

Влияние информатизации общества на изменение структуры экономики Российской Федерации

И. И. Шубин

НОУ ВО «Институт управления и права» (Москва)

Статья посвящена анализу проблем, возникающих в процессе изменения структуры экономики Российской Федерации на современном этапе развития информационного общества. Автор рассматривает преимущества и недостатки, связанные с внедрением технологий интернет-бизнеса в структуру национальной экономики, намечает ряд «узких мест» в данном процессе и предлагает пути преодоления временных трудностей. Обосновывается достижение положительного социально-экономического эффекта за счет использования интернет-ресурсов в создании социально ориентированных экономических институтов.

Ключевые слова: информационное общество; интернет-бизнес; интернет-торговля; информационная инфраструктура; информационно-коммуникационные технологии.

Информатизация общества — это организованный социально-экономический и научно-технический процесс, затрагивающий все сферы общества — социальную, экономическую, техническую и научную — и направленный на создание оптимальных условий для удовлетворения информационных потребностей и реализации прав граждан, организаций, общественных объединений, органов местного самоуправления, органов государственной власти, на основе формирования и использования информационных ресурсов.

Целью функционирования экономики любого государства является удовлетворение жизненных потребностей гражданского общества в целом и каждого конкретного человека в частности. Однако в силу несовершенства известных экономических законов производства, распределения, обмена и потребления человек вынужден испытывать определенные неудобства

по причине невозможности удовлетворения некоторых потребностей. В развитых странах эта проблема решается посредством организации социальной защиты граждан, путем придания национальной экономике большей социальной направленности. Однако активное государственное вмешательство, нацеленное на повышение стандартов социальной защищенности людей, приводит к подавлению предпринимательской инициативы, снижению эффективности и конкурентоспособности производства, бюрократизации системы социальной защиты.

Необходимость социальной защищенности вытекает из наличия общественной потребности иметь в государстве систему законов, компенсирующих социальное несовершенство организации производства материальных благ и их распределения. Следовательно, сущность социальной защищенности можно определить как законодательное

обеспечение экономических, политических, социальных и иных прав, свобод и интересов граждан. Такая постановка вопроса имеет конституционный оттенок.

По нашему мнению, именно организация рыночных отношений в национальной экономике любого государства является тем базисом, без которого невозможно гармоничное развитие как всего общества в целом, так и каждого конкретного представителя социума в частности.

Социально ориентированная рыночная экономика — это экономическая система, организованная на основе рыночной саморегуляции, при которой координация действий имеет форму рыночного взаимодействия свободных частных производителей и свободных индивидуальных потребителей. Роль государства заключается в развитии чувства взаимной ответственности у всех участников рынка и в корректировке несправедливых тенденций в конкуренции, торговле и распределении доходов.

Среди основных особенностей социально ориентированной рыночной экономики отметим такие, как обеспечение полной занятости населения, наличие социальной безопасности, социальной справедливости и социального прогресса, частной собственности на средства производства и свободного ценообразования, а также создание условий для конкуренции и обеспечение конкуренции (например, путем введения антимонопольного законодательства, законов против недобросовестной конкуренции), сознательная политика укрепления конъюнктуры экономического роста и т. д.

Социально ориентированная экономика является экономикой развития, которое предусматривает наращивание конкурентных преимуществ субъектов

рынка за счет использования и развития социального потенциала страны. Процесс создания рыночной экономики социально ориентированного типа предполагает на всех ее уровнях стимулирование инициатив по эффективному использованию человеческих, финансовых, административно-управленческих ресурсов в целях формирования следующих способностей: удерживать сильные позиции в конкурентной борьбе; динамично расти на инновационной основе; выполнять социальные функции и гарантировать социальные блага для населения. Такая экономика предполагает наличие экономического механизма, обеспечивающего рост потребления общественных благ по мере роста эффективности общественного труда, а также стабильные условия для наращивания жизненного уровня населения, для саморегуляции социальных процессов.

Социально ориентированную национальную экономику в целом можно охарактеризовать как развивающуюся систему, представляющую собой тип инновационной, конкурентоспособной национальной экономической системы, одной из обязательных целей функционирования и развития которой является обеспечение высокого уровня социальной защищенности всех групп населения и социальной безопасности в государстве.

В связи с вышесказанным главной задачей информатизации общества следует считать использование всех информационных возможностей и ресурсов для достижения максимально положительного социально-экономического эффекта. С нашей точки зрения, эффект может быть достигнут за счет использования интернет-ресурсов в создании социально ориентированных экономических институтов.

1. Благодаря развитию интернет-индустрии создаются реальные рабочие места, что при наличии в национальной экономике РФ такого парадокса, как возрастание текучести кадров на фоне кадрового голода, весьма актуально [1, с. 93].

