

**Булина А. О.**, студентка магистратуры  
кафедры Экономической теории и экономической политики Экономического  
факультета СПГУ  
bulina.anna@gmail.com

## **Институты в новой экономике**

### **Аннотация**

Автор рассматривает роль и место институтов в современной экономике, вопросы развития экономики под влиянием эволюции ее институтов. В статье анализируется понятие новой экономики, изменение структуры издержек, поведения потребителя и проблемы анализа институтов данной экономической реальности.

**Ключевые слова:** глобализация, новая экономика, институты, информационные технологии, трансакционные издержки, трансформационные издержки.

**RePEc:** D02, P48

**УДК** 330.88

**Bulina Anna O.**, Master student  
Department of Economic Theory and Economic Policy,  
Faculty of Economics, St. Petersburg State University  
bulina.anna@gmail.com

### **Institutions in the new economy**

#### **Abstract**

The author considers the place and role of institutions in the modern economy, the development of the economy under the influence of the evolution of its institutions. This article analyzes the concept of the new economy, changing cost structures, customer behavior and problems analysis of the institutions of the economic reality.

**Keywords:** Globalization, the new economy, institutions, information technology, transaction costs, transformation costs.

**RePEc:** D02, P48

**УДК** 330.88

УДК 330.88

**Булина А. О.**, студентка магистратуры  
кафедры Экономической теории и экономической политики  
Экономического факультета СПбГУ  
bulina.anna@gmail.com

### **Институты в новой экономике**

**Bulina Anna O.**, Master student  
Department of Economic Theory and Economic Policy,  
Faculty of Economics, St. Petersburg State University  
bulina.anna@gmail.com

### **Institutions in the new economy**

Экономические процессы невозможно рассматривать в отрыве от контекста. Не являясь отдельно стоящей подсистемой общества, экономика влияет на все остальные системы, а также находится под воздействием внешних к ней, неэкономических факторов. К такому заключению пришла ещё историческая школа экономической науки. Так, по мнению Г. Шмоллера, чисто экономических процессов не существует, В. Рошер же постулировал необходимость знания сторон общественной жизни для изучения политической экономии. [21, 12]

Э.Г.Фуруботн и Р.Рихтер отмечают, что влияние институциональной структуры на экономику признавалось ещё авторами, придерживавшимися неоклассической традиции, например А.Маршаллом. [21, с.1-9] В альтернативных неоклассике школах начали формулироваться новые концепции, подвергая критике предпосылки о рациональности индивида и следовании им принципу максимизации. В том числе для объяснения устойчивости нерациональных стратегий Т. Вебленом было введено понятие

института. [4] В рамках «старого» институционализма, к представителям которого относится Т. Веблен, институты определяются как некоторые стереотипы мышления, общепринятые нормы, следование которым является само собой разумеющимся и не требует принуждения.

*Институты в современной экономической науке.* В 1975 году понятие новой институциональной экономической теории вводится О.И.Уильямсом, который определяет институты как механизмы управления контрактными отношениями. [20] Такие теории, рассматривающие институты как неотъемлемую и весьма важную часть функционирования экономики, можно объединить под термином «современная институциональная экономическая теория». [21, с. XXXI]

Институты – это и «правила игры», то есть формальные и неформальные нормы, и структуры и методы управления, способствующие их соблюдению. «Игроками» являются организации, группы людей и отдельные индивиды. Правила становятся институтом в том случае, если они применяются более чем к одному человеку, то есть являются общепризнанными, и имеют механизмы, принуждающие к соблюдению, то есть обладают некими санкциями. Ещё один важный элемент заключается в том, что обнаружение нарушителя и его наказание должны быть эффективными, то есть не требовать существенных, не адекватных ситуации усилий. Эволюционная теория определяет институты как стандартизированные, шаблонные модели принятия решений и их осуществления экономическими агентами. Для теоретико-игрового подхода институты – это равновесные состояния в типовой повторяющейся координационной игре. [25] По мнению Э. Шоттера, важно не содержание правил, а то, как их выполняют игроки. [15] Также институт можно определить как самоподдерживающуюся совокупность взаимосвязанных коллективно разделяемых убеждений о правилах игры, влияющих на

