

«НОВАЯ ЭКОНОМИКА» В УСЛОВИЯХ ЭЛЕКТРОННОГО РЫНКА

*С.П. Кошкин, 3 курс, биотехнологический факультет
Научный руководитель – к.ф.н., доцент А.А.Ляхов
Ульяновская государственная сельскохозяйственная академия*

*Экономическая мудрость бытия,
все новое в нем шьется из старья.
В.Шекспир*

Глобализация мировой экономики тесно переплетается с сетевой информатизацией общества и коммерциализацией всемирного киберпространства, инструментально представленного глобальной сетью Интернет. Начиная с середины 1990-х годов интенсивность подобной коммерциализации резко возросла и привела к формированию в развитых странах массового электронного рынка (e-commerce) и базирующейся на нем "новой экономики". Сегодня они стали важнейшими атрибутами информационного общества и формируют новую философию всего хозяйственного пространства этого общества.

С одной стороны, «новая экономика» отражает бизнес-приоритеты эпохи потребителя [3], пришедшей на смену эпохам массового производства и качества, а с другой — предстает как инновационная экономика [6], товары которой создаются на пересечении различных сфер науки и техники. Электронный рынок и "новая экономика" органично входят в современную структуру, выступая инструментальной информационной поддержкой этой структуры в виде Интернет-ориентированных программ соответствующей деятельности, то есть web-практик. Оба рассматриваемых явления представляют собой не более чем комплекс web-практик независимо от присваиваемых этим практикам названий — фирма, компания, электронный офис, система управления и т.д.

Понятие информационного (постиндустриального) общества складывалось на рубеже 1960-1970-х годов в соответствии с логикой просвещенческого гуманизма [1]. Такая логика подразумевала, что наиболее перспективны вложения в человеческий капитал. Однако тридцать лет спустя наблюдается некорректная подмена терминов: под информационной экономикой понимают экономику биржевых игр и спекуляций, в которой всевозможные манипуляции с курсами валют и кредитных бумаг дают на порядок большую прибыль, чем в сфере реальной деятельности. Подмена содержания термина свидетельствует об инволюции общества постмодерна, о переходе его от продуктивной деятельности к экономике глобальных перераспределений и спекуляций в виртуальном мире.

На основе всемирного киберпространства уже образовалось игровое поле новой электронной коммерции. Эта коммерция становится важней-

шей составляющей и настоящей *idée fixe* мировой экономики. В мировом киберпространстве в виде web-практик разного наполнения присутствуют уже весь инструментарий коммерции и вся ее инфраструктура — банки, склады, коммуникации, ярмарки, выставки, магазины, правовые институты, страховые компании. Возможности интерактивного взаимодействия снимают противоречие "производитель—потребитель" и превращают в реальность элитарные постмодернистские запросы потребителя. Такое взаимодействие позволяет без увеличения затрат на обслуживание потребителя предоставить ему дополнительные виды сервиса [2].

Web-технологии производят переворот на оптовых финансовых рынках, сделав возможным глобальный электронный финансовый рынок, на котором любое обеспечение, выраженное в любой валюте, теоретически может являться предметом сделки где угодно и когда угодно, а расчеты по этой сделке будут осуществлены немедленно. Важнейшим фактором, определяющим философию экономики постмодерна, следует считать конвергенцию электронной и традиционной коммерции. Хорошо известные торговые брэнды, почувствовали вкус к онлайн-овой торговле и превращают ее в дополнительный канал своей деятельности в формате как B2B, так и B2C. При этом привыкший к известным брэндам потребитель легко преодолевает психологический барьер.

В традиционной экономике компания, производя добавленную стоимость, помимо осозаемых ресурсов (труд, сырье и т. д.), использует и неосозаемые (поиск и обмен информацией, мониторинг действий конкурентов и т. д.), то есть несет расходы на взаимодействие, которые достигают 50 — 60% общих издержек. Стремление снизить эти расходы стимулирует формирование жестко связанных вертикально-интегрированных ФПГ и холдингов. Защищаясь от конкурентов, компании стремятся повысить их расходы на взаимодействие, вследствие, чего возрастают барьеры вхождения на рынки, делая практически замкнутыми освоенные ниши рыночного пространства [4].

Государство — специфическая корпорация, которая не может выбирать свою клиентуру. Значительные слои этой клиентуры (население страны) информационно не состоятельны, то есть по разным причинам далеки от контактов с Интернет. Вопрос об электронном правительстве может ставиться лишь в развитых странах. При выполнении функций электронного правительства ставится цель повышения комфортности обслуживания населения, роста эффективности работы правительства и уменьшения транзакционных издержек, то есть государственных расходов.

Свою причастность к «новой экономике» и электронному рынку Россия зафиксировала, подписав 22 июля 2000 г. на саммите «восьмерки» (остров Окинава) Хартию глобального информационного общества, а также активным участием во Всемирном саммите ООН по информационному обществу (Женева, 2003 г.). Несмотря на неблагоприятный социально-экономический фон, первые ростки web-практик появляются и в России.

