



УДК 338.242(045)

Информация в условиях подвижности и неопределенности рынка: современные экономические воззрения

ШАПКИН ИГОРЬ НИКОЛАЕВИЧ,

д-р экон. наук, профессор, заведующий кафедрой «Экономическая история и история экономических учений» Финансового университета при Правительстве Российской Федерации

E-mail: history.uf@yandex.ru

ТИМИНА ЕЛЕНА ИВАНОВНА,

канд. экон. наук, доцент, начальник отдела аспирантуры и ординатуры Центральной государственной медицинской академии Управления делами Президента Российской Федерации

E-mail: eitimina@yandex.ru

Аннотация. В статье говорится о том, что современная экономика — это динамичная система, развивающаяся под влиянием различных факторов. Отличительными чертами рынка становятся транснационализация товаров и услуг, создание разветвленных сетей экономических цепочек. Это выражается в многообразии производства товаров и услуг, в учете индивидуальных качественно новых запросов потребителей, увеличении информационно-емких свойств в содержании товаров и услуг, в изменении форм экономической активности населения, в стремлении бизнеса к быстрым доходам, основанным на риске, в бесконечных изменениях, модернизациях и подстройках экономики к инновациям и болезненным шокам. Наряду с этим при постоянно увеличивающемся объеме информации поведение современного человека склонно к рационально-иррациональной реакции, которая также придает повышенный динамизм хозяйственному развитию и подталкивает к очередным изменениям сложившиеся экономические механизмы.

Ключевые слова: информация, инновация, подвижность и неопределенность рынка, рыночный механизм, рациональное и иррациональное поведение человека, экономический ресурс.

Information in conditions the mobility and uncertainty of the market: modern economic views

SHAPKIN IGOR NIKOLAEVICH,

doctor of Economics, professor, Head of the Department of Economic History and Economic Thought of Financial University under the Government of the Russian Federation

E-mail: history.uf@yandex.ru

TIMINA ELENA IVANOVNA,

PhD in Economics, associate professor, head of department of postgraduate study and internship Central state medical academy Presidential Property Management Departments of the Russian Federation

E-mail: eitimina@yandex.ru



Abstract. The article states that the modern economy is a dynamic system, developing under the influence of various factors. The distinctive features of the market are the transnationalization of goods and services, the creation of networks of economic branched chains. This is reflected in the variety of goods and services, in the consideration given to the qualitatively new demands of individual consumers, in the increase of information-intensive properties in the content of goods and services, in the changing of forms of the population's economic activity, in the business striving for risk-based rapid income, in the endless variations, modernization and economy adjustments to innovations and painful shocks. In addition, at an ever-increasing amount of information the behavior of modern man is inclined to the rational-irrational reactions, which also gives economic development an increased dynamism and pushes the existing economic arrangements for the next change.

Keywords: information, innovation, the mobility and uncertainty of the market, market mechanism, rational and irrational human behavior, economic resource.

В новой экономике исследователи ищут объяснение процессов и явлений за пределами экономической науки, что позволяет выдвигать альтернативные теории. Важнейшим направлением в современной экономической науке стало исследование неэкономических факторов, влияющих на хозяйственную деятельность и поведение людей.

С середины 1990-х гг. состояние бизнеса и экономики все более ощутимо зависит от динамики и конкуренции различных интересов. В хозяйственной сфере возникают новые проблемы, решение которых традиционными подходами, «проверенными временем» методами и средствами, как правило, затруднительно. Предположение, что рынки являются равновесными, саморегулируемыми и эффективными, не имеет твердого основания. Для того чтобы они стали таковыми, требуется особый набор условий. Однако сложиться ему в реальной хозяйственной жизни очень непросто. Динамичность современной экономики ставит под сомнение устойчивость рыночного механизма, так как для этого имеются основания.

Одна из причин неустойчивости рыночного механизма заключается в географии рынка. Во-первых, сегодня рынок распространен повсеместно — географические возможности расширения его границ закончились.