стратегии взаимодействующих агентов. [1]

Образуемая институтами структура обмена может существенно влиять как на транзакционные, так и на трансформационные издержки. Результативность «правил игры» зависит от мотивации и способностей игроков, а также от сложности условий окружающего мира. [12, с. 53] В связи с этим институты могут быть разделены по сложности решаемых задач и количеству участников. Специализация и увеличение количества участников увеличивают неопределённость. [5] Мир совершенной информации, где отсутствует неопределённость, не нуждается в институциональных рамках для минимизации транзакционных издержек.

Институты можно разделить также на общественные и государственные с точки зрения способа возникновения, субъектов-гарантов и инструментов-гарантов. Наиболее целесообразным для целей данной статьи представляется отталкиваться от деления по субъекту-гаранту. Таким образом, к государственным институтам относятся те нормы и правила поведения экономических агентов, которые формально закреплены на государственном уровне вне зависимости от того, были ли они созданы намеренно или произошла фиксация институтов, формировавшихся без участия политической власти. Условную границу между общественным и государственным институтом можно провести, руководствуясь следующим принципом – создание общественных институтов инициировано самим обществом, т.е. «снизу», в то время как государство создаёт институты государственные, «спуская» и закрепляя их «сверху».

На долю общественных институтов остаются все те «правила игры», которые формируются самим обществом, чаще всего не закреплены формально, а значит, применяющие при невыполнении санкции налагаются самим обществом, без участия государственной монополии на насилие.

Происхождение общественных институтов, не закреплённых в

формальных актах, чаще всего связывают с позитивным опытом. Их фиксация обеспечивается культурой, ценностными и мировоззренческими установками в поведении общества. Именно институциональные различия обуславливают специфику экономического развития различных регионов. Европейское сообщество, являвшееся достаточно разрозненным ещё к началу XX века, декларирует общность интересов, целей и путей их достижения, сонаправленность траекторий экономического развития, достигаемую благодаря интеграционным и глобализационным процессам. Развитие и взаимодействие «Азиатских драконов» или стран-нефтеэкспортёров исламской культуры происходит в соответствии со своими собственными устойчивыми институциональными системами, как формировавшимися на протяжении веков, так и возникшими сравнительно недавно. Институты формируются под воздействием организаций и людей, развивавшихся в свою очередь под воздействием тех или иных институтов. Они зависят от траектории предшествующего развития и не могут быть изменены в течение короткого времени. Наиболее ярко это можно проследить на примере коренных изменений политического устройства страны, таких как революции. Такие институциональные изменения, называемые Д. Нортон дискретными, приносят новые формальные правила, но общество долгое время сохраняет прежние традиции и неформальные установки.

Необходимость создания институтов может быть связана как с потребностью в снижении неопределённости и трансформации рисков, так и в чьих либо интересах. Посредством институтов обеспечиваются фокальные точки как возможность согласования действий в условиях затруднённости или невозможности обмена информацией. Это могут быть и принудительно внедрённые механизмы взаимодействий, служащие целям государства или иного максимизирующего субъекта. Так или иначе, посредством закрепления института в сознании, вне зависимости от того, официальные это санкции

или нет, осуществляется некоторое ограничение свободы действий, служащее для выработки неких единых поведенческих «маршрутов». Формирование неформальных институтов может быть связано с экономической нецелесообразностью создания формальных. Это объясняется, в том числе, тем, что институт с большей вероятностью продолжает существовать, если он эффективен, то есть средства, направляемые на его поддержание, как минимум не превышают получаемой полезности. Хотя длительное существование неэффективных на первый взгляд институтов возможно, это объясняется тем, что субъекты несущие издержки функционирования института не всегда совпадают с субъектом, получающим выгоду из-за сокращения собственных издержек.

