

## Раздел 7. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И СОЦИАЛЬНО-ПОЛИТИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ОБЩЕСТВА

УДК 330

### ПОСТИНДУСТРИАЛИЗАЦИЯ КАК ОБЩАЯ ЗАКОНОМЕРНОСТЬ СОВРЕМЕННЫХ ИЗМЕНЕНИЙ В ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРОЦЕССАХ

Зенкина Елена Вячеславовна (evzenkina@mail.ru)  
ФГБУН «Институт экономики Российской академии наук»

Постиндустриализация в настоящее время является главной тенденцией развития всего человечества начала XXI в. Это приводит к принципиальным изменениям во всей экономической теории. В данной статье показано, что постиндустриальное общество направлено на достижение такого экономического роста, который базируется не на природных ресурсах, а на использовании знаний и трудовых ресурсов. Общепринятым определением экономики является трактовка, что - это наука о рациональном использовании *ограниченных* ресурсов. В современных условиях постиндустриальная экономика становится наукой о рациональном использовании *безграничных* ресурсов (например, знаний и информационных продуктов). Таким образом, дефицитность ресурсов оказывается, заменена на их широкую распространённость, так как по сравнению с природными ресурсами, информационные товары, которые относятся к нематериальным продуктам труда, не имеют физического износа, не исчерпываются и могут самовоспроизводиться, например, как знания, которые имеют способность воспроизводиться и даже неуклонно возрастать по мере их потребления.

В статье обосновано, что в постиндустриальном обществе наука и знания являются главной производственной силой, их носители олицетворяют достижения нации.

*Ключевые слова:* мировые тенденции, мировая экономика, постиндустриальная экономика, торговля нематериальной продукцией, роль знаний, фэшн-индустрия, ценообразование, международный бизнес.

К особенностям постиндустриального (информационного) общества, т.е. социально-общественному порядку, пришедшему на смену индустриальному обществу, относится то, что интеллектуальный капитал преобладает над промышленным и ценности качества жизни доминируют над материальным уровнем: основой становится развития общества - производство интеллектуального продукта /богатства.

Становление постиндустриализации меняет факторы формирования конкурентоспособности стран [1]. Происходит изменение логики мышления от индустриальной к постиндустриальной, что требует осмысления новых факторов построения лидерства стран. В представленной статье предпринята попытка обосновать современные особенности и выявить роль знаний в постиндустриальном мире, когда производство интеллектуальных товаров становится основой развития государств и фундаментом устойчивого экономического развития.

В связи с вышеизложенным анализ изменений в постиндустриальном мире видится чрезвычайно актуальным и важным, так как данное исследование не только создаёт предпосылки прогноза дальнейшего развития, но и будет способствовать выработке адекватного инструментария для России [3].

Вышеуказанные характерные для постиндустриального развития особенности стали новыми факторами, предопределяющими экономическое развитие стран, причем эти черты постиндустриализации влекут появление иные неизвестные раньше функциональные элемен-

ты, которые в целом формируют новую парадигму мышления. Таким образом, формируется новая экономика, связанная с интенсивным внедрением инноваций и новых способов ведения бизнеса [4], которая должна обладать следующими чертами:

- становление интеллектуального капитала в качестве главного ресурса и средства производства;

- расширение наукоёмкого сектора производства [14]. Наукоёмкие отрасли в свою очередь формируют спрос на достижения науки. При этом всё большая доля потребительских расходов направляется на услуги НИОКР в высокотехнологичных отраслях (авиация, космос, фармацевтика, биотехнология и т.д.), где число занятых в науке должно составлять не менее 3-5%. Не секрет, что результаты исследований, проводимых в этих отраслях, влияют на ускоренное развитие других отраслей экономики;

- смещение акцента в конкурентной борьбе с цены и качества товаров на их инновационность [9];

- значительные изменения на рынке труда в виде удешевления физического труда и удорожания интеллектуального, что, естественно, влечёт изменения в менеджменте. Основной целью управления в новой экономике становится увеличение отдачи от интеллектуальных людей. Одним из примеров реализации такого подхода является появление фрилансеров.

