

СХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ ВОЛОДИМИРА ДАЛЯ

Факультет економіки і управління  
Кафедра економіки і підприємництва

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА  
до кваліфікаційної роботи

на тему  
«Розвиток підприємства в умовах інформаційної економіки»

другий (магістерський) рівень  
спеціальність 051 Економіка

Виконав: здобувач групи ЕК-22дм



(підпис)

С. Є. Кір'янов

Керівник



(підпис)

М. В. Плетньов

Завідувач кафедри

\_\_\_\_\_

(підпис)

І. М. Семененко

Рецензент \_\_\_\_\_

СХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ ВОЛОДИМИРА ДАЛЯ

Факультет економіки і управління  
Кафедра економіки і підприємництва

Другий (магістерський) рівень  
спеціальність 051 Економіка

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

**Завідувач кафедри**

“ \_\_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 2023 року

**З А В Д А Н Н Я**  
**НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧУ**  
**ВИЩОЇ ОСВІТИ ДРУГОГО (МАГІСТЕРСЬКОГО) РІВНЯ**

Кір'янову Сергію Євгеновичу

1. Тема роботи "Розвиток підприємства в умовах інформаційної економіки"  
Керівник роботи Плетьов Михайло Васильович, к.т.н., доцент,

затверджений наказом університету від 21 вересня 2023 року № 39/14.01

2. Строк подання здобувачем роботи 4 грудня 2023 р.

3. Вихідні дані до роботи 3.1. Інформація про сферу діяльності підприємства. 3.2. Інформація організаційну структуру управління на підприємстві. 3.3. Інформація про сучасні технології в сфері діяльності підприємства. 3.4. Дані про фінансово-економічний стан досліджуваного підприємства. 3.5. Нормативно-правові акти, теоретичні та методичні джерела за темою кваліфікаційної роботи.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) 1. Вихідні засади дослідження інформаційної економіки. 2. Основні проблеми теорії інформаційної економіки. 3. Проблематика теорії інформаційної економіки

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслеників)

Таблиці, рисунки та інший демонстраційний матеріал

## 6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв

7. Дата видачі завдання 22.09.2023 р.

**КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН**

№ з/п	Назва етапів виконання кваліфікаційної магістерської роботи	Строк виконання етапів	Примітка
1	Аналіз літератури з тематики магістерської роботи	Жовтень 2023 р.	
2	Робота над розділом 1	Жовтень 2023 р.	
3	Робота над розділом 2	Листопад 2023 р.	
4	Робота над розділом 3	Листопад 2023 р.	
5	Робота над вступом та висновками	Листопад 2023 р.	
6	Оформлення роботи	Грудень 2023 р.	
7	Підготовка демонстраційного матеріалу та доповіді	Грудень 2023 р.	

Здобувач



(підпис)

С.Є. Кір'янов

Керівник роботи



(підпис)

М.В. Плетньов

## РЕФЕРАТ

Текст: 105 с., 3 рис., 2 табл.

У магістерській роботі було досліджено теорії інформаційної економіки щодо таких проблем, як, зокрема, особливості виробництва інтелектуальної продукції, власність на неї та ринок інтелектуальної продукції, мають прямий вихід у практичну площину, тією чи іншою мірою впливають на поведінку підприємств та враховуються при проведенні державної економічної політики.

ІНФОРМАЦІЙНА ЕКОНОМІКА, ІНТЕЛЕКТУАЛЬНА ВЛАСНІСТЬ,  
РИНОК, ПРОДУКЦІЯ, ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ, ІНДУСТРІАЛЬНИЙ,  
ДОІНДУСТРІАЛЬНИЙ, ІНСТИТУЦІОНАЛІЗМ, МАРЖИНАЛІЗМ

## ЗМІСТ

ВСТУП .....	6
РОЗДІЛ 1 ВИХІДНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ.....	7
1.1. Інформація у системі економічних категорій: наукова характеристика природи інформації. ....	7
1.2. Теорія інформаційної економіки як складова концепцій соціально-економічного розвитку суспільства .....	12
1.3. Розвиток наукового аналізу участі інформації в економічних процесах .....	13
Висновки до розділу 1 .....	22
РОЗДІЛ 2 ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ ТЕОРІЇ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ.....	23
2.1. Вплив інформації на процес виробництва .....	23
2.2. Неузгодженості особливостей інформаційного виробництва із мікроекономічними моделями поведінки виробника .....	30
2.3. Невизначеність природи вартості інтелектуального продукту.....	45
Висновки до розділу 2 .....	55
РОЗДІЛ 3 ПРОБЛЕМАТИКА ТЕОРІЇ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ.....	56
3.1. Суперечності інтелектуальної власності з погляду теорії інформаційної економіки .....	56
3.2. Інтелектуальна власність як сучасний економіко-правовий парадокс.....	62
3.3. Неузгодженості сучасної методології теорії інформаційної економіки .....	76
Висновки до розділу 3 .....	91
ВИСНОВКИ.....	93
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	96

