

КАК ПОСТРОИТЬ ЦИФРОВУЮ ЭКОНОМИКУ С ЧЕЛОВЕЧЕСКИМ ЛИЦОМ?

Развитие цифровых технологий приводит к изменениям во всех сферах жизнедеятельности человека. Без учета социально-психологических факторов нельзя построить эффективные экономические модели, поскольку главным субъектом экономического поведения является живой человек с присущими ему мотивами, ценностями, интересами, противоречиями и т.п. Оценка социально-психологических рисков должна выступать в качестве основной задачи при анализе новых реалий, возникающих в процессе цифровой трансформации.

Ключевые слова: цифровая экономика, интернет-сообщества, социально-психологические факторы, цифровая трансформация.

K.S. Lisecky, Samara University

HOW TO BUILD A DIGITAL ECONOMY WITH A HUMAN FACE?

The development of digital technologies leads to changes in all spheres of human life. Without taking socio-psychological factors into account, it is impossible to build effective economic models, because the main subject of economic behavior is an alive person with inherent motives, values, interests, contradictions, etc. Assessment of socio-psychological risks should be the main task in the analysis of new realities arising in the process of digital transformation.

Key words: digital economy, Internet communities, socio-psychological factors, digital transformation.

Фондовый рынок – отражение социально-экономических событий. Любой рынок состоит из людей, а фондовый рынок – это своеобразный «экран», на котором в реальном времени отражаются значимые события в виде изменений стоимости основных мировых валют. Здесь мы можем наблюдать, как перераспределение ресурсов планеты, природные и техногенные катастрофы, политические события и социальные конфликты влияют на колебания котировок. Несомненное достоинство этого «экрана» – наглядность.

В зависимости от происходящих событий, можно с высокой долей вероятности предсказывать колебания курса валют или акций различных компаний.

Отношение людей к происходящим событиям также открыто можно наблюдать в сети Интернет, где в социальных сетях, на различных форумах и т.д. человек открыто выражает свою позицию, предпочтения и интересы.

Как только ученые найдут оперативный способ соотносить между собой динамичные изменения биржевых котировок и картину изменения интересов и тревог больших социальных групп, возникнет возможность с большой точностью выявлять связи между этими изменениями, что, в свою очередь, создаёт новые прогностические возможности.

Изменения в повестках социальных сетей – своего рода социально-психологическое «эхо» в «мозаике» биржевых и экономических показателей.

Результаты изменения повесток можно рассматривать как по отдельным территориям, так и в совокупности, даже на уровне планетарного масштаба, прогнозируя международные колебания в экономической сфере.

Еще совсем недавно многие ученые (особенно зарубежные) рассматривали цифровизацию экономики как способ взять под контроль все глобальные экономические процессы, сделать их не только прогнозируемыми, но даже планируемыми. Ожидания, однако, не оправдались. Оказалось, социальная реальность в ситуации глобальной неопределенности всякий раз вносит свои коррективы в самые точные экономические расчеты.

В своей работе «Цифровой провал» Т. Дейвенпорт и Дж. Уэстерман в апреле 2018 года публикуют результаты своего многолетнего исследования массовой цифровизации экономики и связанных с этим проблем [1].

Они описывают попытки цифровой трансформации своих продуктов и услуг, предпринятые крупнейшими компаниями. Цифровая индустриализация компаний включала в себя разработку впечатляющих цифровых инструментов, внедрение датчиков во многие продукты, разработка мощных платформ для интернета вещей и, в конечном итоге, полная трансформация бизнес-модели для производственных решений. Цифровая трансформация затрагивала также процессы, связанные с внешним взаимодействием – отношения с поставщиками и продажи. Компании потратили значительные средства на развитие цифровых продуктов, перестройку инфраструктуры и сопровождение бренда, привлекли огромное внимание СМИ. Некоторые показатели деятельности, такие как рентабельность, начали улучшаться, но курс акций этих компаний стагнировал годами, что привело к недовольству акционеров и инвесторов. Переход на цифровые технологии не окупился быстро и в достаточном объеме.

В 2014 году компании GeneralElectric, Lego, Nike неожиданно вдвое сократили свои цифровые подразделения. Procter&Gamble претендовала стать «самой цифровой компанией на планете», но тоже столкнулась с проблемами роста в сложных экономических условиях. Burberry намеревалась стать лучшим в мире цифровым брендом класса «люкс», но после первых успехов показатели также начали ухудшаться. Компания Ford активно инвестировала в цифровые инициативы, но столкнулась со снижением роста цен на акции в связи с проблемами издержек и качества в других подразделениях компании [1].

Если взглянуть на ситуацию с точки зрения социальной психологии, опираясь на работы Т. Дейвенпорта, Дж. Уэстермана и др., можно сформулировать несколько предположений.

Во-первых, множество факторов, таких как бизнес-модель, востребованность продуктов, уровень покупательной способности граждан, даже мода, могут повлиять на успех крупной или мелкой компании сильнее, чем её цифровые инструменты. Это значит, что не следует рассматривать цифровые инновации как единственный путь к процветанию компаний и общества.

Во-вторых, опираясь на выводы, сделанные Т. Дейвенпорт, Дж. Уэстерман, цифровые инструменты нельзя просто купить или подключить к организации, они многогранны, быстро распространяются, но состоят не только из технологий. Комплексная концепция развития мира «Общество 5:0» расширяет известную концепцию «Индустрия 4:0» и не ограничивается только лишь производственным сектором, а решает социальные проблемы с помощью интеграции физического и киберпространства.