Во-вторых, по мысли Ф. Броделя, рынок «перестает быть хитросплетением каналов, по которым товары, произведенные человеком, достигают другого, и наоборот. Нарушается классическое понимание обмена как взаимности, в которой любому передвижению

соответствует определенное возвратное движение, когда обмен замыкается по кругу» [1, с. 127]. К настоящему времени весь мир посредством информационно-коммуникационных технологий интегрирован в сетевые обменные операции, обмен прямого и обратного движения растворился в сетях.

В-третьих, увеличились потоки товарной массы, что оказало влияние на пропускную способность рынка, создало предпосылки для транснационализации производства товаров и услуг и усложнило общественные и экономические взаимосвязи.

В-четвертых, по мере того, как все большее число предприятий оказалось участниками глобальной экономики, установить точно национальную принадлежность произведенного товара стало затруднительно. Учет, который фиксирует сделки, связанные с промежуточными товарами и сопутствующими услугами, поступлениями и прибылью, вряд ли может указать производителя товара или услуги. Сегодня экономисты и политики ставят вопрос о национальной принадлежности продукции, о доли производимой продукции в рамках данной страны с тем, чтобы ее можно было учитывать, как «внутреннюю», а не как «иностранную» [2, с. 513–515]. «Можно утверждать, — напишет Э. Тоффлер в своей книге “Третья волна”, — что построение этой сложной структуры человеческих отношений и ее мощное распространение по планете есть достижение цивилизации» [3, с. 462].

Причиной неустойчивости рыночного механизма является и то, что потребитель пос-



редством информации постепенно вторгается в производство, многие материальные и нематериальные товары и услуги создаются производителем и потребителем сообща. При выборе товара (услуги) потребитель моделирует свою покупку по предложенным спецификациям, а современные технологии приспособлены изготовить товар (предоставить услугу) по запросу потребителя. В условиях такой добровольной производственной интеграции потребителя происходит, по выражению Э. Тоффлера, «неизбежное сужение разрыва между спросом и предложением». Современный потребитель, оказывая себе услугу, перемещает часть производства «из видимой экономики, которую отслеживают экономисты, в прозрачную экономику», стирая различия между производством и потреблением [3, с. 433–445]. Между тем рынок и цена, которые всегда были своеобразной «реакцией» этого разрыва, реагируют, предлагая очередные новинки товаров и услуг, произведенных в союзе производителя и потребителя. Располагая необходимой информацией, потребитель, сам того не подозревая, включается в качестве участника в производственный процесс и тем самым подрывает содержание рыночного механизма, смысл которого в том, что со стороны спроса выступает потребитель, а со стороны предложения — производитель.

На возрастание роли рекламы обратил внимание Ж. Бодрийар. Он писал, что предпринимательству следует подумать «не только о производстве товаров, но и о производстве спроса потребителей, и это второе производство неизмеримо дороже первого» [4, с. 202]. Влияние рекламы на механизм спроса и предложения поначалу было почти незаметным, но со временем реклама через построение «имиджа» товару и его производителю создала новую оплаченную форму убеждения делать покупки.

Неустойчивость рыночного механизма становится еще более ощутимой по мере того, как материальная продукция уступает место нематериальной. Согласно классической экономической теории для материальной продукции, как только предложение превышает платежеспособный спрос, начинается товарное перенакопление и образуются излиш-

ки нереализованной товарной массы. Противоположная ситуация складывается в сфере производства и потребления нематериальной продукции, избыточные мощности лишь укрепляют рынок и одновременно создают условия для множественности в действиях производителя и потребителя.

