
УДК 330.111.4:001

ББК 65.011.15

З 38

Е.Н. Захарова

Доктор экономических наук, профессор, заведующая кафедрой экономики и управления Адыгейского государственного университета, г. Майкоп. Тел.: (8772) 59 39 86, e-mail: zahar-e@yandex.ru.

С.А. Ляшева

Доктор философских наук, профессор кафедры философии Адыгейского государственного университета, г. Майкоп. Тел.: (928) 669 35 41

Эволюция экономической природы торговли в «экономике, основанной на знаниях»

(Рецензирована)

Аннотация. В работе представлены базовые черты «экономики, основанной на знаниях»; рассмотрены различные подходы к содержанию и сущности понятия «торговля»; рассмотрен важнейший аспект информационной революции — электронный бизнес; сформулированы основные принципы регулирования электронной торговли.

Ключевые слова: торговля, знания, экономика, основанная на знаниях, товар, общества потребления, электронный бизнес.

E.N. Zakharova

Doctor of Economics, Professor, Head of Economy and Management Department, Adyge State University, Maikop. Ph.: (8772) 59 39 86, e-mail: zahar-e@yandex.ru.

S.A. Lyausheva

Doctor of Philosophy, Professor of Philosophy and Sociology Department, Adyge State University, Maikop. Ph.: (928) 669 35 41.

Evolution of the economic nature of trade in “the economy based on knowledge”

Abstract. This work discusses the principle features of “the economy based on knowledge” and various approaches to the content and essence of the concept “trade”. The authors examine the most important aspect of information revolution — the electronic business — and the basic principles of electronic trade regulation.

Keywords: trade, knowledge, the economy based on knowledge, the goods, consumer societies, electronic business.

В настоящее время в глобальном масштабе идет активное формирование нового типа экономики — экономики, в основе которой лежит процесс увеличения знаний. В документах Всемирного научного форума обществу знаний дается следующее определение: «инновационное общество, базирующееся на концепции непрерывного обучения в течение всей жизни» [1].

Общую тенденцию эволюции экономических систем В. Макаров характеризует следующим образом: «Сначала

была экономика, основанная на физическом труде и сельском хозяйстве. Ее сменила индустриальная экономика, базирующаяся на использовании природных ресурсов. На смену последней постепенно приходит экономика, базирующаяся на знаниях» [2].

Термин «экономика, основанная на знаниях» одним из первых использовал Д. Куа, акцентируя внимание на знаниях как основополагающем элементе современных преобразований [3]. «Становление экономики, основанной

на знаниях, характеризуется возрастающей ролью знаний в качестве фактора производства и их существенным влиянием на квалификацию, обучение, организацию и инновации [4].

Ключевым проявлением формирования нового типа экономики является создание условий для постоянного воспроизводства знаний и их воплощения в новые высокотехнологичные продукты и услуги, при этом происходит следующее:

- знания становятся ключевым фактором роста наряду с капиталом и трудом;

- производство знаний является наиболее важным и определяющим лицом современной экономики процессом;

- знания базируются на развитии и изменении информационных и коммуникационных технологий.

Знание может выступать как в качестве ресурса (т.е. использоваться для создания новых знаний), так и в качестве блага (т.е. предназначаться для конечного потребления). Особенность знаний как услуги заключается в том, что их нельзя обособленно хранить, накапливать вне субъекта, ибо они должны быть потреблены в момент собственного производства и уровень их персонифицируется во многом личными качествами субъекта.

Знаниям свойственны признаки товара, специфического блага, имеющего способность удовлетворять потребности и производимого с целью обмена, т.е. купли-продажи. Знания как товар в отличие от услуги имеют вещественную форму, отчуждаемы от своего производителя и индифферентны к нему, поскольку их полезные свойства предназначены для потребителя и извлекаются им в процессе потребления после покупки товара.

