

УДК 330.47

З.И. Лобанова,

канд. экон. наук,

доцент кафедры экономической теории

Хабаровской государственной академии экономики и права

ПРОБЛЕМЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ РЫНКА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ИНФОРМАЦИИ

Принципиальным отличием информационного рынка от всех других является неосвязаемость объекта рыночных отношений: на этом рынке распределяется и перераспределяется интеллектуальное богатство мира – научная, техническая, коммерческая и иная информация, в то время как другие рынки распределяют физические блага.

Ключевые слова: мировая экономика, наукоемкие производства, информационные технологии, информационный рынок.

The fundamental difference of information market from all the others is the intangibility of an object of market relations. This market is the place where the intellectual wealth of the world – scientific, technical, commercial and other information is distributed and redistributed while other markets distribute physical goods.

Keywords: global economy, high-tech industry, information technology, information market.

Можно с полной уверенностью утверждать, что в середине XXI в. лидерами мировой экономики и международной торговли станут те страны, которые будут обладать высокой технологией и наукоёмкими производствами.

В условиях рыночной экономики коренным образом меняется подход к управлению – от функционального к бизнес-несоориентированному, кардинально меняется и роль информационных технологий. Ориентация на управление на основе бизнес-процессов обеспечивает конкурентное преимущество для организации в условиях острейшей конкуренции, а управление на основе бизнес-процессов не может эффективно реализовываться без эффективно функционирующего рынка экономической информации.

Принципиальным отличием информационного рынка от всех других является

неосвязаемость объекта рыночных отношений: на этом рынке распределяется и перераспределяется интеллектуальное богатство мира – научная, техническая, коммерческая и иная информация, в то время как другие рынки распределяют физические блага. Интеллектуальные блага гораздо труднее поддаются денежной оценке, нежели физические, то есть можно заключить, что происходит определённое размывание стоимостных отношений. На информационном рынке такие факторы, как ценовые ожидания или фискальная политика, практически никак не влияют на поведение продавцов, а особенно покупателей информации. Последнюю редко можно заготовить впрок, ожидая очередной виток инфляции, и столь же нечасто – отложить её приобретение до лучших времен.

Кроме того, особенности производ-

ства и продажи информации накладывают свой отпечаток и на многие другие сферы экономической деятельности, что проявляется в процессах управления ими, трансформации организационных структур и других моментах, требующих самостоятельного анализа.

Современное развитие человечества характеризуется новыми приоритетами, прежде всего неуклонным ростом наукоемкости производимых товаров и услуг, в первую очередь в быстрорастущих сегментах рынка. Это становится возможным благодаря «экспоненциальному росту знания». Во многом он связан с внедрением информационных технологий во все сферы культуры, науки и производства и, как следствие, с ростом интенсивности информационного обмена. Возрастающий спрос на телекоммуникационные услуги, поддерживающие информационный обмен, приводит к созданию устойчивых удаленных информационных связей и позволяет человечеству иначе организовывать созидательную деятельность. Широкое распространение получают виртуальные рабочие группы, распределенное размещение производственных (прежде всего занятых интеллектуальной деятельностью) коллективов.

В нынешней исторической фазе развития цивилизации главными продуктами производства становятся информация и знания. В этой фазе возрастающие потребности людей в информационных услугах будут обеспечиваться за счёт организации доступа к мировым информационным ресурсам и более эффективного информационного взаимодействия людей, возрастания объёма и доли инфокомму-

никационных продуктов в мировом производстве. Ещё трудно сказать, как будет выглядеть социальный ландшафт после завершения всех начавшихся преобразований. Но уже видна основная угроза перехода к информационному обществу – разделение людей на имеющих доступ к информации (благодаря навыкам и средствам обращения с информационными и телекоммуникационными технологиями), и на тех, кому доступ к мировой информации будет закрыт.

