

МАРКЕТИНГОВЫЕ И ПЛАНОВО-РАСПРЕДЕЛИТЕЛЬНЫЕ МЕТОДЫ ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ФОРМИРОВАНИЕ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНО-ИНФОРМАЦИОННЫХ И ВИРТУАЛЬНЫХ ПОТРЕБНОСТЕЙ В УСЛОВИЯХ СТАНОВЛЕНИЯ ПОСТИНДУСТРИАЛЬНОГО ОБЩЕСТВА

В статье доказано, что рыночно-маркетинговые и планово-распределительные методы оказывают различное воздействие на формирование потребностей. Автором предложена модель процесса нарастания интеллектуально-информационной составляющей потребностей личности и воздействия на него маркетинговых и плановых методов в условиях становления постиндустриального общества.

В статье обоснованы процессы виртуализации в системе общественного воспроизводства и разрастание искусственно взращенных и мнимых потребностей.

E. Balyko

MARKET AND PLANNED METHODS OF INFLUENCE ON INTELLECTUAL-INFORMATIONAL AND VIRTUAL NEEDS' FORMING IN CONDITIONS OF POSTINDUSTRIAL SOCIETY ESTABLISHING

The article proves that market and planned methods influence forming of needs in different ways. The author proposes a model of increase of an intellectual-informational component in personal needs and the way how it is influenced by market and planned methods in the conditions of postindustrial society establishing.

The article reveals virtualisation processes in the system of social reproduction and increase in artificially developed and supposed needs.

Научно-технический прогресс является объективной основой для закономерной трансформации индустриального общества и информационное¹. Информационное общество, помимо прочих существенно значимых воздействий на всю человеческую цивилизацию, оказывает кардинального рода влияние на формирование и развитие потребностей в обществе на всех его уровнях в направлении их информатизации, интеллектуализации, а также виртуализации.

Становление постиндустриального общества² приводит к соответствующим изменениям в общественном воспроизводственном процессе на всех его уровнях — микро-, мезо-, микромировом, которые, в свою очередь, порождают процесс нарастания интеллектуально-информационной составляющей потребностей личности. При этом рыночно-маркетинговые и планово-распределительные методы оказывают различное воздействие на формирование

потребностей, что представлено в концентрированном виде на разработанной авторами модели, представленной на схеме 1.

Данная модель построена на основе следующих положений.

1. Ряд качественных взаимосвязанных изменений в общественном воспроизводственном процессе играют принципиально важную роль в интеллектуализации и информатизации потребностей личности:

а) вытеснение труда из сферы материального производства в интеллектуально-информационную сферу, что в материальном плане базируется на комплексной автоматизации производственных процессов: при этом труд в интеллектуально-информационной сфере оказывает определяющее воздействие на производство материально-вещественной продукции посредством генерирования новой техники и технологий, внедрения новой продукции, применения более прогрессивных форм,

Модель процесса нарастания интеллектуально-информационной составляющей потребностей личности и воздействие на него маркетинговых и плановых методов в условиях становления постиндустриального общества



методов и систем управления и организации производства и т. д.;

б) возрастающее повышение доли интеллектуально-информационной составляющей в составе ценности продукции ма-

териального производства; это находит свое выражение в том, что ценность того или иного вида продукции как средств производства, так и предметов потребления, определяется, как правило, научно-техни-

ческими разработками, а также эстетическими решениями, заложенными в саму конструкцию изделия и технологию его производства; при этом заведомо отсталая конструкция изделия, его эстетическая неприемлемость для потребителя низводят ценность такого изделия практически до нуля, даже если на его создание были затрачены значительные ресурсы и масса труда;

в) неуклонное увеличение доли интеллектуально-информационных ценностей в составе национального и индивидуального богатства; это увеличение осуществляется по двум основным направлениям, во-первых, через накопление объектов интеллектуальной собственности, а во-вторых, посредством увеличения доли интеллектуально-информационной составляющей в составе ценности материальных продуктов;

г) постоянная интеллектуализация и информатизация всех видов труда, однако в неодинаковой степени; как бы ни повышался общий уровень образованности и интеллектуальности работников, и в рамках отдельных профессий, и внутри каждой из них, труд одних специалистов всегда будет требовать более высокой степени образовательного-профессиональной подготовки и более развитого интеллекта, чем труд других;

