

Взаимосвязь телекоммуникационных инноваций и поведения человека

Научный руководитель – Рогожникова Варвара Николаевна

Даниленко Екатерина Алексеевна

Аспирант

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Экономический факультет, Кафедра философии и методологии экономики, Москва, Россия

E-mail: ketrin.dan@mail.ru

Изучая закономерности и феномены человеческого поведения, исследователи обращают внимание на такие факторы, как эмоциональная обусловленность [5], влияние культуры и социума [6], а также генетические и биологические аспекты формирования предпочтений [7], [4]. Однако наибольшее влияние на формирование поведенческих паттернов на сегодняшний день начинает оказывать развитие технологий и стремительное внедрение инноваций в повседневную жизнь.

Жизнь любого современного человека протекает под влиянием окружающих его технологий. Развитие технологий - непрерывный, самоусиливающийся процесс, нарушающий экономическое равновесие и вынуждающий экономических агентов вновь и вновь корректировать свои действия [1]. Технологические инновации способствуют расширению информационного пространства, доступного человеку, корректировке его потребительских предпочтений и рационализации принимаемых решений. Все это приводит к формированию новой модели поведения современных людей.

На сегодняшний день сфера телекоммуникаций является одним из наиболее инновационных и динамично развивающихся сегментов мировой экономики. Инновации в сфере телекоммуникаций в первую очередь связаны с изменениями в потоках информации, доступной пользователям. Именно информация становится одним из ценнейших ресурсов в современном обществе [3]. Объем доступной информации может рассматриваться и как характеристика экономического агента, и как характеристика окружающей его среды [8]. Технологии, обеспечивающие своевременный доступ к информации, ее структурирование и первичную обработку, способствуют изменениям потребительских предпочтений человека на рынке товаров и услуг, в том числе формированию новых потребностей.

Инновации в сфере телекоммуникаций имеют свои определенные особенности. В качестве основных характеристик можно привести:

- инновация представляет собой комплексный продукт, включающий одновременно оборудование, услугу и технологию;
- неотъемлемость и непрерывность изменений: изменения в сфере телекома и мобильной связи напрямую затрагивают множество других отраслей экономики, способствуя появлению новых стандартов в хозяйственных и общественных процессах, что, в свою очередь, неизменно приводит к новой череде изменений;
- область распространения инноваций не ограничена определенной группой интересов, а включает всё население, в том числе выходя на международный уровень.

Кроме того, развитие цифровых и информационных технологий открывает человеку неисчерпаемые возможности к самообразованию и личностному развитию. Однако, с другой стороны, цифровизация также способствует тотальной рационализации всех сфер жизни человека, формализации процедуры принятия решений, и формированию некой стандартизированной модели поведения, что может привести к потере человеком своей индивидуальности [2].

Таким образом изменение поведенческих паттернов характерно не только для индивидов, непосредственно участвующих в производстве и внедрении новых технологий, но и для потребителей последних. Сложной методологической проблемой является оценка взаимосвязи поведения агентов с информационными инновациями и определение характера влияния инноваций на принятие экономических решений.

Релевантным методом исследования данного вопроса представляется проведение опросов и экспериментов. Ключевыми характеристиками экономического решения, например осуществления выбора на товарном рынке, являются время, затраченное на его принятие, и оптимальность (качество) данного решения.

Источники и литература

- 1) Артур У. Б, Теория сложности в экономической науке: иные основы экономического мышления // Terra Economicus. – 2015. – Т. 13. - № 2. – С. 15-37.
- 2) Тутов Л. А. Человек в цифровой экономике: возможности для личностного развития // Научные исследования экономического факультета. Электронный журнал. – 2017. – Т. 9. – № 4 (26). – С. 71-78.
- 3) Шваб К. Четвертая промышленная революция / М.: Эксмо, 2016. – 138с.
- 4) Beinhocker E. D. Evolution as computation: integrating self-organization with generalized Darwinism // Journal of Institutional Economics. – 2011. – Vol. 7. – № 3. – pp. 393-423.
- 5) Lee L., et al. In Search of Homo Economicus: Cognitive Noise and the Role of Emotion in Preference Consistency // Journal of Consumer Research. – 2009. – Vol. 36. – № 2. – pp. 173-187.
- 6) O'Boyle E. Does Culture Matter in Economic Behaviour? // Social and Education History. – 2016. – Vol. 5. – № 1. – pp. 52-82.
- 7) Robson A. The Biological Basis of Economic Behavior // Journal of Economic Literature. – 2001. – Vol. 39. – pp. 11–33.
- 8) Simon H. A Behavioral Model of Rational Choice // The Quarterly Journal of Economics. – 1955. – Vol. 69. – №. 1. – pp. 99-118.