Развитие экономики с точки зрения развития и изменения её институтов происходит под влиянием взаимодействия между уже существующими институтами, определяющими «правила игры», и организациями, которые являются «игроками». Появление новых институтов, по мнению Д. Норта, связано с возможностью усмотрения обществом возможностей получения прибыли, невозможных в рамках уже существующей системы институтов. Если при существующих ресурсах и технологиях возможно увеличить доход, но институциональные рамки не позволяют это сделать, то велика вероятность возникновения новых институтов. [12, с. 7] Феномены новой экономики являются именно такими условиями для формирования новых и преобразования старых государственных и общественных институтов.

**Понятие «новой экономики».** Создание нового подразумевает изменение устаревших правил и норм, их разложение или коренное преобразование. Этот процесс сложно описать в позитивном ключе. Подобно понятию буддийской нирваны, он требует негативных, отрицающих определений. Согласно Спинозе: «Всякое определение есть отрицание». Новое – это не то, что было.

Мир ощущает веяние новой экономики, [6, с. 7] но однозначного определения на сегодня не существует. Даются разнообразнейшие трактовки, различно учитывается охват и реальность этого явления. Существуют как мнения о необходимости практически полного пересмотра экономической теории и перехода на новую экономическую парадигму, так и течения, если и не полностью отрицающие новизну и изменения в экономических процессах, то ограничивающие новую экономику лишь сферой высоких, информационных технологий. [13, с.5-21

Суть того, что представляет собой «новое», составляющее новую экономику формулировали различно. Так Д. Белл говорит в первую очередь о постиндустриальном обществе. Характеризуя современный нам этап, он делает акцент также на переходе от постиндустриального общества к обществу сервисному. [3] Осью постиндустриального общества он называет возрастающую социальную и экономическую значимость теоретических знаний и их трансформационное воздействие на все сферы общества. Так как нарастает специализация и детализация и в науке [14], и практически во всех других видах человеческой деятельности, по мнению Белла, возрастает важность интегрирования разносторонних наблюдений и результатов разнородных исследований в единую теоретическую систему. Такая система приобретает большую ценность. Информация, знания и умения их использовать становятся властью. Обладание ими – ключ к свободе. Современные технологии позволяют выбрать любую из множества альтернатив достижения уникальных и разнообразных результатов. «Таковы перспективы, вопрос лишь в том, как их реализовать». [3]

Понимание Д. Белла близко к определению Э.Тоффлером [19] «супериндустриального» и «информационного общества», Д. Тапскотт ещё больше смещает акцент к роли информационно-коммуникационных технологий и сети Интернет, называя это «электронно-цифровым



обществом». В своей одноимённой работе [18] он выстраивает логику анализа по нарастанию: от отдельного человека, вооружённого компьютером, через внутри- и межкорпоративные сети к всемирной паутине. По мнению Тапскотта, на каждой ступени эффективность возрастает в разы по сравнению с прежней, «старой» структурой взаимодействия. Сумасшедшими темпами нарастают и противоречия, изменяются устоявшиеся роли и представления о правилах и нормах.

«Знание – это новое поле брани для стран, корпораций и индивидуумов» – заявляют Нордстрем и Риддестрале. [11, с. 27] По их наблюдениям, новые процессы, происходящие не только в экономике, но и в умах людей, следует охарактеризовать как «эру фанка». Знания и передовые технологии существенно изменили структуру и правила экономики: трансформация временных и пространственных горизонтов, вызовы гибкости бизнеса и инновационным процессам. В мире вызовов с постоянно возрастающими информационными потоками важным становится умение верно формулировать запросы. Особое внимание авторами уделено человеческому капиталу – личным качествам, интеллекту и компетенциям, а не обезличенной массе «трудовых ресурсов».

