

Информация Как Производственный Ресурс В Цифровую Эпоху: Теоретико-Прикладной Анализ

Бабаева Сабинабону Давронбек кизи

Студентка группы RIQ-3

Ташкентский государственный транспортный университет

Кафедра “Экономика транспорта”

Тел.: +998 50 500 25 40

E-mail: babaevas044@gmail.com

ABSTRACT

В статье рассматривается трансформация факторов производства в условиях цифровизации мировой экономики. Особое внимание уделяется роли информации как самостоятельного производственного ресурса, наряду с землёй, трудом и капиталом. Анализируются теоретические подходы различных экономических школ к понятию факторов производства, а также современное понимание информации как нематериального актива. Приведены практические примеры деятельности крупнейших компаний (Apple, Amazon, Google, Meta), чья бизнес-модель построена на эффективном использовании информации. Обоснована гипотеза о смещении акцента в структуре стоимости компаний от материальных к нематериальным активам. В заключение раскрываются как возможности, так и вызовы, возникающие в условиях новой цифровой производственной парадигмы.

The article examines the transformation of production factors in the context of global economic digitalization. Special attention is paid to the role of information as an independent production resource alongside land, labor, and capital. Theoretical approaches of various economic schools to the concept of production factors are analyzed, along with the modern understanding of information as an intangible asset. Practical examples from leading companies (Apple, Amazon, Google, Meta) are provided, whose business models are based on the effective use of information. The article substantiates the hypothesis of a shift in corporate value structures from material to intangible assets. In conclusion, it highlights both the opportunities and challenges arising within the new digital production paradigm.

Современная экономика переживает радикальную трансформацию производственных отношений, в рамках которой информация приобретает всё более стратегическое значение. Если в индустриальную эпоху главными факторами производства считались земля, труд и капитал, то сегодня всё большую роль играет информация, определяющая эффективность, инновационность и конкурентоспособность бизнеса. Для более глубокого понимания необходимо обратиться к истокам

ARTICLE INFO

Received: 11th April 2025

Accepted: 10th May 2025

KEYWORDS:

информация, факторы производства, цифровая экономика, нематериальные активы, информация как ресурс, экономика знаний, цифровизация, Apple, Amazon, Google, Meta, Ocean Tomo.

Information, production factors, digital economy, intangible assets, information as a resource, knowledge economy, digitalization, Apple, Amazon, Google, Meta, Ocean Tomo.

экономической теории. В классической политэкономии, представленной Адамом Смитом и Дэвидом Рикардо, основными составляющими производственного процесса признавались земля, труд и капитал. Эти элементы были ключевыми для создания материальных благ, а взаимодействие между ними рассматривалось в контексте рыночных отношений. С развитием экономической мысли в неоклассической школе, в частности у Альфреда Маршалла, к базовым факторам добавилось предпринимательство, под которым понималась способность эффективно организовать и использовать остальные ресурсы. В центре внимания оказался анализ рационального поведения субъектов и оптимизация использования ограниченных ресурсов. Переход к постиндустриальной модели обусловил значительное расширение перечня факторов производства. Теоретики постиндустриального общества, такие как Дэниел Белл и Мануэль Кастельс, выдвинули на первый план информацию, технологии и знания. Эти ресурсы стали рассматриваться как независимые и фундаментальные, отличающиеся высокой воспроизводимостью, масштабируемостью и способностью трансформировать всю структуру производства. При этом важность человеческого капитала, цифровых навыков и интеллектуального потенциала лишь усилилась. Понимание информации как производственного ресурса существенно углубилось в эпоху цифровизации. Информация сегодня выполняет множество ролей: она служит основой для принятия решений, используется в аналитике и прогнозировании, а также представляет собой самостоятельный товар, который можно обменивать, хранить, анализировать и монетизировать. Расширение возможностей её обработки благодаря технологиям Big Data и искусственному интеллекту позволило интегрировать информацию непосредственно в производственные и управленческие процессы. Эта тенденция особенно ярко проявляется в деятельности ведущих компаний мира. Так, корпорация Apple, более 80% рыночной стоимости которой составляют нематериальные активы, построила свою стратегию на основе глубокого анализа клиентских данных. Сбор, хранение и интерпретация информации о поведенческих предпочтениях пользователей позволяют формировать уникальные цифровые продукты и сервисы, усиливая вовлечённость потребителей в экосистему компании. Другая крупная корпорация — Amazon — превратила информацию в ключевой элемент операционной эффективности. Используя данные о клиентах, логистических потоках и рыночных трендах, компания не только оптимизирует цепочки поставок, но и управляет рекламной политикой, снижая транзакционные издержки и ускоряя процессы доставки. Примером масштабного применения информационного ресурса является и Google. Огромные массивы данных, полученные через поисковые запросы, геолокацию и поведение пользователей, становятся основой для построения алгоритмов машинного обучения, облачных сервисов и рекламных механизмов. Информация в этом случае служит не просто технической основой, но и активом, генерирующим значительную часть прибыли. Сходным образом функционирует и Meta, чья бизнес-модель построена на сборе и анализе информации о социальных взаимодействиях. Эти данные используются как входной ресурс для таргетированной рекламы, создания новых функций и оценки пользовательского опыта, что превращает информацию в ядро производственного процесса. Такая практика, характерная для большинства цифровых гигантов, отражает более широкий структурный сдвиг в мировой экономике.