Наблюдаемые в экономике быстрые перемены в формах экономической активности дают основание утверждать о подвижности рыночного механизма. Подвижность рынка создается вследствие одновременного существования высокотехнологичного и ручного труда: и тот и другой приобретают уникальные формы. С одной стороны, новые технологии, являясь первоосновой новых отраслей и новых товаров, создают дифференцированные рынки и тем самым развивают и усиливают конкуренцию. А хозяйственный успех, как известно, принадлежит тому, кто легче адаптируется к частым изменениям. С другой стороны, чем более автоматизируется товарное производство, тем более увеличивается относительная стоимость товаров и услуг, произведенных вручную. Ручной труд становится уникальной ценностью и следует ожидать, что цена многих неавтоматизированных товаров и услуг со временем будет расти [3, с. 441]. Что касается заработной платы, то разрыв в оплате высоко- и низкоквалифицированного труда будет все больше увеличиваться.

Динамика рынка проявляется и в особенностях современной трудовой деятельности — между работодателем и работником сложились новые отношения. При найме стал популярным прием на работу временного персонала. Объясняется это гибкостью, которую получают и работодатель, и временный сотрудник («внештатный сотрудник», как писал П. Друкер [5, с. 128]). Среди экономически активного населения наблюдается тенденция к увеличению численности частично занятых сотрудников, что оказывает влияние на спрос и предложение на рынке труда. При неполной занятости появляется свободное время, а это несет перемены в поведении самого работника. Имея свободное время, индивид инвестирует его в развитие собственного потенциала, в повышение образовательного уровня и заполняет это время



досугом. Образование становится непрерывным процессом, сопутствующим человеку всю его жизнь. А в досуге, как правило, люди стремятся к активному отдыху, который гарантирует психологическую разрядку, укрепляет физическое и эмоциональное состояние человека с тем, чтобы обострить и развить, по замечанию Р. Флориды, творческие начала, необходимые в профессиональной деятельности [6, с. 134–136].

Условия неопределенности в механизме рынка большей частью зависят от поведения индивидов, которое в экономической теории считается рациональным. Рациональные индивиды могут выполнить в конкретных обстоятельствах один-единственный набор действий, и, с другой стороны, их рациональное поведение должно быть последовательным. В противном случае, полагает Н. Талеб, в экономическом поведении человека трудно вывести общие правила в настоящем времени и еще труднее прогнозировать его будущее поведение [7, с. 300–301].

Вместе с тем нельзя не учитывать, что каждый индивид имеет непредсказуемую склонность изменять решения по ходу деятельности, а при возрастающем объеме информации — к увеличению степени индивидуальной иррациональности. Ч. Киндлбергер и Р. Алибер доказывают, что наряду с рациональными действиями в экономическом поведении достаточно много иррационализма и что иррациональность возникает не как случайное отклонение от рационального поведения, — при определенных условиях она опережает и даже подавляет рациональность [8, с. 73–98]. Тот факт, что люди поступают иррациональным образом, приводит к неожиданным последствиям. Некоторые фирмы находят для себя выгодные возможности в непоследовательном поведении людей и умело пользуются «слабостями» потребителя, его иррациональностями [7, с. 303].

Нередко люди принимают решения на основе эмоций, под влиянием окружающих. Индивид может примкнуть к движению, имеющему шансы сиюминутного успеха. Такое поведение А. Кирман объясняет несостоятельностью рациональных ожиданий, отсутствием твердых убеждений при опровергающих свидетельствах. Исследуя поведение людей, он ввел в

экономическую теорию термин «поведенческий фактор взаимодействия» [9, с. 237]. В повседневной экономической деятельности люди ведут себя вполне последовательно, но такая последовательность может существенно отличаться от вариантов допустимой рациональности. В этом смысле они являются предсказуемо иррациональными, а модель рационального поведения в условиях неопределенности не просто очень условна, а совершенно непригодна для описания действительности [10, с. 302]. Психологические особенности людей в условиях рационального и одновременно иррационального поведения приводят современный рынок к повышенному динамизму и состоянию неустойчивости.