Новая форма социального неравенства (иногда именуемого «цифровым») угрожает и нашей стране. Насколько сильно ему будет подвержено наше общество, зависит не только от приоритета развития инфокоммуникационных технологий в государственной политике, но и от решения проблемы эффективности функционирования рынка экономической информации. Не менее важную роль в создании в России развитого информационного рынка и равноправном вхождении нашей страны в глобальное мировое информационное сообщество играет национальная инфокоммуникационная отрасль. Успешность её развития и эффективность использования привлекаемых для этого ресурсов во многом зависит от профессионального уровня специалистов, работающих в отечественной инфокоммуникационной отрасли, от понимания ими перспектив развития отрасли.

Одним из основных вопросов в исследовании рынков является вопрос о степени их эффективности. Известно, что рынок реагирует на изменения индекса цен. Это означает, что рынок не способен агрегировать рассредоточенную в экономи-

ке информацию с тем, чтобы эффективно отразить её в ценах. Это становится ещё более очевидным, если рассмотреть некоторые проблемы, возникающие на рынке информации. Показанная ранее специфика рынка экономической информации предопределяет проблемы повышения эффективности его функционирования. Среди таких проблем можно назвать существование внешних эффектов, а также проблему «безбилетника».

Внешние эффекты могут иметь как положительное влияние на эффективность рынка (например, распространение новой идеи или инновации), так и отрицательное (предоставление недостоверной информации отдельными фирмами подрывает доверие ко всему рынку). Особенность внешних эффектов заключается в том, что контроль над их распространением и устранением может оказаться очень дорог и малоэффективен.

Также возможно возникновение проблемы сильного информационного давления на людей, усиливающегося с ускорением процесса накопления информации, а также распространение методов деструктивного информационного воздействия, ведущего к негативным последствиям (эффект «белого шума» на финансовых рынках). Рынок информации постоянно генерирует сигналы, получая которые индивиды выстраивают своё дальнейшее поведение. Отрицательный внешний эффект распространения информации может выражаться также в виде так называемого «эффекта репутации». В случае когда выясняется, что информация, произведённая одним из участников рынка информации, оказывается ложной, это приводит к утра-

те доверия к другим участникам рынка, хотя объективных причин этому может и не быть. Кроме того, информация как благо, обладающее свойствами общественного, не может эффективно производиться свободным рынком, в том числе и по причине существования «эффекта безбилетника». Государственное регулирование рассматривается как фактор повышения эффективности функционирования рынка информации, доказывающееся существование у государства преимуществ в производстве информации (преимущество естественной монополии) и анализируется влияние информации на эффективность экономики.

Асимметрия информации, внешние эффекты, возникающие при потреблении и производстве информации, а также порой её неопределённый статус относительно принадлежности к общественному или частному благу, «эффект безбилетника» приводят к неэффективному функционированию рынков, неопределённости и рискам, ограничению конкуренции, невзаимовыгодным рыночным сделкам.

Одновременно можно найти примеры положительного влияния информации на экономическое поведение, например, на рынке капитала. Как правило, чем больше фирм получают кредиты, тем выше становится стоимость риска их невозврата для банка, не говоря уже о риске, связанном с изменением процентной ставки. По этой причине банки не выдают кредитов анонимным клиентам. Банки всегда собирают сведения о потенциальных должниках, а также предоставляют клиентам информацию о себе. Это позволяет потребителям кредитных ресурсов совершать

обоснованный выбор, а банкам уменьшать стоимость своих рисков. Но наступает момент, когда издержки, связанные с получением и распространением дополнительной информации, начинают превышать выгоду, получаемую обществом от использования этой информации. Тогда, в случае продолжения распространения информации, общественное благосостояние начинает уменьшаться.