Информация в новой экономике выступает и в качестве технологической составляющей, и как экономическое благо, обеспечивая при этом взаимосвязь стадий производства. Это обуславливает преобладание доли нематериальных активов и самой информации как бренда и связанного с ним комплекса ассоциаций в стоимости конечного продукта. Благам, создаваемым фирмами новой экономики, свойственна низкая доля стоимости носителя в конечной цене, высокая доля же приходится на бренд. Стремление угнаться за модой, требования экологического законодательства и новейшие разработки подстёгивают спрос со стороны наиболее подверженных новым веяниям нишевых потребителей в ответ на предложение производителями

технически, социально, символически всё более совершенных продуктов. Ускорение товарных циклов приводит к тому, что моральный износ играет куда более существенную роль, чем физический. [16]

Важнейший для экономики вопрос редкости получает новое развитие. В дигитальную эпоху, при незначительных издержках тиражирования, значение приобретает статусность, способность продукта служить маркером принадлежности к группам. И Долгин, и Нордстрем с Риддестрале говорят о «клубах» и «племенах» новой экономики – таких сообществах потребителей, которые становятся обособленным сегментом для производителя. Это и сужение, происходящее из-за самосегментации потребителей, и расширение путём интернационализации и глобализации. У них может не быть ничего общего, кроме любви к одному и тому же весьма специфическому товару. Географическая удалённость, цвет кожи или сексуальная ориентация уже не важны, если только эти признаки не являются ключевыми для определения свойств продукта. Подобные тенденции дают некоторым исследователям основания говорить о новой стратификации, разделении не просто на клубы по интересам, а на более существенные группы, живущие в соответствии с идеологией брендов, составляющих основу статусного потребления участников группы. [6] Это только добавляет неопределённость для производителя, ищущего свой сегмент, для потребителя, определяющегося со своими потребностями и ищущего информацию о качестве в цене, ищущего, казаться участником какой группы ему психологически комфортнее.

Редкость переходит в сферу потребления ещё и потому, что в мире массового производства редким становится покупатель. Фирмы вынуждены буквально гоняться за каждым потенциальным покупателем. По данным М. Хаммера и Дж. Чампи, с 1980-х годов перестал существовать «клиент вообще», ему на смену пришёл «конкретный клиент». [23, с. 39-44] Именно из-за и для «конкретного клиента» фирмы устанавливаются новые высокие,

но гибкие стандарты. Мало производить качественный продукт по цене ниже, чем у конкурентов. За последние десятилетия необходимость комплексности, уникальности и привлекательности для клиента стала не просто одной из важнейших, а ключевой. Растущие вследствие разнообразия дополнительных услуг ожидания по отношению к одной компании влекут за собой рост требований ко всему рынку и всем игрокам.

Клиент как таковой может и не существовать на момент разработки продукта. Никто не предрекал наблюдаемую сегодня популярность персональных и тем более мобильных компьютеров. Этой потребности просто не существовало, пока не существовало возможности её удовлетворить. Фирмы не столько изучают существующие предпочтения покупателей, связанные с тем или иным продуктом и требованиями к нему, сколько трансформируют, подчас до неузнаваемости видоизменяют представления о том, что хочет конкретный клиент. Наиболее ёмко это выражено во фразе Алана Клэя, одного из отцов персонального компьютера, приводимой М. Хаммером и Дж. Чампи: «Выдающаяся технология сначала создаёт проблему, а затем её решает». [23, с. 132]

В условиях, когда любой конкурент может предложить продукт не просто более качественный или дешёвый, а совершенно новый, ещё неизвестный, редким становится не только потребитель. Основным носителем компетенций, необходимых для реализации ключевых направлений, успешного функционирования в новой экономике, является человек – его интеллектуальный капитал. Можно предположить, что в кризисных ситуациях сокращению подвергается так называемый «офисный планктон», в то время как работники, обладающие ключевыми знаниями и навыками, сохраняют свои рабочие места.<sup>1</sup> Последних Нордстрем и

---

<sup>1</sup> Отметим, что данное положение относится, прежде всего, к конкурентоспособным организациям, зачастую имеющим эффективную организационную структуру (вплоть до организационной адхократии [9]). Организации-аутсайдеры же, в погоне за сиюминутной

Риддерстрале предлагают называть «компетентами» (competents) [11, с. 147], то есть настоящими или потенциальными сотрудниками, обладающими важнейшими компетенциями. В идеальном случае это своего рода «титаны эпохи Возрождения»: их умения разнообразны, они постоянно учатся, не боятся бросить вызов и совершить ошибку, генерируют новые идеи. Совсем не очевидно, что рабочий день такого «титана» заканчивается одновременно с выключением офисного компьютера, мозг продолжает попытки разрешить увлѣкшие его задачи.