• превращение науки, образования, интеллектуального капитала, а также высоких технологий, материализующих их достижения, в ведущий фактор социально-экономического прогресса; опыт японской экономики после Второй мировой войны убедительно доказал, что страна крайне бедная природными ресурсами может добиться выдающихся успехов в экономическом развитии за счет быстрого и массового внедрения высоких технологий, заимствованных Японией со всего мира и лишь в относительно небольшой части созданных внутри страны; Россия обладает огромным научно-образовательным потенциалом, она способна генерировать технику и технологию прорывного порядка, идя не в вдогонку за США и другими странами Запада, а опережая их уровень, причем на порядок; однако монетаристская мо-

дель хозяйствования, внедренная в российскую экономику, подчиняет все ее развитие денежным потокам, а они отрегулированы в соответствии с рецептами монетаризма таким образом, что в нашей стране денежной выгоде соответствуют только четыре вида деятельности – топливно-энергетический и сырьевой экспорт, спекулятивно-посреднический бизнес, разного рода преступления в их взаимопереплетении с коррупцией чиновников, работа лиц разных профессий по обслуживанию людей, активно задействованных в трех предыдущих видах деятельности; в результате, несмотря на весьма благоприятные предпосылки для развития науки, образования, высоких технологий, в чем наша страна могла бы стать мировым лидером, имеет место тенденция движения не вперед по шкале исторического прогресса к постиндустриальному обществу, а назад, к доиндустриальной стадии развития;

• интенсивное обучение и непрерывное на протяжении всей служебной карьеры кадров специалистов; это является неотъемлемой частью современного воспроизводственного процесса, который, по мере трансформации индустриального общества в информационное (постиндустриальное), все в большей мере основывается на знаниях, и они одновременно и углубляются, и расширяются, и обновляются во все более сжатые сроки, что предполагает, с одной стороны, интенсивное обучение, а с другой – постоянное повышение своей квалификации и обновление знаний на основе самообразования.

2. Охарактеризованные выше изменения в общественном воспроизводственном процессе порождают кардинальные изменения в потребностях личности, а они, в свою очередь, по принципу обратной связи, оказывают активное воздействие на дальнейшее развитие воспроизводственного процесса.

3. Развитие общественного воспроизводства под влиянием научно-технического прогресса вызывает следующие наиболее значительные изменения в потребностях личности:

а) увеличивается потребность в интеллектуально-информационных благах в качестве самоценности, когда они потребляются не для достижения материальных успехов в жизнедеятельности человека, а именно как знание, в научной или художественной форме, удовлетворяющее непосредственно интеллектуальные и эстетические потребности людей; кроме того, растет потребность в интеллектуально-информационных благах, необходимых работнику для повышения уровня своей профессиональной квалификации, что связано уже с нижеследующей тенденцией в развитии потребностей;

б) возрастает потребность личности в интеллектуально-информационном развитии в качестве объективно обусловленного условия ее участия в системе общественного разделения труда и обеспечения профессионального роста, что связано с интеллектуализацией и информатизацией воспроизводственного процесса во всех отраслях народного хозяйства, осуществляемой, однако, неравномерно в силу технико-технологических отличительных особенностей той или иной отрасли;

в) потребность личности в интеллектуально-информационном развитии порождает ее дальнейшее потребности, во-первых, в общем и специальном образовании, а во-вторых, потребность в самообразовании и интеллектуальном саморазвитии;

г) особо важное значение для развития личности и общества имеет развитие потребности в самовыражении в творчески-созидательном интеллектуальном труде по внутреннему призванию; только сложный труд, с существенным элементом интеллектуального творчества или интеллектуальный в чистом виде может представлять собой поле деятельности для раскрытия творчески-созидательного потенциала человеческой индивидуальности на фундаменте профессионализма; у многих людей данный вид потребностей вообще не разбужен или находится в зачаточном состоянии; между тем раскрытие в достаточно полной степени этой потребности у большого количества