Основанием считать рыночный механизм подвижным являются сбои, которые допускают рынки, — для определенных этапов развития экономики характерны периоды неустойчивости с высоким уровнем безработицы, инфляции, неполной загрузкой мощностей, искажением распределения ресурсов. В информационную эпоху финансовый сектор отличается созданием рискованных услуг, которые в течение определенного времени обеспечивают нормальную доходность, при этом их недостатки (хищническое кредитование, схемы Понци, ценовые ажиотажи, надувание пузыря на рынке недвижимости и другие откровенно мошеннические схемы) остаются скрытыми. Как пишет Дж. Стиглиц о кризисе 2008 г., основное внимание здесь уделяется тем, «кто, действуя в рамках закона, занимался разработкой, упаковкой, переупаковкой и продажей токсичных продуктов и вел себя при этом настолько безрассудно, что в совокупности такое поведение стало угрожать крахом всей финансовой и экономической системы» [10, с. 327]. Последствия кризиса 2008 г. обнажили не только недостатки финансовой и экономической модели, но и глобальные недостатки общественного устройства в целом. Отличительной чертой экономики XXI в. стала ее подстройка к болезненным шокам, к рыночным диспропорциям и колебаниям. Впрочем, болезненные шоки в форме кризисов, по словам Ч. Киндлбергера, существовали всегда и на протяжении последних четырех столетий возникали примерно раз



в 10 лет [8, с. 73–98]. Поэтому кризисы можно отнести к обычным элементам экономической жизни. Однако непрерывная адаптация к сбоям и переменам рынка является отличительной особенностью настоящего времени.

Многие экономисты пытаются ответить на важнейший вопрос рыночной экономики: что делает экономику нестабильной, постоянно движущейся от процветания к депрессии и обратно? Рыночный механизм, который позволяет экономике выбираться из неравновесного состояния, как полагает Дж.М. Кейнс, не является врожденным и регулируемым «невидимой рукой» — в его основе лежит неопределенность и неуверенность, поэтому государство должно взять на себя большие полномочия и играть регулируемую роль в распределении ресурсов и поддержании спроса. Будущее процветание (или регресс) зависит от тренда в динамике нестабильных рынков, находящихся под влиянием постоянно изменяющихся условий и правил.

О неизбежности изменений правил П. Друкер высказался следующим образом: «Перемены перешли в ту же категорию, что смерть и налоги: лучше встретиться с ними попозже, а еще лучше не встречаться никогда» [11, с. 106]. Перемены стали нормой в повседневной жизни и, безусловно, они сопряжены с потерями и риском. В период перемен выживает тот, кто приспосабливается к ним и использует открывающиеся возможности. В эпоху перемен возрастает потребность к соблюдению разумного баланса рисков и выгод, возникающих на рынке. Любой совершаемый выбор оказывает влияние на последующие результаты. Чувство уверенности, которое в современной экономике обеспечивается безопасностью жизни, социальной защитой и другими протекционистскими мерами, позволяет людям брать на себя более высокие риски. Это, в свою очередь, создает, как отмечает Дж. Стиглиц, динамику в общественных отношениях [10, с. 339].

В современной экономике резко возрастает роль, место и значение информации. С подачи Д. Белла любая трудовая деятельность стала рассматриваться как деятельность, основанная на информации. Труд, связанный с производством информации, включает сбор данных, их интерпретацию, создание новой информации,

ее последующее распространение, материализацию информации в произведенном продукте.

Экономисты различают информацию как ресурс производства, как фактор производства и как продукт производства или товар, если он произведен для обмена. Информация в качестве производственного ресурса необходима для совершения экономическим агентом рационального выбора, что выражается в определении нужного типа и объема информации, а также в способности агента получать и передавать ее, т.е. в степени владения агентом экономическими компетенциями. Таким образом, информация есть процесс превращения неких исходных данных в необходимое знание, которое может быть использовано экономическим агентом для анализа реальной ситуации (впрочем, может и не быть использовано). Информация как фактор производства аналогична другим факторам. В процессе производства информационный фактор переносится на качество производимого продукта, если этот продукт имеет материальную сущность и реализуется в его свойствах. Информация, вложенная в произведенный продукт, сопровождает его на протяжении всей жизни до полной утилизации. В случае создания нематериального продукта, информационный фактор подвержен многочисленным копированиям и нескончаемым модернизациям со стороны пользователей. При этом каждый потребитель, копируя его, вольно или невольно становится производителем информации. Процесс может продолжаться или до бесконечности, или до утраты полезности нематериального продукта. По мнению японского экономиста Т. Сакайи, характерным признаком современного общества является не сам факт широкой распространенности знаний и информации, а то, что они непосредственно воплощаются в большинстве благ, создаваемых в обществе, и таким образом экономика превращается в систему, функционирующую на основе обмена знаний и информации [2, с. 348].