## ВСТУП

Суспільні науки, до яких належить й економіка, розвиваються разом із еволюцією суспільства. Їх зв'язок обопільний: як суспільне життя кожного разу породжує нові проблеми, на які науковці повинні шукати відповіді, так і деякі суспільствознавчі концепції стають основою політики, змінюючи вектори розвитку суспільних відносин. В економічній науці наразі співіснують дві протилежні тенденції. Однією є „дрібнішання” сучасних економічних концепцій та моделей, зростання їх математичної складності, абстрактності та, часто, втрата зв'язку із реальним економічним життям.

Мета роботи - узагальнення теорії інформаційної економіки щодо таких проблем, як, зокрема, особливості виробництва інтелектуальної продукції, власність на неї та ринок інтелектуальної продукції, мають прямий вихід у практичну площину, тією чи іншою мірою впливають на поведінку підприємств та враховуються при проведенні державної економічної політики.

Об'єктом дослідження є інформаційна економіка.

Предметом дослідження є теорія інформаційної економіки як сукупність наукових знань про функціонування інформаційної економіки.

Методи дослідження: важливою складовою постіндустріальної теорії є аналіз нової ролі інформації та знань у сучасній економіці. Цей аналіз поступово виокремлюється в нову наукову дисципліну – теорію інформаційної економіки. Основоположниками цієї теорії були американські вчені Д. Белл, К. Ерроу, Я. Маршак, М. Порат, Дж. Стіглер та Ф. Махлуп. Різні напрями цієї теорії отримали розвиток у роботах таких західних авторів, як Дж. Акерлоф, У. Артур, Х. Веріан, С. Кінселла, Р. Раднер, Ж. Сапір, М. Спенс, Дж. Стігліц, Т. Стоуньер, Е. ден Хартіг, У. Шерідан та інші вчені.

Магістерська робота складається з 102 сторінок, 3 таблиці, 3 рисунка.

## РОЗДІЛ 1

### ВИХІДНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ

1.1. Інформація у системі економічних категорій: наукова характеристика природи інформації.

Незважаючи на те, що велика, важлива й часто визначальна роль інформації у сучасній економіці загальноновизнана та безперечна, інформація тільки поступово і дуже повільно стає загальноприйнятою категорією економічної теорії. Очевидно, на це є кілька причин. Загальноприйняте визначення інформації як наукової категорії відсутнє. На відміну від А. Маршалла, який ввів в економічну науку поняття підприємницьких здібностей, не можна назвати одне-єдине прізвище вченого, який увів інформацію у предметне поле економічної науки (наприклад, Дж. Стіглер першим привернув увагу до ролі інформації в економіці, але не розглядав саму категорію). Властивості інформації, по-перше, надто відрізняються від характеристик традиційних економічних факторів та, по-друге, самі є внутрішньо суперечливими. Перелік нерозв'язаних питань можна продовжувати.

Тому виникає потреба проаналізувати інформацію саме як економічну категорію. Відповідно, у даному параграфі розглядатимуться загальні наукові та економічні погляди на природу інформації, її характеристики та форми прояву в економіці, класифікацію, зв'язок із іншими однопорядковими категоріями, перш за все із даними та знаннями.

Одразу вкажемо на існування так званого недетермінованого підходу, за якого сутність інформації не визначається взагалі на тій підставі, що інформація є таким же фундаментальним поняттям, як і матерія та енергія.

Сучасна наука пропонує два концептуальних погляди на інформацію. Перший з них отримав назву атрибутивної концепції інформації, другий – функціональної. Більшість із відомих визначень інформації можна віднести

до однієї із цих двох концепцій.