Главным носителем и потребителем знаний и информации является человек, и это, по выражению В.С. Сизова, определяет новую экономику как гуманистическую и антропоцентрическую. [10, с. 14] Изменения в структуре предприятия, приближающие руководителя к своим подчинѣнным, превращающие менеджеров из надзирателя в наставников и лидеров, ярко иллюстрируют данный тезис. Тем не менее, наряду с «Титанами», с этими практически «сверхлюдьми» с необходимостью сосуществуют узкие специалисты, взращѣнные концепциями, базировавшимися на смитовском разделении труда. Существование и острая потребность в первых совсем не отменяет важности и значимости вторых. Не все 100% популяции могут в равной степени быть инноваторами, предпринимателями или просто высококлассными специалистами.

Налицо противоречие концепции интеллектуального работника и общества потребления. Существует мнение, что создаваемый новой экономикой жизненный уклад тождественен массовой культуре, парадоксальному тотальному уравниванию на фоне значительной дифференциации по доходам. [6] «В то время как настоящий ученый нацелен, в первую очередь, на развитие науки, топ-менеджер – даже с ученой степенью – тратит всего себя исключительно на обеспечение высоких

---

прибылью, могут сократить компетентов, как слишком «дорогих» для организации.

прибылей компании». [7]

Для потребителя на сегодняшний день большую полезность могут принести не столько дефицитные, редкие блага, сколько распространенные, причём объединяющие в некую сеть, являющиеся маркером принадлежности к некоторой группе. «Предельная полезность от участия в потреблении таких благ может нарастать с увеличением числа потребителей; в результате активизируется конкуренция между производителями» – пишет К. Келли в работе «New Rules for the New Economy. Ten Radical Strategies for Connected World» [2, с. 12] Похоже, что именно эта тенденция позволила А.Долгину сформулировать концепцию «второй невидимой руки» в дополнение к существовавшей метафоре «невидимой руки».

«Вторая невидимая рука» – это уже не механизм уравнивания спроса и предложения, изменяющий цены и количество товара, но эффект от наблюдения за тем, что и кто потребляет. Конкуренцией «второй руки» управляют не цены, а сложные комплексы статусов, связанные с психологией толпы, ожиданиями, реализующиеся тем не менее через акты покупок и потребления. Это уже статусные покупки и статусное потребление, о факте которых должны сообщать множество условных сигналов и маркёров: от внешних, но вполне реальных, до исключительно виртуальных, существующих лишь в сети жестов. Трансформируясь, индивидуальность порождает свои копии и суррогаты в различных сетях и сообществах для целей утверждения некоторого положения, на поддержку которого и направлены статусные покупки.

В этих условиях происходит постоянное переформирование новой индивидуальности. Нарастает неопределённость во всех сферах человеческой деятельности вплоть до психологического и физического дискомфорта – это та цена, которую уплачивает общество за разнообразие полезных свойств и качеств товаров и услуг. Именно для снижения неопределённости общество

создаёт институты, которые призваны стандартизировать, нормировать процессы. Но загнанные в рамки процессы не производят тех прорывных инноваций, которые обеспечили бы процветание фирме хотя бы в коротком периоде.

Особые свойства сети связаны ещё и с тем фактом, что если человек и может являться участником многих сетей, то некий, созданный им образ, оказывается значимым только для конкретной сети. Образ вне контекста приобретёт совершенно иные смыслы или останется бессмысленным, что может негативно влиять на самовосприятие индивида. Э. Фромм показывал, что новое общество предпочитает «быть», а не «иметь». Но выбор между «быть» и «казаться» окончательно не сделан.

Статусные покупки – характерная черта новой экономики. Демонстративное потребление определяет стратегии значительных групп населения планеты. В условиях неопределённости такое, казалось бы, нерациональное поведение может являться и страховкой, залогом предсказуемости.