В последней трети XX в. информационно-коммуникационные технологии позволили по-новому обеспечить функционирование техники и создать информационную организацию производства. На основе этого начали быстро распространяться передовые идеи и появляться



новые технологии. Произошло выделение самостоятельных отраслей, занятых производством, обработкой, распространением и хранением информации. Информационные отрасли создали новые рынки товаров и услуг: программного обеспечения, средств коммуникации, услуг по эксплуатации информационно-коммуникационных технологий, средств массовой информации; информационных, образовательных, научных услуг; консалтинга, информационной безопасности, маркетинга, рекламы, посредничества в заключении контрактов и т.д. Электронные технологии позволили постоянно и надежно обмениваться информацией. В экономической деятельности акценты сместились в интеллектуальную сферу, а также в сферу информации и знаний.

Чтобы оперировать информацией, в технике принят способ, в котором информация выражается через последовательность двоичных кодов, и цифровая оболочка делает информацию доступным ресурсом. Для количественной оценки информации результаты довольно точно можно рассчитать в байтах. Основная идея состоит в том, что прирост информации за определенный период равняется изменениям информационного материала в базе данных. Полученная разница очищается от повторяющихся элементов, фильтруется по методике Хаусела–Каневского, и в результате можно иметь представление о приращении объема информации.

Развитие производства на основе информационного фактора определенно указывает на фундаментальные изменения в теории рыночного механизма. В спросе и предложении информационного продукта отсутствует разрыв между потребителем и производителем. Следует предположить, что разрыв между потребителем и производителем в спросе и предложении любой другой продукции, по мере насыщения ее информацией, будет сужаться. В результате все функции, роль и сила рынка, по выражению Э. Тоффлера, ставятся под сомнение [3, с. 445]. Хрупкость, неустойчивость, подвижность рынка делают экономику легко восприимчивой к различным колебаниям.

Многообразие видов, форм и неоднородность информации порождают большое количество проблем, связанных с ее использованием

в экономике. В этом состоит особенность информации как фактора (ресурса) производства. Исследователями выделен ряд свойств информации и знаний, требующих учета в хозяйственной деятельности с экономической точки зрения. Они не ограничены в пространстве. Это означает, что информация и знания не убывают по мере их использования и на их количество не влияет, сколько людей ими воспользуются впоследствии. Информация и знания живут вне зависимости от пространства. «Подобно квантовым частицам, они могут находиться в нескольких местах одновременно», — утверждает Т. Стюарт [12, с. 243]. Информация и знания благодаря своей структуре способны быстро и широко распространяться и при этом постоянно увеличиваться. По форме информация и знания многообразны (гетерогенны), и их материальная оболочка в современном мире расширяется и усложняется технологическими возможностями в производстве (книги, магнитофоны, ксероксы, телевизоры, компьютеры, факсы, телефоны, гаджеты). Информация и знания не отчуждаемы от человека, — приобретение одним человеком объема нематериального ресурса никоим образом не уменьшает возможность приобрести такой же объем другим индивидом.