Итак, получается, что основной ресурс в постиндустриальной экономике - это знания, которые не обладают исчерпаемостью и безгра-

ничны [5]. Соответственно, в постиндустриальной экономике дефицитность ресурсов заменяется на их распространённость, что влечёт принципиальные изменения для всей экономической теории.

Как думается, происходит уникальная трансформация всей экономической теории. Общепринятым определением экономики является трактовка, что - это наука о рациональном использовании *ограниченных* ресурсов. В современный условиях, постиндустриальная экономика становится наукой о рациональном использовании *безграничных* ресурсов (например, знаний и информационных продуктов). Таким образом, дефицитность ресурсов оказывается, заменена на их широкую распространённость, так как по сравнению с природными ресурсами, информационные товары, которые относятся к нематериальным продуктам труда, не имеют физического износа, не исчерпываются и могут самовоспроизводиться, например, как знания, которые имеют способность воспроизводиться и даже неуклонно возрастать по мере их потребления.

Важнейшее свойство интеллектуальных ресурсов, которое даёт возможность для обеспечения их активного использования в производстве, - это способность к тиражированию (интеллектуальными ресурсами возможно пользоваться в любом масштабе). Кроме того, их рыночная цена относительно независима от издержек их производства. При этом, в силу того, что разного вида хозяйственно-управленческие отношения базируются на знаниях, то в современных условиях необходимы адаптация имеющихся знаний к новым экономическим реалиям и получение знаний, которые были бы адекватны этим нуждам. Для обеспечения развития общества, экономического прогресса общества важно развитие профессионального образования, обеспечивающее воспроизводство и развитие человеческого потенциала.

Постиндустриальное общество направлено на достижение такого экономического роста, который базируется не на природных ресурсах, а на использовании знаний и трудовых ресурсов. В индустриально развитых странах на долю новых знаний, которые воплощены в новых технологиях, оборудовании, подготовке кадров, организации производства, приходится от 70 до 85% прироста ВВП [12]. Действительно, главными ресурсами завтрашнего дня являются уже инвестиции в человеческий, а не в основной и оборотный капиталы.

В постиндустриальном обществе наука и знания являются главной производственной силой, их носители олицетворяют достижения нации. Присущий современному развитию цивилизации динамизм, наращивание её культурного слоя, усиление социальной роли личности, возвышение её потребностей, возрастающие

гуманизация и демократизация общества, интеллектуализация труда, быстрая смена техники и технологии, скорость происходящих изменений, как в глобальном аспекте, так и в масштабе отдельной компании, - всё это вызывает необходимость замены формулы «образование на всю жизнь» формулой «образование через всю жизнь». Принципиально изменяется сущность потребления: акценты в этой сфере перемещаются на нематериальные блага, на усвоение человеком информации, развивающей способность к генерированию новых знаний. Это, фактически, делает потребление элементом производства. На наш взгляд, в силу рассмотренных черт процесса постиндустриализации, главная цель постиндустриального общества - это развитие личности.

Итак, залогом прогресса постиндустриальной эпохи становится развитие самого человека. Причём переход от индустриального общества к постиндустриальному снижает воздействие на человека обстоятельств, которые обусловлены социальной средой, поскольку знания и информация становятся доступными всем [6; 10]. И здесь особое значение приобретают внутренние силы самой личности.

Так как в постиндустриальном обществе основными производственными ресурсами являются информация и знания, а средства их создания и передачи становятся доступными множеству людей, то возникает ситуация, когда каждый желающий обладать ими может их приобрести, но, с другой стороны, эффективное присвоение информационных и интеллектуальных благ людьми, не способными использовать их, становится невозможным.

Переход мировой экономики в стадию постиндустриального развития влечет изменения не только в экономике и финансах, но и политологии, культурологии, социологии, психологии, искусствознания, философии и т.д.

Действительно, те изменения, которые связаны со становлением постиндустриальной экономики меняют правила ведения международного бизнеса, потому что в новой экономике меняются принципы ценообразования. Сегодня существует отчетливая тенденция роста доли в мировой торговле коммерческих сделок с товарами интеллектуального и творческого труда, с деньгами и финансовыми активами [2]. Цена на эти нематериальные товары иначе формируется, так как отсутствует прямая зависимость между рыночной ценой продуктов творческого и интеллектуального труда и непосредственными затратами на их производство. Это сразу изменило логику ценообразования, сместив акцент с измерения затрат на оценку полезности и потенциальной прибыльности продукции [7; 11]. Подтверждает это и существующее сегодня формирование цен на продукты фэшн-индустрии.