работников самым коренным образом меняет характер труда, делает его первой жизненной потребностью, такой труд не только будет приносить работнику радость сам по себе, но и по уровню своей производительности и эффективности он на порядок превышает уровень труда в индустриальную эпоху; для осуществления этого необходима ранняя профессиональная ориентация подрастающих поколений, высокий уровень общей и профессиональной образовательной подготовки, а также расстановка кадров специалистов по звеньям общественного разделения труда в соответствии с их профессиональным призванием; в итоге и индивид, и общество в целом становятся на целый исторический порядок развития богаче, растет индивидуальное и общественное благоденствие;

д) из предыдущей потребности личности вытекает потребность в общественном признании на основе успехов в профессиональной, прежде всего интеллектуальной деятельности; эта потребность находится в антагонистическом противоречии с противоположной ей потребностью, связанной со стремлением личности к высокому социальному статусу и общественному признанию не на основе ее профессионального мастерства и успехов в труде, в том числе и интеллектуальном, а путем достижения власти и денег в качестве самоцели, причем не за счет общественно полезного труда, а через активность в сферах обмена и распределения благ таким способом, чтобы обеспечить личное присвоение их возможно большего количества и притом лучшего качества; в современном человеческом обществе, как и в его предшествующей истории, доминирует именно эта негативная потребность, а ее позитивный аналог пока еще находится в стадии становления; однако в будущем, когда этот аналог созреет, он вытеснит свою отрицательную альтернативу, что будет означать духовно-нравственную революцию в человеческом общежитии³;

е) потребность в общении на почве профессионального мастерства в интеллекту-

ально-информационной деятельности; человек, будучи в своей глубинной духовной сущностью неповторимой индивидуальностью, одновременно является общественным существом, ему внутренне присуща потребность в общении с другими людьми; при этом в зависимости от того, какой жизненный путь человек выбирает, какой профессии себя посвящает, определяется тот круг людей, в отношении которого проявляется потребность человеческого общения; соответственно, если человек в качестве творческого самовыражения избрал путь духовного, интеллектуального, научно-информационного потока истины, то его потребность в общении концентрируется на круге людей, избравших такой же или похожий путь; при этом речь не идет об одинаковом пути, одинаковых взглядах и т. д., что делает бессмысленным интеллектуальное общение на пути интеллектуального развития, который предполагает обмен знаниями между людьми и через их взаимное обогащение; если же все люди знают одно и то же и ничего больше, думают стандартными мыслительными схемами и приемами, они в интеллектуальном отношении похожи друг на друга как две капли воды и, соответственно, не способны обогащать один другого в неинтеллектуальном отношении.

4. Изменения в общественном воспроизводственном процессе под воздействием научно-технического прогресса на всех его уровнях в отдельности и в целом оказывают противоречивое воздействие на рынок и маркетинг: с одной стороны, происходит подрыв фундаментальных основ рынка, а маркетинг оказывается не применим именно в основополагающих и притом наиболее важных видах человеческой деятельности, прежде всего, а с другой стороны, формируется и развивается маркетинг интеллектуально-информационных ценностей, иначе говоря, благ (продуктов или услуг).

5. Научно-технический прогресс на высоких ступенях своего развития подрывает и деформирует фундаментальные основы рынка по ряду причин.

Во-первых, в результате научно-технического прогресса теряет свою стоимостную определенность и выходит за узкие границы общественной полезности *товар — эта элементарная фундаментальная клеточка рыночных отношений и рынка, его геном*, содержащий в себе в виде генетической программы все основные свойства, тенденции и противоречия рыночно-капиталистической экономики. Что здесь имеется в виду конкретно?

