

УДК 338.47

П о з д н я е в А.С.

РАЗВИТИЕ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОГО СЕКТОРА ЭКОНОМИКИ ПРИ ГАРМОНИЗАЦИИ МИРОВОЙ ФИНАНСОВОЙ СИСТЕМЫ

Рассмотрены механизмы трансформации работы компании под действием информационных технологий в глобальной экономической системе в компанию нового типа, при работе которой одним из основных принципов становится отход от традиционного маркетинга, основанного на изучении запросов нескольких статично определенных групп потребителей к сбору детальной информации о каждом клиенте с персонализацией предлагаемых продуктов и услуг.

E-mail: pozdniaev

Ключевые слова: финансовая система, информационные технологии, государственная политика, Интернет.

На современном этапе развития цивилизации доминирующим фактором прогресса является уровень развития информационных технологий. Сегодня информационная революция стала результатом двух параллельно развивающихся на протяжении всей истории человечества процессов: процесса постоянного возрастания роли и увеличения объемов информации, необходимой для обеспечения жизнедеятельности человека, и процесса развития и совершенствования технологий накопления и распространения информации [1–4].

Особенность информационных ресурсов состоит в следующем: несмотря на постоянно возрастающую степень использования информационных ресурсов, происходит систематическое их накопление во все возрастающих объемах. Именно это является причиной развития и совершенствования технологий, которые принято называть информационно-коммуникационными технологиями.

Информационные процессы в настоящее время являются важнейшей, неотъемлемой составляющей всех процессов экономической, социальной и политической деятельности любого общества и государства. Современные экономические, социальные и политические технологии обязательно включают в себя информационные технологии, как правило, реализующие наиболее существенные, “интеллектуальные” функции этих технологий. Характерными примерами являются онлайн-сети массовой коммуникации, банковские информационно-коммуникационные системы, системы автоматизированного проектирования промышленных изделий, автоматизированные системы управления технологическими и производственными процессами и т.п.

В настоящее время информационные процессы и технологии занимают центральное место в процессе “интеллектуализации” общества,

развития его финансовой системы. Информационные технологии играют ключевую роль в процессах получения и накопления новых знаний. При этом на смену традиционным методам информационной поддержки финансовой системы приходят новые методы.

Принципиально важное значение информационных технологий заключается в том, что их использование может оказать существенное содействие в решении глобальных проблем человечества и прежде всего проблем, связанных с необходимостью преодоления кризисных явлений в мировой финансовой системе.

Информационные технологии стали важнейшим фактором повышения эффективности управления практически во всех сферах человеческой деятельности. В США и других экономически развитых странах пришли к осознанию того принципиального факта, что информационные технологии перестали выполнять просто вспомогательные функции в деятельности компаний и органов государственной власти и местного самоуправления, а стали их необходимым и важнейшим элементом. От их развития зависит способность различных организационных структур решать свои задачи: повышать конкурентоспособность — для коммерческих структур, более эффективно удовлетворять потребности общества — для систем органов государственной власти и местного самоуправления.

Таким образом, очевидно, что основной вектор развития мировой цивилизации лежит именно в информационной сфере и результатом произошедшей в конце XX в. информационной революции в XXI в. станет новый тип общества — информационное.

Термин “информационное общество” занял прочное место в лексиконе российских и зарубежных политических деятелей разного уровня. Именно с ним связывают будущее своих стран многие руководители.

Интенсивное развитие информационной сферы, включая развитие и совершенствование информационных технологий, заставляет все развитые страны трансформироваться. При этом в этих странах в полной мере осознано, что информация является национальным ресурсом, сохранение, развитие и рациональное использование которого — задача государственного значения. Таким образом, особое значение приобретает политика государства, направленная на решение задачи перехода к информационному обществу и оптимальному использованию национальных информационных ресурсов.

Важнейшим направлением государственного регулирования рынка информационной продукции и услуг является сохранение конкуренции, борьба с монополизмом отдельных производителей. Государство должно ограничивать монополистическую деятельность, запрещая создание картелей, которые полностью или в значительной мере контролировали бы информационный рынок. С другой стороны, концентрация собственности позволяет увеличивать экономическую мощь предприятий. Поэтому государственное регулирование этого рынка должно быть сбалансированным.