Растет спрос и на IT-специалистов, и на представителей традиционных профессий со знанием IT-технологий. Сегодня в интернет-зависимых индустриях, широко использующих IT-технологии в целях повышения эффективности профессиональной деятельности, оборот денежных средств ежегодно увеличивается. IT-технологии позволяют пенсионерам и людям с ограниченными возможностями, имеющим навыки компьютерной грамотности, найти посильную достойно оплачиваемую работу.

2. Использование глобальной сети позволяет радикально изменить конкурентную среду. В условиях развитой рыночной экономики возможность применения преимуществ глобальной сети в бизнесе (электронный бизнес, интернет-бизнес) — один из важнейших факторов успеха предпринимателей. Среди наиболее доходных сфер бизнеса в сети Интернет выделяются: банковские услуги, торговля ценными бумагами, страхование, реклама, онлайн- и офлайн-консультации по различным проблемам, оптовая и розничная торговля, международный и внутренний туризм.

Согласно исследованиям Бостонской консалтинговой группы (BCG), в течение последних трех лет доходы компаний, использующих интернет-ресурсы в своем бизнесе, ежегодно возрастают на 12,5 %. У предприятий, не применяющих в своем бизнесе Интернет, рост составил только 4 %. В числе лидеров интернет-экономики оказались также: Южная Корея — 7,3 % от ВВП; Китай — 5,5 % от ВВП; Япония — 4,7 % от ВВП; США — 4,7 % от ВВП [2, с. 75].

Прямая продажа товаров по сети Интернет непосредственно конечным потребителям, без использования традиционных схем, представляет собой иную, актуальную сегодня модель ведения бизнеса. Она позволяет не только снизить операционные издержки предприятий-продавцов и, как следствие, конечную цену товара, но и уменьшить время, затрачиваемое потребителем на поиск и приобретение товара.

Рынок интернет-торговли в России в 2015 г. вырос на 3 % с поправкой на инфляцию (без ее учета — на 16 %) — до 650 млрд руб., как говорится в отчете исследовательского агентства *Data Insight*. Это самый медленный рост, поскольку еще в 2014 г. рост с поправкой на инфляцию составлял около 8 %. Большинство товаров в Интернете — импортные, поэтому девальвация рубля отражается на электронной коммерции особенно плохо, говорит партнер *Data Insight* Борис Овчинников.

Сумма чека в среднем интернет-магазине возросла за год на 8 %, до 4050 руб., общее количество заказов — на 8 %, до 160 млн. Это покупки в России, без учета доставки готовой еды, билетов, цифровых товаров и оптовых закупок. Спрос переместился, по данным *Data Insight*, с электроники и бытовой техники к менее дорогим товарам массового потребления, в том числе к одежде. Доля дорогих товаров премиальных брендов и моделей снизилась. Лидируют в продажах спорттовары, детские товары и товары для животных.

Совсем в другом темпе — 75 % в год — происходит увеличение количества онлайн-заказов, сделанных россиянами в зарубежных интернет-магазинах. В китайских магазинах средняя сумма чека (в долларах) уменьшилась на 25—30 %, в целом по рынку — более чем на 30 %, а в рублях — выросла на 10—15 %. Доля

заказов в зарубежных интернет-магазинах возросла с 24 % в 2014 г. до 34 % в 2015 г. [3].

В связи с этим Интернет не только становится средством осуществления личных и деловых коммуникаций, но и в ряде случаев может выполнять функции электронных платежных систем: глобальная сеть позволяет проводить финансовые транзакции между субъектами сетевого рынка, базой которого она является.

Многие фирмы, активно используя информационные технологии в интернет-среде, сформировали достаточно устойчивый круг потребителей. Активно используется и интернет-реклама разных услуг, в частности банковских. Каждый человек, освоивший азы работы в информационной среде, получает полную информацию о качестве и цене товаров отечественных и мировых производителей. При этом он реализует свои потребительские цели, либо заказывая товар по сети, либо покупая его в любом магазине.

3. Общедоступность и развитие инфраструктуры Интернета, а также отсутствие серьезных трудностей в ее использовании позволили обеспечить международный рынок и внутренние рынки развитых и развивающихся стран необходимой для их эффективного функционирования информацией. Появились новые способы ведения бизнеса, что привело к формированию элементов так называемой сетевой экономики. Сетевая экономика, предполагающая ведение бизнеса с использованием Интернета, на наш взгляд, обладает свойством социальной ориентированности [4].