Как известно, в основе стоимости лежат общественно необходимые затраты труда (ОНЗТ), определяемые как средние в обществе затраты на создание товара общественно средней (общественно нормальной) полезности при среднем уровне умелости труда и его средней технической оснащенности. При этом индивидуальные затраты труда (ИЗТ) предприятий в зависимости от их эффективности, выражающейся в единстве экономии затрат и уровне — качестве созданной продукции, могут сводиться к ОНЗТ с приращением или снижением, например, в одном часе ИЗТ одного предприятия может быть представлено 2 часа ОНЗТ, а в одном часе ИЗТ другого предприятия — только 0,5 часа ОНЗТ. В условиях быстрого нарастания достижений научно-технического прогресса, дающего скачкообразный рост эффективности, распространяемого неизбежно неравномерно между предприятиями сразу невозможно, различия ИЗТ и ОНЗТ по ряду предприятий, прежде всего у применяющих технологии прорывного порядка, превосходит допустимые пределы, когда один час ИЗТ представляет, скажем, 180 или 500 часов ОНЗТ и т. д. В такой ситуации подрывается сама основа стоимости товара (и услуга), его ценность отрывается от стоимости, что существенно деформирует генетический фундамент рынка.

Во-вторых, при том, что главным видом общественного и индивидуального богатства становятся знания и информация, а для быстрого интеллектуального развития индивида и всей человеческой цивилизации в целом необходим свободный обмен

информацией между ее пользователями, подчинение процесса этого обмена не общественной пользе, а денежным потокам в сочетании с индивидуальной платежеспособностью пользователя информацией, в сильной степени тормозит духовно-культурный и научно-технический прогресс и может даже повернуть его вспять.

В таких условиях страны, выводящие потоки научно-технической и духовно-культурной информации за узкие рамки рынка, значительно опередят в своем развитии страны, в которых осуществлена полная коммерциализация информационных потоков. Сказанное не означает, что создание новых знаний не должно оплачиваться и всякое пользование знаниями должно быть бесплатным, но приводит к необходимости разумного сочетания платного и бесплатного начал в пользовании информацией, а также действенного регулирования со стороны государства цен, тарифов, условий бесплатного представления информации.

6. В связи с представлением знаний и информации за плату в условиях нарастания и интенсификации информационных потоков развивается особый, весьма специфический вид маркетинга — *маркетинг интеллектуально-информационных ценностей*, являющихся результатом труда в интеллектуально-информационной сфере.

7. Фундаментальные изменения в общественном воспроизводственном процессе на всех его уровнях, связанные с процессами как интеллектуализации и информатизации производства, так и нарастания интеллектуально-информационной составляющей потребностей личности и общества под воздействием научно-технического прогресса, объективно обуславливают повышение роли и значения плановых методов, причем не только на уровне общества, но и отдельно взятой личности, планирующей свои потребности в связи с профессиональным и карьерным ростом.

Планово-распределительные методы воздействия на формирование и развитие

потребностей личности и общества в связи с их интеллектуализацией и информатизацией должны применяться в их полном спектре, носить комплексный характер, умело применяться в соответствии с конкретными ситуациями.

По мере трансформации индустриального общества в информационное усиливается необходимость рационального сочетания рыночно-маркетинговых и планово-распределительных методов воздействия на формирование и развитие потребности личности, причем на каждый данный период времени применительно к конкретно взятой стране рациональность этого сочетания объективно носит различный, исторически-конкретный характер.

В современном обществе разумный баланс между рыночно-маркетинговыми и планово-распределительными методами сильно нарушен в пользу первых, в связи с чем происходит кардинальная деформация потребностей личности в направлении искусственного взращивания мнимых потребностей виртуального порядка, наиболее яркими примерами чего служат покупки целых футбольных клубов и отдельных футболистов за многие миллионы долларов, приобретение на аукционе номера автомобиля одного из певцов группы «Битлз» за 25 млн долларов, мобильные телефоны в пластиковом корпусе ценою в 30 тыс. долларов, причем через год после их покупки цена на них снижается вдвое и т. д.

Автором разработана логически-структурная схема виртуализации общественно-воспроизводства и искусственного взращивания на этой основе мнимых потребностей, удовлетворение которых лишено для общества какого-либо положительного содержания (схему 2).