Для того чтобы проиллюстрировать положительное влияние информации на рыночную эффективность, можно также отметить тот факт, что при информационном неравенстве возникает ситуация, когда рыночные сделки не могут считаться взаимовыгодными. Типичным примером в данном случае может являться ситуация на рынке страховых услуг, где основой для заключения контракта между продавцом и покупателем является неопределённость. В том случае, когда для страховой фирмы деление клиентов на группы по степени риска невозможно, они устанавливают для всех единый размер страхового взноса. В результате индивиды с высокой степенью риска недоплачивают за риск, а индивиды с низкой степенью – переплачивают. Таким образом, при отсутствии информации о клиентах страхователь осуществляет «неблагоприятный отбор». Этой ситуации можно было бы избежать, если бы участники рынка располагали одинаковой информацией о риске. Результатом неблагоприятного отбора является неэффективная работа рынка, неэффективное размещение ресурсов, а сам «неблагоприятный отбор» является следствием информационного неравенства и неэффективности функци-

онирования рынка экономической информации. С проблемой «неблагоприятного отбора» и информационного неравенства также связан случай так называемого морального риска. Например, приобретение страховки индивидом может побудить его чаще рисковать; индивид, купивший страховку от пожара, может отказаться от установки дорогостоящей системы противопожарной безопасности и т.д. В результате у страховой компании возрастают расходы, что приводит к увеличению размера страхового взноса для всех, а не только для виновника увеличения расходов, а также к увеличению социальных издержек. На этом примере хорошо видно, что рынок страхования в отсутствие равномерного распределения информации является неэффективным.

Например, на рынке медицинских услуг покупка услуг врача рассматривается как плата за его профессиональные знания. Но при этом специалист и индивид, оплачивающий услуги специалиста, обладают различной информацией. Это случай, когда рыночные механизмы не работают эффективно по причине существующего на рынке информационного неравенства. У врача возникает соблазн назначить пациенту более дорогой курс лечения. В этом случае появляется место для возникновения механизма, благодаря которому рынок адаптируется к информационному неравенству. Возникают такие понятия, как профессиональная и предпринимательская этика и нравственные ценности, которые постепенно внедряются в рыночные отношения.

Развитие информационных технологий и средств массовой коммуникации

многократно ускоряет темп информационного обмена в масштабах современного общества. Раньше новшества распространялись относительно медленно из-за технологической отсталости обратной связи между инновацией и её использованием. Теперь существует возможность быстрого осуществления такой связи: любая информация через электронные сети быстро становится доступной для огромных аудиторий. Жизненные циклы новых продуктов сокращаются. Информация об изменениях на рынке, средства её обработки превращаются в фактор конкурентоспособности компаний. Это очевидно при анализе соотношения стоимости материальных и нематериальных активов фирм.

Благодаря развитию технологий распространения информации, степень обеспеченности индивидов и фирм информацией быстро растёт, что способствует увеличению благосостояния экономики в целом. Это оказывает положительное воздействие на успешность индивидов в экономической деятельности, что способствует сокращению дифференциации в доходах и росту благосостояния, повышению эффективности рыночной экономики в целом и рынка экономической информации в частности.

Список использованных источников

1. Дятлов С. А. Информационные аспекты анализа экономических явлений / С. А. Дятлов // Проблемы новой политической экономии. Кострома, 2010. № 1. С. 37.
2. Корабейников И. Н., Корабейникова О. А. Развитие регионального

рынка информационных услуг : теоретические основы / И. Н. Корабейников, О. А. Корабейникова; под ред. академика РАН А. И. Татаркина. Екатеринбург : Институт экономики УрО РАН, 2011. 216 с.

3. Мировой рынок информационных услуг : учебник / под ред. Э. С. Спиридонова, М. С. Клыкова. М. : ЛИБРОКОМ, 2010. 416 с.

4. Тихомирова Н. В. Современные проблемы управления в условиях информационного общества / Н. В. Тихомирова; под ред. Т. Дубович. М. : Юнити-Дана, 2012. 752 с.

5. Трушков В. В. Информационное общество (философские проблемы) / В. В. Трушков, В. А. Сапрыкин, Л. А. Филиппенко, С. М. Мокроусов, З. В. Макатов, А. Т. Дробан, В. Л. Корень, Е. В. Демидова; под общ. ред. В. В. Трушкова. М. : Московский гос. ин-т электроники и математики, 2011.