Социальные сети, объединяющие миллионы пользователей, позволяют людям обсуждать преимущества и недостатки товаров, их производителей и магазинов, которые их продают, активно обсуждать качество предоставляемых услуг.

4. Интернет-технологии, применяемые на современном этапе развития информационного общества, как в Российской Федерации, так и в странах Запада и Востока с развитой рыночной экономикой и соответствующей уровню ее развития информационной инфраструктурой, позволяют всем бизнес-субъектам рынка выйти на новый уровень реализации маркетинговых стратегий. Кроме того, эффективность реализации возрастает за счет использования описанных выше преимуществ глобальной сети. Бизнес-структуры при формировании ценовой стратегии получают возможность маневра за счет осуществления прямого доступа к конечному потребителю их продукта (услуги), минуя посредников.

Электронный бизнес в сравнении с традиционными моделями имеет ряд преимуществ. Преимущества для предпринимателя:

- рост объемов продаж и прибыли вследствие увеличения клиентской базы за счет использования информационно-коммуникационных технологий;
- сокращение накладных расходов за счет оптимизации логистики и снижения транзакционных издержек;
- снижение затрат на организацию бизнеса как для стартаперов, так и для действующих компаний;
- появление новых каналов дистрибуции и маркетинга;
- в ряде случаев полная или частичная ликвидация географических ограничений.

Преимущества для потребителя:

- упрощение поиска товаров и услуг, экономия времени;
- возможность сравнения стоимости аналогичных товаров и товаров-заменителей, предлагаемых фирмами-конкурентами;

– широкий доступ к информации о производителях товаров и услуг, а также возможность оперативного получения информации об акциях;

– расширение временных параметров: некоторые интернет-магазины позволяют совершать покупки круглосуточно.

Однако, несмотря на вышеперечисленные преимущества, интернет-бизнес имеет ряд недостатков. Среди них:

– трудность или невозможность покупки ряда специфических товаров — одежды, обуви, предметов роскоши — без предварительного визуального осмотра или примерки;

– проблемы конфиденциальности, так как ряд интернет-магазинов требует предоставления персональных данных: Ф. И. О., адреса электронной почты, номера телефона, домашнего адреса (при доставке товара на дом).

Кроме того, предприниматель вынужден нести дополнительные расходы, связанные с обучением персонала, оптимизацией логистики, поддержанием интернет-сайта на высоком уровне, актуализацией данных.

Особо следует отметить, что на современном этапе развития сетевых видов бизнеса необходимо обеспечить выполнение жестких требований безопасности для всех транзакций, проводимых через Интернет. Требования безопасности предполагают также соблюдение полной конфиденциальности персональных данных субъектов — участников этих транзакций.

Поскольку Интернет полностью открыт для внешнего доступа, существует риск несанкционированного вмешательства третьей стороны, которая может быть заинтересована в искажении или полном уничтожении бизнес-информации, что неминуемо повлечет

за собой материальный ущерб для владельца и (или) пользователя информации.

Подведем итоги: использование сети Интернет позволяет усилить социальную направленность экономики Российской Федерации, вовлечь в трудовую деятельность практически все социальные слои, расширить конкурентное пространство, убрать из цепочки взаимодействия производителя с потребителем лишние посреднические звенья и, как следствие, снизить уровень цен на потребительские товары наибольшего спроса, увеличить возможности потребительского выбора. Все это ведет к формированию новой структуры национальной экономики РФ и оказывается одинаково выгодным для всех субъектов рынка.

Литература

1. *Шубин И. И.* Проблемы управления кадровым потенциалом транспортных организаций Московского региона на современном этапе // Актуальные проблемы права, экономики и управления: сб. мат-лов междунар. науч.-практ. конф. 2015. Вып. XI. С. 93—94.

2. *Сергеева О. Ю., Хисамова А. С.* Современная интернет-индустрия и ее влияние на экономику // Проблемы современной экономики: сб. мат-лов IV Междунар. науч. конф. (г. Челябинск, 20—23 февр. 2015 г.). Челябинск: Два комсомольца, 2015. С. 74—77.

3. *Демидова А.* Рост интернет-торговли в 2015 году был самым медленным за пять лет // Ведомости [Электронный ресурс]. 2016. № 3999: 22 янв. URL: <http://www.vedomosti.ru/business/articles/2016/01/22/625016-rost-internet-torgovli> (дата обращения: 30.11.2016).

4. *Мрочко О. Г., Пирогова Л. И.* Информационная сфера современного социума. М.: Изд-во МГОУ, 2011. 158 с.

Шубин Игорь Иванович — кандидат экономических наук, заведующий кафедрой менеджмента и государственного управления НОУ ВО «Институт управления и права» (Москва). E-mail: sh559@yandex.ru