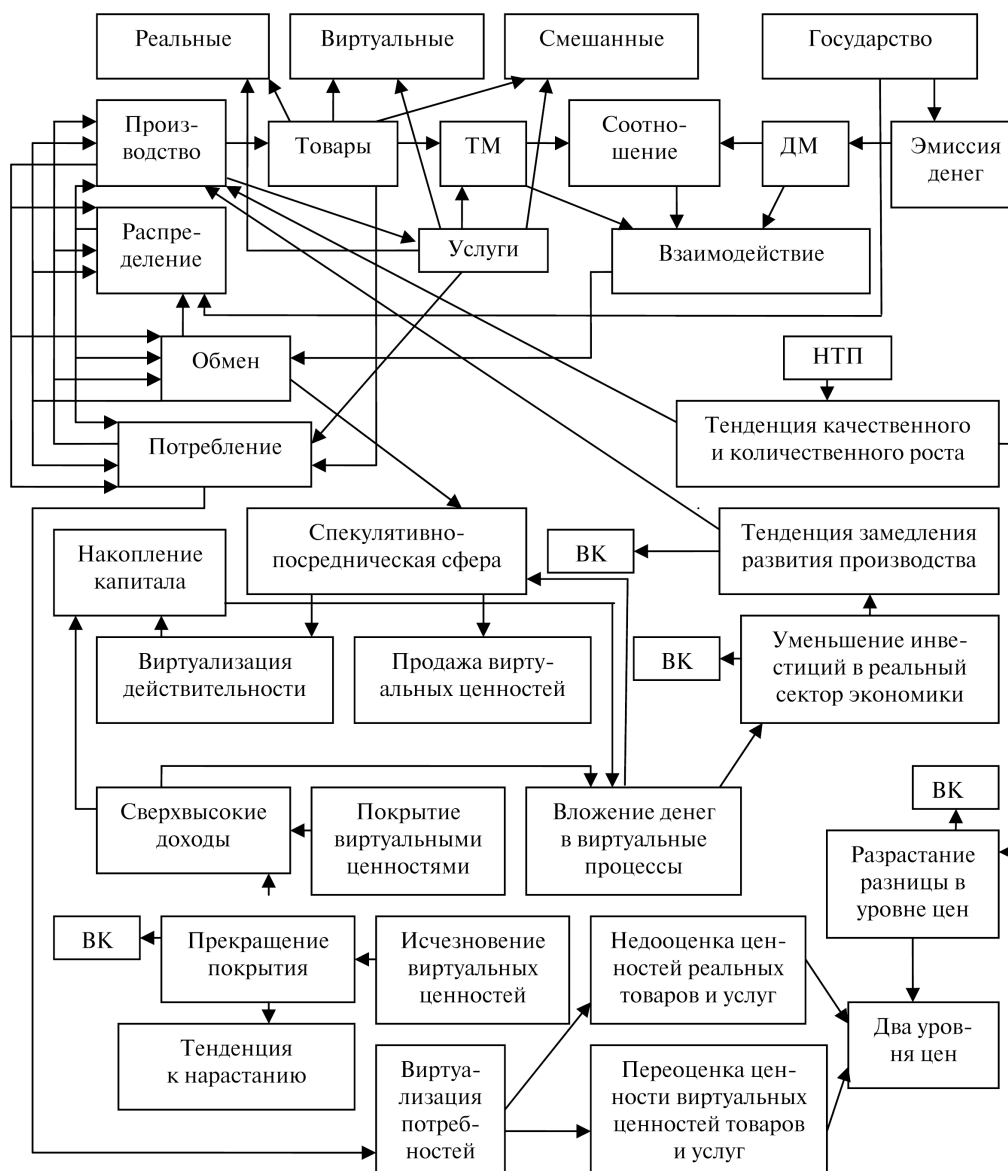
Как известно, потребности современно-го человека по своему отношению к реальности делятся на две группы:

- реальные потребности;
- виртуальные потребности.

Ряд процессов в современной экономике создают материальный фундамент для

Схема 2

Процессы виртуализации в системе общественного воспроизводства и разрастание искусственно взрошенных и мнимых потребностей



Обозначения: ТМ – товарная масса; ДМ – денежная масса; НТП – научно-технический прогресс; ВК – возможность кризиса.

возрастания доли виртуальных потребностей в их общей массе:

- рост производительности труда;
- повышение эффективности экономики;
- нарастание масштабов и интенсивности научно-технического прогресса;
- увеличение общественного богатства;

- информатизация на базе компьютерной техники процесса труда, обучения и многих форм досуга (хобби, развлечений).