Знание, в которое информация трансформируется благодаря сфере услуг как средству, инструменту этого превращения, является самым подвижным ресурсом, источником обогащения общества. Интеллектуальный капитал заменяет дорогостоящее оборудование, а знания уменьшают потребность в сы-

рье, труде, времени, пространстве, капитале и других ресурсах, становясь незаменимым средством — основным ресурсом современной экономики, ценность которого постоянно растет [5].

Эксперты Всемирного банка выделяют четыре базовые черты экономики, основанной на знаниях [6]:

- образование и обучение (наличие образованного и профессионально подготовленного населения, способного создавать, распределять и использовать знания);

- динамичная инновационная инфраструктура (ресурсы, обеспечивающие коммуникации, распространение и обработку информации);

- экономические стимулы и институциональный режим (общеекономическая среда, способствующая свободному движению знаний, внедрению информационно-коммуникационных технологий и развитию предпринимательства);

- инновационные системы (сеть исследовательских и «мозговых» центров, университетов, частных фирм и организаций, занимающихся созданием новых знаний, их заимствованием извне и приспособлением к местным нуждам).

При этом уровень развития и качественные характеристики сферы услуг становятся определяющим фактором конкурентоспособности национальной экономики в эпоху знаний.

В условиях «экономики, основанной на знаниях» экономическая природа торговли претерпевает существенную эволюцию. В экономической литературе, словарях, нормативных документах существуют разные подходы к содержанию и сущности понятия «торговля». Сущность торговли раскрывается в полной мере, если ее рассматривать не только как форму товарного обмена, но и как отрасль общественного хозяйства. Такой подход правомерен, поскольку в этом случае торговля должна рассматриваться с точки зрения ее места в системе общехозяйственного комплекса [7].

С помощью торговли происходит эквивалентный обмен продуктами труда. Торговля осуществляет реализацию

товара в результате закупки ее у производителя и продажи потребителю. Выступая в качестве организатора рынка и рыночных отношений, торговля осуществляет коммерческие операции. Благодаря торговле, продажа товаров становится предметом хозяйственной деятельности специальных торговых организаций и других субъектов предпринимательской деятельности. Она охватывает область взаимоотношений между предприятиями различных форм собственности, с одной стороны, и населением — с другой. *Если рынок как экономическая категория охватывает экономические отношения производства, распределения, обмена и их взаимосвязь, то торговля выступает как форма этих отношений [8].*

Роль торговли как особой отрасли общественного хозяйства весьма значительна и с развитием рыночных отношений проявляется все более многопланово. Торговля играет важную роль в осуществлении межотраслевого и межрегионального обмена. Между промышленностью и сельским хозяйством осуществляется широкий рыночный обмен средствами производства, сырьем и полуфабрикатами, в котором активно участвует торговля. Торговля представлена в этой системе как организатор и регулятор потребительского рынка, выполняющий функции доведения товаров от производителя к потребителю.

Именно в процессе реализации товаров проявляется наиболее полная связь между производством и потреблением, выявляется уровень развития производства. Как форма обмена торговля является промежуточным звеном между производством и обусловленным им распределением, с одной стороны, и потреблением — с другой. Вместе с тем она представляет собой особую фазу процесса воспроизводства. Это устоявшееся представление о торговле во все меньшей степени отражает ее роль и место в наиболее современных формах экономических процессов [9]. Достаточно обратить внимание на то, что и по величине добавленной стоимости, и по числу занятых торговля в наиболее развитых

странах многократно превосходит сельское, лесное хозяйство и рыболовство, в разы строительство и сопоставима с промышленностью. Например, величина добавленной стоимости сферы торговли составляет в Германии 17,5% ВВП, в США — 13,5% ВВП [10].

В Кодексе протекционизма, составленном Савари, дана характеристика торгового бизнеса. Примечательно, что на первое место была поставлена социальная функция торговли [11]:

1) торговля — это вид деятельности, порождающий мир и согласие между людьми;

2) от торговли зависит богатство страны, она пополняет казну, финансирует крупные предприятия и покрывает расходы на войну;

3) благодаря торговле, которая доставляет продукты из разных стран, люди получают возможность улучшать свое питание.