Информационный капитал и рыночная стоимость

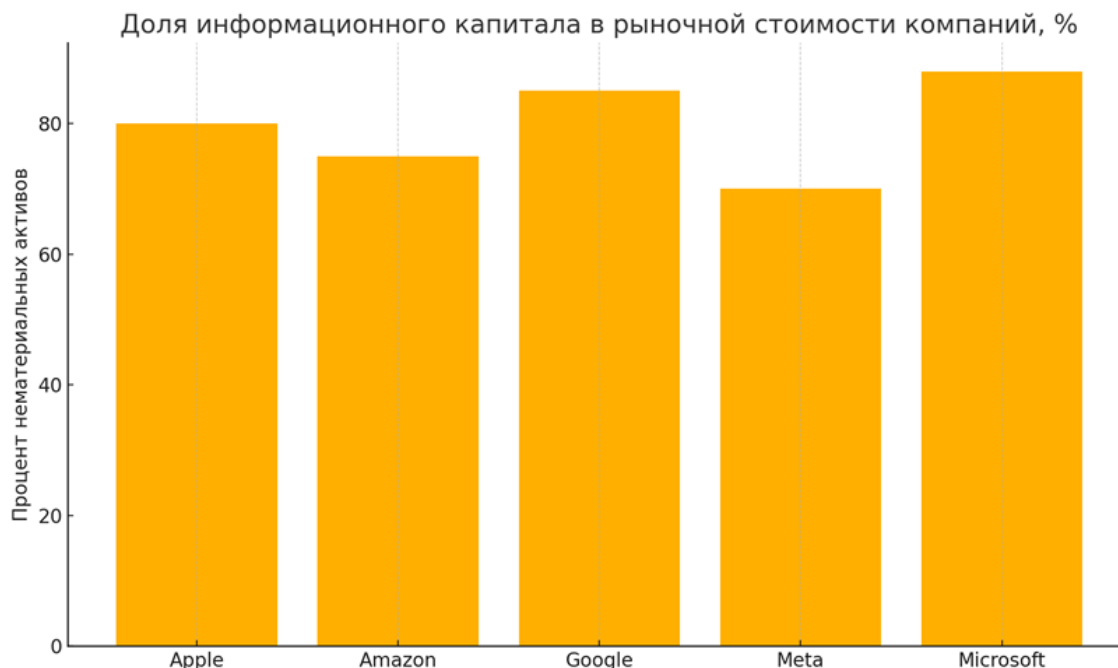


Рисунок 1. Доля информационного капитала в рыночной стоимости ведущих технологических компаний (в процентах)

В подтверждение этого, согласно отчёту Ocean Tomo (2023), в структуре рыночной капитализации компаний индекса S&P 500 более 90% составляют нематериальные активы — такие как данные пользователей, алгоритмы, патенты, программное обеспечение и репутационный капитал. Для сравнения, в 1975 году эта доля составляла лишь 17%, что подчёркивает стремительное смещение от традиционных производственных факторов — земли, труда и физического капитала — в сторону информации и знаний. Эта трансформация сопровождается не только новыми возможностями, но и вызовами — в частности, усилением зависимости от цифровой инфраструктуры и ростом киберрисков.

Подводя итог, можно утверждать, что информация заняла ключевое место в производственной системе современности. Её признание как полноправного фактора производства отражает смену экономической парадигмы и подчеркивает необходимость пересмотра подходов к оценке стоимости, управлению ресурсами и формированию стратегий развития. В условиях нарастающих киберугроз и цифрового неравенства эффективное использование информационного ресурса требует не только инвестиций, но и совершенствования навыков, этических стандартов и институтов регулирования. В результате формируется новая производственная реальность, в которой ценность создаётся не только физическим трудом, но и цифровыми экосистемами, алгоритмами и данными.

Список Использованных Источников

1. Smith, A. (1776). The Wealth of Nations.
2. Marshall, A. (1890). Principles of Economics.
3. OECD (2022). Measuring the Digital Transformation.
4. Ocean Tomo (2023). Annual Intangible Asset Market Value Study.
5. World Economic Forum (2021). The Global Competitiveness Report.
6. Appelbaum, E., Batt, R. (2014). Private Equity at Work.
7. Официальные отчеты Apple, Amazon, Alphabet, Meta, Microsoft.