Взаимопроникновение технологий приводит к объединению компаний, что вызывает возникновение новых фирм, которые начинают работать на еще не освоенных рынках — доступ в Интернет, программное обеспечение для телефонных компьютерных систем и другие новейшие информационные технологии. Объединение различных компаний на на-

циональном и межгосударственном уровнях должно происходить обязательно под контролем соответствующих государственных органов, которые определяют, не приведет ли объединение к возникновению монополии, которая со временем снизит качество и разнообразие услуг.

Таким образом, государства, стремящиеся занимать передовые позиции в мировом сообществе, должны разрабатывать и реализовывать эффективную национальную информационную политику и рассматривать ее как приоритетную задачу государственного управления по обеспечению перехода к информационному обществу демократического типа.

Сегодня традиционная экономика отстывает под натиском новой экономики, в которой будут другие отношения между компаниями, иные структуры самих компаний и стандарты управления ими. Переход к новой экономике начался еще в 90-х годах XX в., когда произошла либерализация рынков, глобализация стандартов и появилось новое цифровое пространство.

Необходимо понять, как под воздействием этих факторов должна измениться традиционная компания, чтобы стать успешной и в новых экономических условиях.

Производя добавочную стоимость, компания потребляет осязаемые ресурсы, например такие, как труд и сырье, и неосязаемые — такие как информация, и несет при этом определенные затраты. В традиционной экономике доля неосязаемых затрат, в том числе расходов на поиск информации, постоянный обмен ею с партнерами, регулярный мониторинг действий конкурентов, составляет существенную часть издержек компании.

Доля расходов на взаимодействие в общих издержках компаний традиционной экономики достигает в развитых странах, например в США, пятидесяти и более процентов. В странах переходной экономики, к которым относится и Россия, ситуация еще хуже, поскольку бартер, необходимость выстраивать длинные обменные цепочки, включающие массу посредников, поднимает расходы на взаимодействие до запредельных высот.

Барьеры для конкуренции стали рушиться под напором сразу нескольких факторов, усиливающих влияние друг друга: стандартизации деловых процессов, продукции, форматов передачи данных и даже языка общения (повсеместного использования английского), все большего распространения общего цифрового пространства, частью которого является Всемирная сеть, и, наконец, уменьшения затрат на взаимодействие между компаниями. Снижение барьеров для конкуренции ускоряет либерализацию рынков, следствием чего стала резко возросшая мобильность капитала. В результате стоимость координации действий компаний и людей упала ниже стоимости контроля. Все это в совокупности положило начало изменениям во взаимоотношениях между всеми субъектами экономики.

Выделяют четыре стадии процесса. На первой стадии компания использует сеть только как дополнительный маркетинговый канал и дело, как правило, ограничивается созданием сайта и базы данных клиентов. Никаких принципиальных изменений ни в поведении, ни в структуре компании на этой стадии еще не происходит, но и эффект от использования сети невелик. На второй стадии Интернет становится уже инструментом бизнеса, связывая бизнес-процессы трех ключевых фигур рынка —

поставщика, самой компании и потребителя, когда все создают единую электронную цепочку поставок, в которой потребитель может управлять складом своего поставщика, формируя заказ на производство. Только на этой стадии и начинается использование интернет-технологий во взаимодействии между хозяйствующими единицами, собственно интернет-бизнес, о котором сейчас так много говорят.

Единая для поставщика, производителя и потребителя цепочка управления производственными процессами резко снижает затраты на взаимодействие, а это приводит к сокращению общих расходов на производство. Трансформация компании происходит на следующей, третьей стадии, когда многие бизнес-процессы полностью автоматизируются, а другие сильно упрощаются или вообще уходят в прошлое.

Тогда руководство определяет основные и неосновные функции компании, передавая последние на аутсорсинг другим компаниям, специализирующимся в этой области. Все остальное — маркетинг, логистику, производство, закупки для производства, даже финансы — компания может отдать на аутсорсинг и затем потреблять в качестве услуг.