Торговый бизнес включает поиск и закупку товаров, обеспечение их сохранности, транспортировку, доставку в торговую точку, продажу товаров, а иногда и послепродажное обслуживание покупателя. Хотя основу торгового бизнеса составляют товарно-денежные операции купли-продажи, в нем оказываются задействованными практически те же факторы и ресурсы, что и в производственном бизнесе, но в меньших масштабах.

Системная функция торгового бизнеса состоит в превращении возможностей общества в конкретные удовлетворенные потребности. Тиражирование новых потребностей стало ключевой особенностью постиндустриальных экономик и главным фактором ускорения потребления, когда производители перестали учитывать только витальные нужды человека, а стали удовлетворять потребности иного порядка — эмоциональные [12].

По мнению Ж. Бодрийяра, человек в обществе потребления стремится потреблять так, чтобы, с одной стороны, быть «не хуже других», а с другой — «не сливаться с толпой». Индивидуальное потребление отражает не только социальные характеристики потребителя, являясь демонстрацией его соци-

ального статуса, но и особенности его индивидуального образа жизни [13].

Происходит трансформация философии «товара и сбыта» к философии «потребителя и маркетинга», т.е. происходит концентрация производителя на удовлетворении нужд потребителя. Существенно меняется структура стоимости товаров и услуг. К традиционным меновой (рыночной) и потребительской формам стоимости добавляется стоимость символическая, играющая все более заметную роль в ценообразовании. Иначе говоря, товар все больше ценится как средство коммуникации, позволяющее передать окружающим информацию о социальном статусе, индивидуальности, модности и прочих важных свойствах его обладателя. Поэтому потребление имеет тенденцию к превращению в процесс обмена текстами [14].

Результатом производства являются не только, а порою и не столько товары, наделенные какими-то функциональными свойствами, но и бренды — торговые марки, превратившиеся в феномены массового сознания (имиджи, оценки, ожидания, символы и т.д.). Производство и продажа брендов становятся эффективными видами экономической деятельности, так как люди платят за свои собственные представления.

К концептуальным особенностям общества потребления можно отнести следующие [15]:

— в торговле главную роль начинают играть крупные торговые центры и супермаркеты. Широкое распространение приобретает шопинг, который становится популярной формой проведения досуга;

— имеет место революция в сфере коммуникаций (распространение Интернета, сетей мобильной связи), которая приводит к образованию нового информационного пространства и расширению сферы общения;

— экономическая система тесно переплетается с культурой потребления. Бизнес производит такие феномены культуры, как вкусы, желания, ценности, нормы поведения, интересы;

— конкуренция производителей порождает конкуренцию потребителей.

«Экономика, основанная на знаниях» оказывает влияние на характер деятельности любого торгового предприятия. Само понятие предприятия утрачивает свои сущностные характеристики обособленности, пространственной и территориальной локализованности. Получают развитие сетевые организации, в которых границы между его участниками, ресурсами и подразделениями размыты благодаря интенсивному информационному обмену. Еще одним важнейшим аспектом информационной революции является все большее развитие электронных форм ведения торгового бизнеса.

По определению А.А. Паршенцева, «электронный бизнес — это такая форма бизнеса, при которой все стороны деловых отношений, включая продажи, маркетинг, финансовый анализ, платежи, поиск сотрудников, поддержку клиентов и партнеров, перенесены в Интернет» [16, 17]. Согласно определению Бюро цензов Министерства торговли США, к сфере электронной торговли относится любая сделка, совершённая с помощью компьютерной сети, предполагающая передачу права собственности или права на использование товара или услуги.

Электронная коммерция началась с операций купли-продажи и перечисления денежных средств с помощью использования компьютерных сетей. Сегодня цели электронной коммерции, с точки зрения ведения бизнеса, значительно расширились. Они включают в себя не только деловые операции, непосредственно связанные с получением прибыли, но и поддержку данных процессов [18].