В-третьих, цифровая трансформация – это постоянный процесс, меняющий способ ведения производства и бизнеса в целом, однако этот процесс осуществляют люди и, что особенно важно, для людей. Без учета динамики человеческих потребностей и мотивов, осознаваемых и не осознаваемых, меняющихся ценностей и убеждений, без учета динамики интересов и предпочтений, без понимания социально-психологических противоречий и механизмов цифровая экономика не сможет быть эффективной.

В-четвертых, важно соотносить производственные, цифровые инвестиции и инвестиции в человеческий капитал в условиях возрастающей неопределенности, сложности и разнообразия текущей реальности.

Финансирование «большой цифровой стратегии» в ситуации всё более выраженной неопределенности окружающего мира, требует постоянного

зондирования происхождения источников неопределенности, постоянного исследования социально-психологических процессов и противоречий.

Экономисты не могут просчитать противоречивые устремления человеческой личности, её способность к самопричинности, изменчивость предпочтений и неустойчивость отношений к различным продуктам и услугам.

В истории экономики хорошо известны случаи, когда банки лопаются не из-за нехватки активов, а по другим причинам, не имеющим отношения к финансовой надежности банка. Их либо «приговаривают» определенные силы, независимо от эффективности деятельности банка, либо отток значительного количества вкладчиков, которые поверили в банкротство конкретного банка, приводят к его закрытию. Хаос и абсурд в реальности бывают реалистичнее любых расчетов, но их особенности (масштабность, длительность, повторяемость, реактивность) можно косвенно обнаружить в поведении людей, включенных в макросоциальные группы. До сих пор никому в мире не удалось поставить под контроль колебания биржевых котировок. Но тот, кто сможет согласовать «социальный хаос», индивидуальную психологию, определяющую настроение людей, с экономическими расчетами, превзойдет амбиции любых профессиональных аналитиков. Тот, кто сможет спрогнозировать динамику представлений людей по поводу их собственных представлений и ожиданий, тот сможет оказаться рядом с носителями новых прорывных идей развития экономики.

Реальность представлений людей неоднородна, это затрудняет любой линейный прогноз взаимосвязи между социально – психологической и экономической реальностями. Американский социолог У. Томас сформулировал теорему: если человек определяет ситуацию как реальную, то она становится реальной по своим последствиям [2]. Сегодня быстро развивается виртуальная (цифровая) реальность. Она ещё недостаточно изучена с точки зрения влияния на человека, но очевидно одно: она существенно отличается от физической тем, что её предметы неосвязаемы. Изучение природы и свойств виртуальной реальности – серьезная фундаментальная проблема, решение которой открывает большие перспективы в процессе разработки и внедрения цифровых технологий. Наглядность, скорость и простота в получении результатов в виртуальной реальности облегчает повсеместность и массовость её использования.

Понимание взаимосвязи виртуальной реальности с физической и социально-экономической открывает для исследователей большие возможности в понимании и прогнозировании масштабных явлений

общественной жизни в различных сферах экономики, производства, экологии, образования, науки и культуры. Экономика – это не физика. Она должна изучать живых людей. Любой экономический кризис всегда включает коллективное ожидание людей – участников рынка о том, сколько сегодня стоят активы. Как только становится понятно, что активы переоценены, кризисы развиваются довольно быстро. Но оценка активов зависит и от того, что люди думают о своем будущем и о будущем этих активов. Человек, как правило, склонен делать то, во что больше верит. Он избирательно воспринимает информацию, и эта избирательность во многом управляется верой. Экономисты этого предсказать не могут.

Понятно, что возникновению кризисных социально – экономических условий глобального масштаба могут способствовать также климатические изменения на планете. Хотя в какой мере они связаны с деятельностью человека, пока не ясно. Тогда как социально – психологические изменения в ожиданиях и описаниях картины будущего, в отношениях к тем или иным явлениям действительности находят отражение в глобальной коммуникации виртуальных интернет-сообществ.

В настоящее время на основе имеющейся платформы «Социальный Эхолот» [3], мы работаем над проектированием более совершенной платформы, для исследований взаимовлияния социально-экономической, потребностно-мотивационной и ценностно-смысловой активности больших социальных групп в различных условиях неопределенности текущей реальности. Это может повысить точность прогноза последствий кризисных явлений в экономике и бизнесе, обществе и государстве. Достоверность анализа, планирования и инвестирования микро и макроэкономических процессов на конкретных территориях, будет способствовать повышению качества принимаемых масштабных решений.

Успешность той или иной социально-экономической модели определяют следующие факторы: географические (территориальные) условия, культурные традиции (новые и старые), научные достижения, ценностные ориентации, социальные нормы, ресурсы, технологии и инструменты. Тем не менее все перечисленные факторы способствуют жизнеспособности и развитию системы не сами по себе, а только в зависимости от текущего отношения людей к этим факторам, проявляющегося прямо или косвенно, в коммуникации между людьми. Мониторинг настроений и отношений через социальные сети, в интернет-сообществах – это научный, быстродействующий, прикладной тренд в современных междисциплинарных исследованиях.

Список литературы:

1. Дейвенпорт Т., Уэстерман Дж. Цифровой провал // Harvard Business Review, апрель, 2018. URL: <https://hbr-russia.ru/innovatsii/trendy/p26701> (Дата обращения 20.03.2021).
2. Соколов М.М. Как ожидания и последствия формируют социальную реальность // Постнаука URL: <https://postnauka.ru/video/23163> (Дата обращения 20.03.2021).
3. Rucarev I.A., Kozlov D.D., Kravcova N.S. etc. Application of the principal component analysis to detect semantic differences during the content analysis of social networks // CEUR Workshop Proceedings.2018. Vol. 2212. P.262-269. URL: <https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85055855767&origin=inward&txGid=71ec84d5b8a41aa46f88cc65cee6ce16> (Дата обращения 20.03.2021).