В результате сотрудничать и конкурировать на рынках начинают не организованные структуры, которые сейчас представляют компании, а чистые know-how и владеющие ими брэнды.

Но, если для традиционных компаний естественным путем является все же последовательное прохождение всех трех этапов интеграции, то многие интернет-компании уже при запуске попадают на эту третью стадию.

Наконец, на четвертой стадии развития мы вообще перестаем говорить о компании в традиционном понимании этого слова. Поскольку в новой экономике резко снижаются барьеры входа на рынки и все, что требуется для включения в бизнес нового направления (раскрученный брэнд, know-how и хорошая клиентская база), то даже не компании, а их модули, содержащие лишь know-how, будут соединяться в цепочки добавления стоимости. Новые технологии приведут к распространению схемы, при которой конфигурацию продукта формирует не производитель, а заказчик. Размещение заказа будет автоматически запускать производство товара в нужной конфигурации. Так что единственная цель комбинации модулей в новую виртуальную компанию будет отвечать текущему моменту, сиюминутным запросам потребителя.

Одним из основных принципов действия новых рынков становится отход от традиционного маркетинга, основанного на изучении запросов нескольких статично определенных групп потребителей. Получая возможность собирать детальную информацию о каждом клиенте и постоянно держать с ним связь, компания может персонализировать предлагаемые продукты и услуги. Теперь компания, а не посредник владеет более полной информацией о клиенте, и это позволяет ей эффективно использовать каналы прямых продаж, тем самым значительно сокращая и свои издержки, и стоимость товара для конечного пользователя. Это модель нового рынка, ориентированного на потребителя, использующего иные, чем прежде, схемы во взаимодействии компаний как друг с другом (business-to-business), так и с конечными потребителями (business-to-consumer или consumer-to-business).

В связи с этим многим руководителям традиционных компаний придется серьезно пересмотреть свои взгляды на кадровую политику. Из-

менение роли пресловутого человеческого фактора в новой экономике по масштабу можно сравнить разве что с переходом от рабства к современной европейской демократии. Быстро меняющаяся рыночная среда диктует необходимость постоянно генерировать новые идеи и новые технологии, а для этого компаниям необходимы люди со специальными навыками.

Пока что лидеры новой экономики больше расходуют, чем зарабатывают. Но их доходы быстро вырастут, как только число компаний новой экономики перейдет некую критическую черту. Ведь первопроходцы — это основные строители инфраструктуры новой экономики, эксплуатировать которую потом будут все.

Пока еще занять свою долю нового рынка несложно, шанс не стать на нем аутсайдером есть и у российских компаний. Правда, в самой России традиционная экономика еще долго будет очень сильна, хотя бы в силу того, что необходимый для новой экономики уровень интеграции с поставщиками и заказчиками требует невиданной у нас доселе прозрачности и открытости.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. М и н с Г., Ш н а й д е р Д. Метакапитализм и революция в электронном бизнесе. – М., 2001.
2. Г е й т с Б. Дорога в будущее: Пер., с англ. – М., 1996.
3. К у р н о с о в И. Россия на пути в информационное общество // Сети. – 1996. – № 2. – С. 8–16.
4. G r e g o r y L. P a r s o n s. Information Technology: A New Competitive Weapon.

Статья поступила в редакцию 9.02.2010

Андрей Сергеевич Поздняев родился в 1978 г., окончил МГТУ им. Н.Э. Баумана в 2001 г. Начальник отдела научных и образовательных программ и проектов МГТУ им. Н.Э. Баумана. Автор 10 научных работ в области информационных технологий, региональной экономики, кластерного анализа, финансовой глобализация, конкурентоспособности, трансфера технологий.

A.S. Pozdnyaev (b. 1978) graduated from the Bauman Moscow State Technical University in 2001. Head of department for scientific and educational programs and projects. Author of 10 publications in the field of information technologies, regional economy, cluster analysis, financial globalization, competitiveness, and transfer of technologies.