Новую экономику ещё и потому не следует считать лишь сектором с высокой долей информационных технологий, что рост доли транзакционных издержек по сравнению с трансформационными характерен не только для специфических нематериальных производств. Исторический процесс перехода от слабой специализации труда и контрактов в рамках малых групп к узкой специализации и максимальной географической культурной отдалённости агентов характеризуется и качественным изменением соотношения долей трансформационных и транзакционных издержек в конечной цене продукта.

К. Хубиев выдвигает предположение об уплотнении экономического пространства и времени [24, с. 63], когда, по мнению Нордстрема и Риддерстрале, происходит сжатие временных горизонтов и расширение

пространства деятельности предприятий и взаимодействия людей вообще. С одной стороны это соединение разнесённых на существенные расстояния отделы предприятия, с другой – ускорение процессов взаимодействия всех, а не только дальних, отделов. Тут становятся важными не только информационные технологии и различные сети, но и другие направления с высокой долей неощутимых активов, инновационные разработки: микроэлектроника, биотехнологии, новые материалы и другие.

Происходит изменение структуры издержек – в конечной цене товара преобладают уже не материальные ресурсы или затраты физического труда, а неосязаемые факторы: имидж и репутация, информационные технологии и интеллектуальный капитал, управленческие технологии и клиентские базы данных, инновационность продукта и идей – с одной стороны позволяет минимизировать зависимость от прежних факторов, но с другой стороны, переход к более эффективным, но не всегда более понятным, в плане перспектив и последствий, решениям в духе «новой экономики» несет в себе предпосылки для новых диспропорций. Эти факты, а также ускорение и укоренение глобализационных процессов создаёт необходимость в новых институтах для снижения неопределённости и трансформации рисков.

Всё возрастающая доступность информационных и коммуникационных технологий предоставляет возможности и инструменты в духе свободной в доступе к использованию и изменению Wikipedia: для сотрудничества, создания ценностей, конкуренции. Новая экономика предполагает новые социальные структуры для своего функционирования, изменяются и культурные аспекты. В тоже время она сама является порождением изменений характера человеческой деятельности.

Г. Хамел и К. Прахалад указали на семь составляющих, являющихся основой создания и реализации конкурентных преимуществ высоких порядков: нематериальные активы; обучение; инновация; способности;



знания; видение; лидерство. [22]

Совокупность явлений составляющих собой основу новой экономики можно охарактеризовать лишь в достаточно противоречивом духе. С одной стороны это распространение знаний и технологий, высокие темпы развития, глобализация как рынков сбыта, так и внутрифирменных взаимоотношений. На другой чаше весов оказываются разобщенность и дифференциация потребителя, разукрупнение предприятий и возрастающая роль аутсорсинга.

**Заключение.** Анализ институтов новой экономики затруднён без понимания основных характеристик общества, создающего эти институты. Со второй половины XX века «информационное общество» в отношении экономики, культуры и социальной системы становится синонимом для множества других понятий для обозначения смены эпохи. [17] Как замечает А.В. Костина «информационное общество» стало «альтернативой понятию «постиндустриальное общество», дезактуализировав такие, как «постбуржуазное», «посткапиталистическое», «постпредпринимательское», «пострыночное», «посттрадиционное», «постисторическое», а также такие, как «технотронное», «программируемое», «общество, основанное на знаниях» («the knowledgeable society»), «конвенциональное», «активное» («active»), «хорошее» («good»)). [8]

## Библиография

1. Aoki M. Towards a Comparative Institutional Analysis. Cambridge: MIT Press, 2001 – 560 p
2. Авдокушин Е.Ф. «Новая экономика» и экономический кризис // Вопросы новой экономики. – 2009. – №1 (9). – С. 7-27
3. Белл Д. Социальные рамки информационного общества // Новая технократическая волна на Западе. – М.: Изд-во Прогресс, 1986. – С. 330-342.