Связующим звеном между социальными и культурными идеями и повседневностью в XXI веке, которое оказывает значительное влияние на процессы и сферы постиндустриальной экономики является мода, которая является одним из воплощений перехода к постиндустриальному обществу.

Важно отметить, что мода переходит из обыденного явления в фактор, задающий ценностно-образующие параметры обществу и ценностные ориентации культуре, а также сама выступает в качестве ценности в современном обществе. Мода является своеобразным и неповторимым элементом культуры, оказывающим на неё своё влияние в виде выработки культурных норм и ценностей. Интересно рассмотреть феномен моды в качестве сферы постиндустриальной экономики.

По мнению немецкого философа и социолога Г. Зиммеля, модные вещи являются опознавательными знаками, указывающими на принадлежность к элите [13].

Сегодня растёт роль индустрии моды, причем значительно стремительнее, чем в других отраслях экономики. Думается, это связано со спецификой продуктов фэшн-индустрии, которые одновременно являются зеркалом как творческой, так и материальной составляющих. В настоящее время фэшн-продукты являются элементом демонстрации статуса человека. Именно с этим связано повышение роли и значения фэшн-индустрии в мировой экономике.

Постиндустриальная экономика - субъективна и при этом является экономикой символов, где оценивается бренд, имидж, общественное мнение. И мода является идеальным примером, объясняя рост современного воздействия фэшн-индустрии на общество. Вещный мир моды формирует глобально унифицированную систему знаков и их интерпретаций. В мире, где каждый день пересекается огромное количество незнакомых друг другу людей, мода помогает определить с кем имеешь дело, для выполнения важнейшей общественной (социальной, экономической и коммуникативной) функции. Наличие дорогих модных вещей является свидетельством соответствующих доходов, материального благополучия, успеха в бизнесе, социального престижа т.д.

Продукты моды, которые совмещают художественные концепции и прагматичность, являются отражением процесса современного ценообразования, свойственного постиндустриальной экономике, где *ослаблена традиционная связь между ценностью (полезностью) товаров и непосредственными издержками их производства. Их стоимость приобретает символический характер, т.е. их ценность определяется отношением общества, мнением участников рынка.*

*Оценка красоты, которая определяет эстетическую ценность изделий - субъективна, причем она сформирована определенной группой людей. Отметим, что групповой субъективизм имеет большое значение для формирования общепринятого общественного мнения и напрямую зависит от статусного положения этой группы в обществе. Тем не менее, отсутствует прямая зависимость между рыночной ценой фэшн-продуктов и непосредственными затратами на их производство.*

Сегодня увеличивается роль требований для самореализации: приобретение модных и престижных вещей в качестве потребительских благ становится социальным статусом их владельца. Вещи являются символом социальных отношений, знаком принадлежности к определенной социальной группе. Товарооборот в современном обществе отражает не уровень потребления, а социальное расслоение общества, за которым прочитывается статус и уровень благосостояния.

Важно отметить, что престижная вещь оценивается исходя не из своих потребительских качеств, а исходя из оценки своей престижности; соответственно, ее рыночная цена зависит не от сложившихся экономических условий ее изготовления или потребительских достоинств, а от роли в воспроизводстве экономических и социальных условий.

В настоящее время главенствуют не вещи, а символы вещей.

Культура, творчество, знания сегодня находят выражение и материализуются в вещах как символах, которые становятся предметами покупки и потребления. Нематериальное многообразие творческой деятельности и социальных отношений в постиндустриальном обществе формирует систему социально-экономического статуса людей посредством рыночного механизма купли-продажи престижных и модных вещей. Для того, чтобы быть объектом потребления (и более того, объектом производства и рыночного обращения), вещь должна стать знаком. Имидж, бренд, репутация имеют очень важное значение. Самое большое значение имеют сегодня не материально-вещественные товары, а их нематериальные активы, т.е. бренды и услуги (соответственно, имидж, упаковка и качество обслуживания). И завтра они будут оцениваться ещё выше.