В быстро меняющейся среде мы наблюдаем развитие огромного множества виртуальных форм бизнеса. Благодаря сети Интернет для многих компаний стало обычным брать на себя оформление выполнения и доставки заказов вместо передачи этих функций дистрибьюторам. Дистрибьюторы, в свою очередь, сами приходят в «виртуальную среду», заменяя физическое размещение товаров на складах и их движение действиями специалистов по интернет-

технологиям. Покупатели, продавцы, посредники формируют транснациональные виртуальные рынки товаров и услуг, что позволяет получать дополнительную прибыль в самых различных отраслях экономики.

Преимущества электронной коммерции над обычными формами ее организации состоят в более высокой способности к адаптации бизнеса. Информационные технологии обеспечивают интерактивный и оперативный обмен коммерческой информацией между деловыми партнерами, в процессе которого во многом устраняется состояние неопределенности.

Повышенная степень адаптивности и транзитивности электронного бизнеса существенно расширяет область будущих решений его участников и целенаправленного воздействия на организацию, по определению Г. Саймона, «гибкого рыночного пространства». Однако, если Саймон считал, что данная гибкость имеет институциональное происхождение, то в настоящее время она обусловлена также и причинами технологического характера.

В докладе Администрации США «Основополагающие принципы электронной торговли в глобальных масштабах» были сформулированы основные принципы регулирования электронной торговли:

— принцип ведущей роли частного сектора,

— государство должно избегать чрезмерных ограничений электронной торговли.

— цель государственного вмешательства должна сводиться к поддержке и правовому обеспечению предсказуемой, минимальной, внутренне непротиворечивой и упрощенной правовой среды электронной торговли.

— государство должно осознать уникальные качества Интернета и возможность его использования для осуществления торговых операций.

— электронная торговля должна осуществляться в глобальных масштабах [16].

Организация торгово-закупочной деятельности государства с помощью специализированной электронной площадки позволяет получить ощутимые экономические и стратегические выгоды, к которым относятся [19]: снижение закупочных цен на 10-20%; расширение объема публикуемой информации о процедурах и результатах государственных закупок; усиление контроля за закупочной деятельностью со стороны руководства и общества; повышение прозрачности всех торгово-закупочных процессов; создание нового механизма закупок, тесно увязанного с управлением государственного резерва, складскими запасами и эффективным планированием, обеспечением бесперебойности поставок; получение консолидированной информации о закупках и исполнении договорных обязательств; формирование баз данных государственных информационных ресурсов, содержащих сведения о процессах государственных закупок, заключенных контрактах на государственные закупки и результатах их исполнения; мониторинг результатов торгов, состава и характеристик поставщиков продукции (работ, услуг) для государственных нужд; снижение транзакционных издержек на 25-75%; ускорение процедур проведения конкурсных торгов.

Развитию полноценной системы электронной торговли сегодня препятствует отсутствие соответствующей институциональной поддержки. С появлением такой поддержки преимущества данной формы станут неоспоримыми, после чего можно ожидать масштабного перехода значительной части бизнеса в электронную форму и, как следствие, повышения уровня его конкурентоспособности.

Примечания:

1. Арыстанбекова А.Х. Экономика, основанная на знаниях // Мировая экономика и международные отношения. 2008. №6. С. 34.
2. Макаров В. Л. Экономика знаний: уроки для России // Экономическая наука современной России. 2003. №1. С. 27.
3. Quah D.T. Growth and Wealth Creation in the Weightless Knowledge-Based Economy // Economic Papers. 1998. October. P. 73.