4. Веблен Т. Теория праздного класса. – М.: Прогресс, 1984. – 367 с.
5. Деньгов В.В. Теория неполных контрактов: фирма и права собственности // Маркетинг МВА. Маркетинговое управление предприятием. – Т. 5. – 2014.– Вып. 1. – С. 45-72.
6. Долгин А. Манифест новой экономики. Вторая невидимая рука рынка. М.: «АСТ», 2010. – 256 с
7. Ермолаев С.А. Разруха в академических головах. Почему капиталистическое общество не может быть постиндустриальным // Научно-просветительский журнал «Скепсис». – [Электронный документ] – [http://scepsis.ru/library/id\\_2012.html](http://scepsis.ru/library/id_2012.html)
8. Костина В.А. Тенденции развития культуры информационного общества: анализ современных информационных концепций/Информационный гуманитарный портал «Знание. Понимание. Умение». – 2009. – №4. – [Электронный документ] – [http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/2009/4/Kostina\\_Information\\_Society/](http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/2009/4/Kostina_Information_Society/)
9. Красникова Т.С. Адхократическая организация: генезис понятий и базовых представлений // Вестник Санкт-Петербургского университета. – Сер. 8: Менеджмент. – 2003. – Вып. 4. – С. 71-85.
10. Новая экономика / под ред. Е.Ф. Авдокушина, В.С. Сизова. – М.: Магистр, 2009. – 543 с.
11. Нордстрем К.А., Риддерстрале Й. Бизнес в стиле фанк. Капитал пляшет под дудку таланта. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2011. – 296 с.
12. Норт Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики. – М.: Фонд экономической книги «НАЧАЛА», 1997. – 180 с.
13. Пашкус В.Ю. Конкурентоспособность общественного сектора и Новая экономика: Вызовы времени. – Саарбрюккен: LAMBERT Academic Publishing GmbH & Co., 2012. – 240 с.
14. Пашкус Н.А., Старобинская Н.М., Бончукова Д.А. Инновации в ВУЗах:

- от продвижения до стратегии инновационного развития // *Universum: Вестник Герценовского университета.* – 2012. – №3. – С. 134-140.
15. Плетнёв Д.А. Внутренние институты фирмы // *Вестник Челябинского государственного университета.* – 2007. – № 10. – С. 122-131.
16. Рыбаков Ф.Ф. Экономическая природа услуг: эволюция теоретических воззрений и современность // *Вестник Санкт-Петербургского университета.* – Серия 5: Экономика. – 2010. – № 2. – С. 15-19.
17. Сошнева Е.Б. Экономическая история зарубежных стран и России: Учебно-методическое пособие. – СПб.: Изд-во Ассоциация "Соцэкономика", 2006. – 50 с.
18. Тапскотт Д. Электронно-цифровое общество: Плюсы и минусы эпохи сетевого интеллекта/ Пер.с англ. Игоря Дубинского. Под ред. Сергея Писарева. Киев. – INT Пресс; Москва. - Релф бук, 1999. – 432 с
19. Тоффлер Э. Шок будущего. – М.: ООО «Издательство АСТ», 2002. – 557 с.
20. Уильямсон О.И. Экономические институты капитализма. – СПб.: Лениздат, 1996. – 702 с.
21. Фуруботн Э.Г., Рихтер Р. Институты и экономическая теория. СПб.: Изд-во СПбГУ, 2005. – 702 с.
22. Хамел Г., Прахалад К.К. Конкурируя за будущее. — М.: Олимп-Бизнес, 2002. – 288 с.
23. Хаммер М., Чампи Дж. Реинжиниринг корпорации: Манифест революции в бизнесе СПб.: Изд-во СПбГУ, 1997. – 332 с.
24. Хубиев К. О содержании «новой экономики» // *Экономист.* – 2008. – №5. С. 63-70.
25. Чекмарев О. П. Институционализм и мотивация экономических агентов // *Известия Международной академии аграрного образования.* – 2007. – №4. – С. 65-72

## References

Aoki M. (2001) *Towards a Comparative Institutional Analysis*. Cambridge: MIT Press. – Pp. 1-560.

Avdokushin E.F. (2009) “New Economy” and the economic crisis // *Questions of the new economy*. – № 1. – Pp. 7-27.