Оценка важности моды, в качестве объекта производства, исходит из определения престижности модных вещей в обществе, а также уровня признания ценности художественных озарений тех или иных творцов моды. Общественное признание моды осуществляется под воздействием активной и широкой рекламой, внедрения в общественное сознание предлагаемых модельерами идей как решения актуальных общественных потребностей. Мода, как

социально-экономическое явление, является зеркалом изменений объективных потребностей общества. И модой формируется вещное осознание обществом этих потребностей.

Итак, в настоящее время одной из основных мировых тенденций является формирование постиндустриального уклада развития и в этот процесс вовлекается все большее число стран мира.

В современных условиях важнейшим фактором конкурентоспособности экономики становится степень её технологизации, а главным богатством той или иной страны или той или иной корпорации становятся её граждане или сотрудники. И чем выше уровень образования и знаний у них, тем эффективнее и сильнее, более конкурентоспособна страна (корпорация). Любому государству (как и фирме) нужны специалисты высокой квалификации. В этой ситуации преобладание постиндустриального мира над остальными странами становится совершенно очевидным и необратимым. Всё это создаёт объективные основы для создания в обществе новой системы ценностей.

#### Литература

1. Антонов, Г.Д., Иванова, О.П., Тумин, В.М. Управление конкурентоспособностью организации: учебное пособие. - М.: ИНФРА-М, 2015. – 300 с.
2. Зенкина Е.В. Международные валютно-финансовые отношения в постиндустриальном мире [Текст]: монография / Е.В. Зенкина. - М., Инфра-М.: 2018. – 169 с.
3. Зенкина Е.В. К вопросу развития бизнес-среды в России - Известия высших учебных заведений. Серия: Экономика, финансы и управление производством. 2017. № 3 (33). С. 42-45.
4. Зенкина Е.В. Новые контуры финансового рынка XXI века - Вопросы новой экономики. 2017. № 4 (44). С. 37-42.
5. Зенкина Е.В., Ивина Н.В. Постиндустриализация: роль знаний в новой экономике Международный технико-экономический журнал. 2017. № 1. с. 7-12.
6. Promising directions of cooperation among Eurasian Economic Union countries, Myasnikova O.Y., Shatalova I.I., Bogacheva T.V., Kutlyeva G.M., Zenkina E.V., Illeritsky N.I. International journal of engineering and technology (UAE). 2018. т. 7. № 3.14 Special issue 14. с. 386-391.
7. Малинина Е.В. Роль капитализации в современной мировой экономике - Вопросы экономики, 2011. № 13. с. 63.
8. Малинина, Е.В. Мировые валютно-финансовые кризисы и их последствия [Текст] / Е.В. Малинина. – М.: Финансы и кредит. – 2008. – №48 (336). – С. 18 - 23.
9. Малинина, Е.В. Управление повышением конкурентоспособности промышленности и его научно-практическое обеспечение [Текст] /Е.В. Малинина// Автореф. диссерт. на соискание ученой степени доктора эконом. наук. – М.: 2009.
10. Лапенкова Н. Перспективы развития Евразийско-Евроатлантического интеграционного диалога [Текст] / Н. Лапенкова, Е. Малинина // Дипломатическая служба. - 2013. № 2. – С. 33-38.
11. Стрельникова Е.В. Упрощение процедур торговли в условиях современной мировой экономики [Текст] / Е.В. Стрельникова, Е.В. Зенкина // Известия МГТУ «МАМИ». – 2015. Т. 5. №3(25). –С. 57-60.
12. Стратегическое управление организацией: учебное пособие [Текст] / Г.Д. Антонов, О.П. Иванова, В.М. Тумин. — М.: ИНФРА-М, 2016. – 239 с.
13. Торопов К.И. Краткий экскурс в историю и эволюцию гламура //http://ladyflower.ru.
14. Управление проектами организации [Текст]: учебник / Г.Д. Антонов, О.П. Иванова, В.М. Тумин. – М.: ИНФРА-М, 2019.– 244 с.