Все это вместе взятое находит выражение в том, что увеличивается доля прибавочного продукта в массе ВВП при быстром росте его реальной массы.

Другой ряд процессов способствует тому, что расширяющиеся возможности удовлетворения виртуальных потребностей реализуются во все возрастающей степени:

- возможность и привлекательность для бизнесменов особо высокой финансовой выгоды при осуществлении инвестиционных проектов или производстве товаров и оказании услуг, ориентированных на удовлетворение виртуальных потребностей;
- развитие средств массовой информации совместно с разрастанием прямой и косвенной рекламы (особенно в сочетании с кино- и шоу-бизнесом) на порядок повышает возможность внушения массам людей как виртуальных потребностей непосредственно, так придания значительной виртуальной составляющей реальным жизненно важным потребностям; при этом

в сознание людей внедряются невероятно завышенные денежные оценки виртуальных товаров и услуг;

- потребность в накоплении денежного капитала (как для личного, так и производительного потребления) во все большей мере реализуется в покупке ценных бумаг на фондовом рынке с расчетом роста их продажной цены в будущем, что является виртуальной ценностью на данный момент времени;
- разрастание во всем мире спекулятивно-посреднической сферы, приносящей высокие доходы инвесторам, все более отрывающейся от реального сектора экономики, предполагает в качестве товарного покрытия все возрастающее предложение на рынке все более разнообразных и дорогостоящих виртуальных товаров и услуг, цены которых искусственно взвинчиваются.

ПРИМЕЧАНИЯ

¹ Предтечей теории информационного общества явилась концепция В. И. Вернадского о ноосфере. См.: *Вернадский В. И.* Биосфера и ноосфера. — М.: Айрис пресс, 2004. Среди современных научных исследований, изучающих проблемы информационного общества в контексте проблем, рассматриваемых в данной работе, наибольший интерес представляют следующие публикации: *Афанасьев В. Г.* Общество, системность, познание и управление. — М.: Политиздат, 1981; *Митин Н., Рихта Р.* Техника, общество, человек. — М., 1981; *Мендоуз Д. Х.* и др. Пределы роста. — М.: Прогресс, 1969; *Гелбрайт Дж.* Новое индустриальное общество. — М.: Прогресс, 1969; *Моисеев Н. Н.* Человек и ноосфера. — М., 1990; *Саймон Б.* Общество и образование. — М., 1989; *Чуканов И. А.* Информационная экономическая теория. — М.: Мир, 1994; *Ларионов И. К.* Социальная концепция личности, общества и государства. — М.: Союз, 2000; *Экономика и экология / Под ред. Н. Н. Агапова.* — М.: РЭА, 2000; *Данилов А. И.* Общественное воспроизводство: Комбинационный экономический эффект. — М., ИВЦ «Маркетинг», 2002; *Алиев А. Т.* Развитие теоретических основ ценообразования в условиях эволюции социально-экономических отношений. — М.: Экономика, 2003.

² Становление постиндустриального, иначе говоря, информационного общества, вовсе не означает отказа от индустриальной материально-технической базы, не приводит к свертыванию индустрии, но предполагает ее кардинальное преобразование на основе взаимодействия экологизации и научно-технического прогресса. Другое дело, что информатизация открывает возможности не только реального прогресса общества, но и гипертрофированного разрастания спекулятивно-посреднической сферы, концентрируемой в США и других странах Запада, которые при этом берут курс на сокращение индустрии у себя и перемещение ее в страны с дешевой рабочей силой.

³ Неудачная попытка осуществить такую революцию имела лишь в СССР и других социалистических странах. Однако эта попытка закончилась неудачей по ряду причин: 1) навязывания сверху методом принуждения и примитивной пропаганды единого для всех разных людей мировоззрения — марксизма-ленинизма; 2) определение социального статуса и общественное признание прежде всего на основе принадлежности и сопричастности к партийной номенклатуре; 3) противоречия провозглашаемых целей построения «царства людей труда» реальной жизни, когда трудящихся награждали местом на доске почета, а партийные чиновники, махинаторы и воры и т. п. демонстрировали престижно-потребительский образ жизни по западным стандартам, которые партийная номенклатура сделала недоступными для людей труда, несмотря на огромное богатство страны.