-
4. Houghton J., Sheehan P. A Primer on the Knowledge Economy. Melbourne: Centre for Strategic Economic Studies, 2000. P. 56.
 5. Тоффлер Э., Тоффлер Х. Создание новой цивилизации. Политика Третьей Волны. Новосибирск: Сибирская молодежная инициатива, 1996. С. 35.
 6. The Knowledge-Based Economy. Paris, 1996. P. 9.
 7. Экономика и организация деятельности торгового предприятия. М.: ИНФРА-М., 2002. С. 15.
 8. Ханин Г.И., Фомин Д.А. Оптовая торговля в современной России // Проблемы прогнозирования. 2007. №5. С. 37.
 9. Панфилов В.С., Черноволов М.П. Состояние и перспективы развития современной системы розничного рынка в России: макроэкономический и финансовый аспекты // Проблемы прогнозирования. 2007. №4. С. 119.
 10. Группа восьми в цифрах. М.: Росстат, 2005. С. 41.
 11. Просто он работает волшебником... // Российское предпринимательство. 2005. №2. С. 26.
 12. Москаленко Л. Пир без насыщения // Эксперт. 2007. №13. С. 45.
 13. Бодрийяр Ж. Система вещей. М.: Рудомино, 1999. С. 214.
 14. Ильин В.И. Общество потребления: теоретическая модель и российская реальность // Мир России. 2005. №4. С. 6.
 15. Жеребин В.М. Российская экономика и современные тенденции развития общества // Вопросы статистики. 2008. №10. С. 17.
 16. The Electronic Signatures in Global and National Commerce Act. Serial №106-32. Wash., 1999. P. 22.
 17. Паршенцев А.А., Шимук А.С. Проблемы и перспективы развития электронных магазинов // Маркетинг в России и за рубежом. 2000. №3. С. 85.
 18. Голдовский И. Безопасность платежей в Интернете. СПб.: Питер, 2001. С. 14.
 19. Система электронных государственных закупок как фактор процветания России // Национальная безопасность и геополитика России. 2004. №11-12. С. 33.

References:

1. Arystanbekova A.Kh. The economy based on knowledge // World economy and the international relations. 2008. No. 6. P. 34.
2. Makarov V.L. Economy of knowledge: lessons for Russia // Economic science of modern Russia. 2003. No. 1. P. 27.
3. Quah D.T. Growth and Wealth Creation in the Weightless Knowledge-Based Economy // Economic Papers. 1998. October. P. 73.
4. Houghton J., Sheehan P. A Primer on the Knowledge Economy. Melbourne: Centre for Strategic Economic Studies, 2000. P. 56.
5. Toffler E., Toffler H. Creation of a new civilization. Policy of the Third Wave. Novosibirsk: Siberian Youth Initiative, 1996. P. 35.
6. The Knowledge-Based Economy. Paris, 1996. P. 9.
7. Economy and organization of activity of trade enterprise. M: INFRA-M, 2002. P. 15.
8. Khanin G.I., Fomin D.A. Wholesale trade in modern Russia // Forecasting Problems. 2007. No. 5. P. 37.
9. Panfilov V.S., Chernovolov M.P. A condition and prospects of development of modern system of the retail market in Russia: macroeconomic and financial aspects // Forecasting Problems. 2007. No. 4. P. 119.
10. Group of eight in figures. M.: Russian Federal Service of State Statistics, 2005. P. 41.
11. Simply he works as the wizard... // Russian Business. 2005. No. 2. P. 26.
12. Moskalenko L. A feast without saturation // Expert. 2007. No. 13. P. 45.
13. Bodriyyar Zh. System of things. M.: Rudomino, 1999. P. 214.
14. Ilyin V.I. Consumer society: theoretical model and Russian reality // World of Russia. 2005. No. 4. P. 6.
15. Zherebin V.M. Russian economy and current trends of development of society // Questions of Statistics. 2008. No. 10. P. 17.
16. The Electronic Signatures in Global and National Commerce Act. Serial No. 106-32. Wash., 1999. P. 22.
17. Parshentsev A.A., Shimuk A.S. Problems and prospects of development of electronic shops // Marketing in Russia and abroad. 2000. No. 3. P. 85.
18. Goldovsky I. Safety of payments on the Internet. SPb.: Peter, 2001. P. 14.
19. System of electronic state purchases as factor of prosperity of Russia // National security and geopolitics of Russia. 2004. No. 11-12. P. 33.