"Телодвижения" в этой сфере соразмерны уровню компьютеризации и интернетизации общества - даже в корпоративной среде он не превышает нескольких процентов от уровня США. Работа в пространстве web-практик — естественное продолжение инфраструктуры компаний, которая для большинства из них находится еще на уровне калькулятора. При этом важно скорее не инструментальное, а психологическое наполнение, особенно учитывая, что на большинстве предприятий утрачена управляемость трудовым коллективом. Подготовка кадров, способных к управленческой деятельности в web-пространстве, требует привлечения большого организационного капитала (в США он оценивается суммой порядка 1 трлн. долл.)

Российское правительство приняло (с третьей попытки) федеральную целевую программу (ФЦП) "Электронная Россия 2002- 2010". Цель программы — развитие бизнеса и информатизация всех сфер общественной жизни, особенно образования. Объем финансирования программы — 66,5 млрд. руб., из них 50% предоставляет федеральный бюджет, 28 - субъекты Федерации и 22% внебюджетные источники. Предполагается, что сектор информационно-коммуникативных технологий в 2010 г. Составит 2% ВВП (в 2001 г. - 0,6%, в США - 4,38%). В 2010 г. экспорт информационных технологий достигнет 1 — 2 млрд. долл. (в 2000 г. в Индии 4 млрд. долл., в Израиле — 16 млрд. долл.). Планируется к 2010 г.: увеличить парк ПК в бизнесе в 6 раз, у населения — в 4 раза; долю безбумажного оборота в формате G2G — до 40%; количество web-пользователей более чем в 5 раз; обеспечить подготовку не менее 25 тыс. специалистов по информационным технологиям в год; обеспечить 100-процентный доступ учащихся к Интернету.

Рассмотренная программа наряду с кампаниями по повышению Интернет-грамотности имеет цель вывести Россию к 2010 г. по информационным технологиям на уровень развитых стран Восточной Европы. В программе не рассматриваются критические технологии, корпоративная стратегия и идеология развития информационной промышленности, а также ее место в инновационной экономике. Будет ли программа действенна или "как всегда" станет очередным каналом разворовывания денег, покажет время. Однако знаменателен сам факт, что правительство "заметило" существование "новой экономики". «Новая экономика» и электронный рынок бесспорно стали неотъемлемой частью современности. Их развитие связано с двумя тенденциями развития современной экономики. Первая соответствует конструктивному духу расширенного воспроизводства Нового времени с доминированием знания. При этом web-практики способствуют росту доступности знания и его превращению в товарные формы. Вторая — по сути дела противоположна первой и связана с развитием "новой" глобальной финансовой экономики [5] на основе web-практик.

В этой связи у России, пока еще оторванной от всеобщего глобального процесса, есть шанс построить свою независимую (особенно от энергоресурсов) экономику.

Литература:

1. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. М.: Academia – Наука, 1999.
 2. Кокшаров А. Глобализация буксует. – Эксперт, 2003, № 35, с. 40 – 44.
 3. Мясникова Л. Новая экономика – Путь России? – МОСТ, 2001, №44, с3.
 4. Мясникова Л. Рынок и ожидания. – Вопросы экономики, 1997, № 11, с. 96 – 105.
 5. Неклесса А. Финансовый мир. – МОСТ, 2000, № 40, с. 6-7.
 6. Янсен Ф. Эпоха инноваций. М.: ИНРА-М, 2002, с.3 – 49.
-

**АНАЛИЗ РЫНКОВ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ
ПРОДУКЦИИ В РОССИИ**

*Ю.В. Лёшина, Ю.А. Зимина, С.Е. Рязанова,
2 курс, экономический факультет*

*Научный руководитель – ст. преподаватель С.В. Антонова
Ульяновская государственная сельскохозяйственная академия*

Существует мнение, что в последнее время происходит отток капитала из сельского хозяйства, что связано с недостатком финансовых средств.

В советский период государство поддерживало сельскохозяйственных производителей. Это выражалось в системе дотаций. Но они использовались очень нерационально и в результате этого, терялось не менее трети всей сельскохозяйственной продукции. А недостающую часть приходилось закупать за рубежом.

В начале Российских реформ, многие экономисты говорили о возможности быстрого роста внутренних цен на сельхозпродукцию до уровня мировых цен. Так оно и произошло. Более того, из-за низкой эффективности производства российские производители сельхозпродукции намного превосходили мировые цены.

Производителей сельскохозяйственного оборудования в зависимости от их размера можно разделить на две большие группы: первая – заводы-гиганты, изготавливающие тракторы и комбайны. Они характеризуются большой концентрацией производства (например, 5 тракторных заводов производят почти 90% тракторов в стране).

В 1999-2000 гг. Росагроснаб отчитывается по объемам сбыта сельхозтехники, минеральных удобрений. Экспорт сельскохозяйственной техники почти полностью был направлен в страны СНГ. С тех пор некоторые бывшие производители стали зависимы от системы распределения Росагро-снаба, развития собственных рынков и сферы обслуживания.