В современную эпоху информация и знания из частного товара превратились в общественный. Они сохраняют и приумножают свою ценность. Такая особенность отсутствует в сделках с материальными предметами. Факт продажи информации или знания агенту не мешает продавать их другим агентам при условии соблюдения законов об интеллектуальной собственности. Используя нематериальный ресурс как товар, экономический агент при обмене получает прибыль и одновременно обогащает собственный интеллектуальный ресурс, повышая его производительность. Ни один другой ресурс при передаче его не может одновременно обогащать и получателя, и дарителя. Изобилие — еще одно качество, отличающее информацию и знания от иных экономических ресурсов. Информацию или знания производят каждый день, и в этом заключается их уникальное свойство. Со временем информация и знания устаревают, но не исчезают без следа, — благодаря



своей структуре они быстро и широко распространяются и при этом постоянно увеличиваются. Любая экономическая деятельность создает большой объем информации и знаний, чем потребляет.

В чрезмерном использовании информации возникает дефицит спроса на нужную информацию в нужный момент, обостряется конкуренция за владение ею, возникает проблема ее защиты: для человека — персональных данных и авторских прав, для компании — корпоративной информации, для государства — стратегически важной информации. У людей, бизнеса и государства появились стимулы к искажению информации, обозначились проблемы ее несовершенства (асимметричность, неполнота, отсутствие транспарентности, неодинаковая доступность). Если совокупный объем информации все время увеличивается, то допущение классической теории об ее полноте в наше время потеряло смысл. По этому поводу Ф. Бродель справедливо заметил, что «экономические законы живут столько, сколько делятся реальность и устремления той экономической эпохи, более или менее точным зеркалом и интерпретацией которых эти законы были» [1, с. 170].

Искажение информации проявляется в рыночных ценах, что создает логическое противоречие в стоимости продукции. Современный бизнес давно не полагается только на информацию, представленную ценами, считая, что рыночные цены не являются вполне информативными. С этой точки зрения большая часть расходов на получение информации связана с участием в своего рода гонке на скорость, цель которой — узнать что-то важное быстрее других и получить за счет этого прибыль. В этом соперничестве каждому участнику приходится тратить больше денег, чтобы не отстать от остальных [3, с. 319–320]. Информация о ценах может быть не самой важной информацией, и принимаемое решение часто определяется личным интересом и способностями человека. По мысли Ч. Хэнди, связано это с тем, что «рынок игнорирует все, что не имеет стоимостного

выражения» [2, с. 173]. Степень искажения цены зависит от стоимостной доли идеи или информации, заложенных в товаре в процессе его производства. Поэтому бизнес беспокоится о том, какую долю стоимости идеи он может присвоить себе, а не о том, какой будет общая отдача от реализации этой идеи для общества. Иными словами, у бизнеса есть стимул к искажению информации, поскольку рыночная цена все еще представляет собой лучшую и доступную информацию о стоимости продукции [3, с. 252].

Если совокупный объем информации все время увеличивается, то допущение о ее полноте в экономической сделке в наше время потеряло смысл. Гонка за информацией приводит к ее приросту, что означает возрастающий характер кривой совокупного объема информации на макроуровне. Скорость распространения совокупной информации и темп ее роста влияют на рыночный механизм, и тем самым нарушается поведение экономических агентов. Поэтому хозяйственная деятельность на микроуровне находится в состоянии воздействия ежедневных перемен, а сама экономика становится все более динамичной и неустойчивой.

Таким образом, рассматривая экономику как динамичную систему, можно полагать, что современный рынок и рыночные механизмы находятся под воздействием некой силы, которая формируется под влиянием информационных потоков и нарастающих перемен, в том числе связанных с инновационным стилем жизни. Возникновение этой силы происходит как иррационально-рациональная реакция людей на постоянно увеличивающийся объем информации. В условиях интенсивного информационного потока развитие экономики перестает быть плавным и равномерным, а сам рынок и его рыночный механизм спрос — предложение становятся подвижными. Такая информационная вовлеченность стимулирует общество и экономику к инновационному развитию.

Литература

1. Бродель Ф. Материальная цивилизация, экономика и капитализм, XV–XVIII вв. Т. 2. Игры обмена. М.: Прогресс, 1988.