Bell D. (1986) *Social framework of the information society // Technocratic New Wave in the West*. – Moscow: Progress Publisher. – Pp. 330-342.

Weblen T. (1984) *Theory of the Leisure Class*. – Moscow: Progress Publisher. – Pp. 1-367.

Dengov V. (2014) *Methods of Measuring the Level of Personal Costs and Their Significance // Marketing MBA. Journal marketing management firms*. – Vol. 5. – Iss. 1. – Pp. 45-72.

Dolgin A. (2010) *Manifesto for a New Economy. The second invisible hand of the market*. – Moscow: Publishing house “AST”. – Pp. 1-256.

Yermolaev S. (2008) *Devastation in academic heads. Why capitalist society can not be post-industrial // Skepticism*. – [electronic document] – [http://scepsis.net/library/id\\_2012.html](http://scepsis.net/library/id_2012.html)

Kostina V.A. (2009) *Trends in the development of information society culture: an analysis of the concepts of modern information // Knowledge. Understanding. Ability. Humanitarian Information Portal*. – #4. – [Electronic document] –

[http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/2009/4/Kostina\\_Information\\_Society/](http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/2009/4/Kostina_Information_Society/)

Krasnikova T.S. (2003) Adhocracy organization: the genesis of the basic concepts and ideas // Vestnik St. Petersburg State University. – Ser.8: Management. – Iss. 4. – Pp. 71-85.

New Economy / Ed. by E.F. Avdokushin, V.S. Sizov. – Moscow: Magistr Publisher, 2009. – Pp. 1-543.

Ridderstrale J., Nordstrom K. (2011) Funky Business: Talent Makes Capital Dance. – Moscow: Mann, Ivanov and Ferber Publisher. – Pp. 1-296.

North D. (1997) Institutions, Institutional Change and Economic Performance. – Moscow: Fund economic books «Nachala». – Pp. 1-180.

Pashkus V.Y. (2012) Competitiveness of the public sector and the New Economy: Challenge of time. – Saarbrücken: LAMBERT Academic Publishing GmbH & Co. – Pp. 1-240.

Pashkus N.A., Starobinskaya N.M., Bonchukova D.A. (2012) Innovation in higher education institutions: from promotion to the strategy of innovative development // Universum: Bulletin of the Herzen University. – #3. – Pp. 134-140.

Pletnev D.A. (2007) Domestic institutions firm // Vestnik of the Chelyabinsk State University. – #10. – Pp. 122-131.

Rybakov F.F. (2010) The economic nature of the services: the evolution of theoretical views and modernity // Bulletin of St. Petersburg University. – Series 5: The Economy. – #2. – Pp. 15-19.

Soshneva E.B. (2006) The economic history of foreign countries and Russia: Study guide. – St. Petersburg: Publ. Association "Sotsekonomika". – 50 p.

Tapscott D. (1999) Electronic-digital society: The pros and cons of the era of network intelligence. – Kiev: INT Press Publisher; Moscow: Relf book Publisher. – Pp. 1-432.

Toffler A. (2002) Future Shock. – Moscow: ООО “Publishing ACT”. – Pp. 1-557.

Williamson O. (1996) Economic Institutions of Capitalism. – St.-Petersburg: Lenisdat. – Pp. 1-702.

Furubotn E.G., Richter R. (2005) Institutions and Economic Theory. – St. Petersburg: Publishing House of St. Petersburg State University. – Pp. 1-702.

Prahalad K., Hamel G. (2002) Competing for the Future. – Moscow: Olimp-Bisness. – Pp. 1-288.

Hammer M., Champy J. (1997) Reengineering the corporation: Manifesto revolution in business. – St. Petersburg: Publishing House of St. Petersburg State University. – Pp. 1-332.

Hubiev K. (2008) The content of the "new economy" // Economist. – #5. – Pp. 63-70.

Chekmarev O.P. (2007) Institutionalism and Motivation of Economic Agents // Proceedings of the International Academy of Agricultural Education. – 2007. – #4. – Pp. 65-72.