятся снизить свои риски различными путями вплоть до создания таких условий страхования, при которых оно становится невыгодным. Иным направлением поведения страховых компаний, как менее информированных субъектов является создание таких стимулов, которые привели бы к раскрытию информации покупателями.

Таким образом, информацию можно называть субъективным ресурсом, то есть ресурсом, эффективность, а также вообще возможности и формы использования которого в экономике в очень большой степени зависят от индивидуальных характеристик экономических агентов. Это проявляется на различных уровнях и при различных аспектах рассмотрения. В том или ином виде, каждый человек занимается анализом и интерпретацией поступающей информации, а также созданием информационных продуктов; по-своему усваивает, перерабатывает информацию, создавая уникальный информационный продукт, равно как потребители информационных продуктов, образов различаются по многим личностным, социальным характеристикам. Одинаковая информация, поступающая к разным субъектам или в разной последовательности, может привести к различным результатам.

Деятельность по производству, распространению информации становится все более востребованной, не только в условиях информационной экономики, но и в экономике развивающихся стран мира. Между тем, следует отметить, что любая трудовая деятельность имеет своим

результатом производство информации, равно как и для ее осуществления требуются информация и знания того или иного рода. Производство информации, являющееся результатом любой трудовой деятельности, существует на всех стадиях социально-экономического развития общества. Между тем, процесс создания информации и знаний можно рассматривать в более узком смысле, а именно, как целенаправленную деятельность по сбору, интерпретации, созданию новой информации (знания) с целью ее последующего распространения, в том числе материализации. Именно эта деятельность имеет своим конечным результатом создание информационных продуктов, интеллектуальных благ. Происходит выделение отраслей экономи-

ки, занятых производством, обработкой, распространением информации в число самостоятельных сегментов экономики, не только обеспечивающих материальное производство, но и определяющих конкурентоспособность экономики и перспективы ее развития.

Список литературы

1. История экономических учений: учеб. пособие; под ред. В. Автономова, О. Ананьина, Н. Макашевой. – М.: ИНФРА-М, 2002.
2. Нижегородцев Р.М. Информационные основы экономического роста. – М.: МГУ, 2002. – 163 с.
3. Стиглер Дж. Экономическая теория информации / Теория фирмы; под ред. В.М. Гальперина. – СПб.: Экономическая школа, 1995.

В редакцию материал поступил 15.02.08.