2. Сакайя Т. Стоимость, создаваемая знанием, или История будущего; Райх Р. Труд наций. Готовясь к капитализму XXI века; Хэнди Ч. Алчующий дух за гранью капитализма: поиск цели в современном мире // Новая индустриальная волна на Западе / под ред. В.Л. Иноземцева. М.: Academia, 1999.
3. Тоффлер Э. Третья волна. М.: АСТ, 2004.
4. Бодрийяр Ж. Фантомы современности. Призрак толпы. М.: Алгоритм, 2008.
5. Друкер П. Управление в обществе будущего. М.: Вильямс, 2007.
6. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. М.: Классика XXI, 2007.
7. Талеб Н. Черный лебедь. Под знаком непредсказуемости. М.: КоЛибри; Азбука-Аттикус, 2010.
8. Киндлбергер Ч., Алибер Р. Мировые финансовые кризисы. Мании, паники и крахи. СПб.: Питер, 2010.
9. Болл Ф. Критическая масса. Как одни явления порождают другие. М.: Гелиос, 2008.
10. Стиглиц Дж. Крутое пике: Америка и новый экономический порядок после глобального кризиса. М.: Эксмо, 2011.
11. Друкер П. Задачи менеджмента в XXI веке. М.: Вильямс, 2007.
12. Стюарт Т. Интеллектуальный капитал. Новый источник богатства организаций. М.: Поколение, 2007.

References

1. Brodel' F. *Material civilization, economics and capitalism, XV–XVIII centuries. V. 2. Games exchange* [Material'naya tsivilizatsiya, ekonomika i kapitalizm, XV–XVIII vv. T. 2. Iгры obmena]. Moscow, Progress, 1988.
2. Sakayya T. *The value created by knowledge, or the History of the Future* [Stoimost', sozdavaemaya znaniem, ili Istoriya budushchego]; Raykh R. *Work of Nations. In preparation for the XXI century capitalism.* [Trud natsiy. Gotovyas' k kapitalizmu XXI veka]; Khendi Ch. *Those who hunger beyond the spirit of capitalism: the search for purpose in the modern world.* [Alchuyushchiy dukh za gran'yu kapitalizma: poisk tseli v sovremennom mire]. Novaya industrial'naya volna na Zapade. Pod red. V.L. Inozemtseva. Moscow, Academia, 1999.
3. Toffler E. *Third Wave* [Tret'ya volna]. Moscow, AST, 2004.
4. Bodriyyar Zh. *Phantoms of modernity. Phantom of the crowd* [Fantomy sovremennosti. Prizrak tolpy]. Moscow, Algoritm, 2008.
5. Druker P. *Control of the society of the future* [Upravlenie v obshchestve budushchego]. Moscow, Vil'yams, 2007.
6. Florida R. *Creative class: people who change their future* [Kreativnyy klass: lyudi, kotorye menyayut budushchee]. Moscow, Klassika KhKhI, 2007.
7. Taleb N. *Black Swan. Under the sign of unpredictability* [Chernyy lebed'. Pod znakom nepredskazuemosti]. Moscow, KoLibri, Azbuka-Attikus, 2010.
8. Kindlberger Ch., Aliber R. *The global financial crisis. Manias, panics and crashes* [Mirovye finansovye krizisy. Manii, paniki i krakhi]. SPb., Piter, 2010.
9. Boll F. *Kriticheskaya massa. Critical mass. As some have other effects* [Kak odni yavleniya porozhdayut drugie]. Moscow, Gelios, 2008.
10. Stiglits Dzh. *Steep dive: America and the new economic order after the global crisis* [Krutoe pike: Amerika i novyy ekonomicheskiy poryadok posle global'nogo krizisa]. Moscow, Eksmo, 2011.
11. Druker P. *The objectives of management in the XXI century* [Zadachi menedzhmenta v XXI veke]. Moscow, Vil'yams, 2007.
12. Styuart T. *Intellectual capital. New source of wealth organizations* [Intellectual'nyy kapital. Novyy istochnik bogatstva organizatsiy]. Moscow, Pokolenie, 2007.