1. Згідно із найширшою, атрибутивною концепцією інформації, яку поділяють Р. Авдєєв, В. Пликін, А. Суханов, У. Шерідан та ін., інформація розглядається як властивість усіх без винятку матеріальних об'єктів, тобто інформація є одним із атрибутів матерії. Двома іншими її атрибутами є речовина та енергія. Речовина відображає сталість матерії; енергія відбиває її рух. Інформація є відображенням структурної організації матерії чи Всесвіту. Поняття матерії, речовини та енергії є достатньо вивченими та зрозумілими для сучасної науки, натомість наука досі не має фундаментального розуміння сутності інформації.

У рамках вказаної концепції можна виділити кілька основних тлумачень інформації. Академік В.М. Глушков вважав, що „інформація у найбільш загальному її розумінні є мірою неоднорідності розподілу матерії та енергії у просторі та в часі, міру змін, якими супроводжуються всі процеси, що відбуваються у світі”. Фахівці ЮНЕСКО вважають, що інформація — це „універсальна субстанція, що пронизує усі сфери людської діяльності, слугує провідником знань та думок, інструментом спілкування, взаємопорозуміння та співробітництва, утвердження стереотипів мислення та поведінки”.

2. Функціональна концепція інформації пов'язує інформацію із функціонуванням складних самоорганізованих систем, де інформація розглядається як елемент самої системи та як елемент комунікації між елементами системи. У неживій природі, за цією теорією, інформації не існує. Ця концепція розглядає інформацію у трьох ракурсах – антропоцентричному, синергетичному (системному, термодинамічному) та кібернетичному (комунікативному).

Антропоцентричний погляд є подальшим звуженням функціональної концепції. Він обмежує сферу існування інформаційної взаємодії винятково людським суспільством та людською свідомістю. Існування інформації в живій та неживій природі заперечується. Інформація, за цією теорією,



з'явилась в ході антропосоціогенезу і оперувати нею можуть винятково особистості, які володіють мовою та свідомістю.

Однак у біологічних системах цей закон не спрацьовує, розвиток живої природи йде у напрямку зменшення неупорядкованості, ентропії системи. Завдяки обміну енергією, матерією та інформацією із зовнішнім середовищем живі системи мають здатність до впорядковування, до створення, за Іллею Пригожиним, „порядку із хаосу”. „Жива природа є зразком найвищої впорядкованості, а з термодинаміки випливає зростання... неупорядкованості. До речі, навіть термінологічно – і це не випадково! – до цієї проблеми додається і положення теорії інформації, де теж є міра інформаційної неупорядкованості, що теж називається ентропією”.

Умови нерівноваги здатні створювати порядок, завдяки чому відбувається еволюція, а невідворотність хаосу стає сумнівною. Якраз завдяки збільшенню кількості інформації, що наявна всередині системи, і відбувається відповідне зниження в ній фізичної ентропії, себто процес, який суперечить законам термодинаміки.

Відзначимо, що інформація тісно пов'язана із ентропією, однак вважати ці два явища цілком протилежними недоречно: інформаційна ентропія є певним показником, віддзеркаленням інформації, що характеризує ступінь хаотичності останньої та рівень випадковості станів певної системи. Причому це віддзеркалення не абсолютне, адже І. Пригожин продемонстрував, що у живих системах не можна ставити знак рівності між ентропією, неупорядкованістю та ймовірністю певного стану системи.

Кібернетика – наука про загальні закономірності процесів управління та передачі інформації, що виникла у 20-ті роки двадцятого століття. Кібернетичну концепцію інформації розвинули Клод Шеннон, Норберт Вінер та ін. Прихильники кібернетичної течії, на відміну від антропоцентристів, стверджують, що інформаційні процеси присутні у всіх самокерованих (технічних, біологічних, соціальних та ін.) системах. За Вінером, інформація – це „позначення змісту, отриманого з зовнішнього світу в процесі нашого

пристосування до нього і пристосування до нього наших почуттів”.

К. Шеннон започаткував теорію інформації, тісно пов'язану із математикою та кібернетикою. Він розумів інформацію як певне комунікативне повідомлення у системі зв'язку, спрямоване на зниження невизначеності щодо стану певної системи („інформація є усунена невизначеність”). У свою чергу, невизначеність розуміється як стан, за якого отримувач інформації знаходиться у ситуації вибору між двома або більше варіантами поведінки. На основі цього визначення вчений вивів свою ймовірнісну формулу кількості інформації, виразивши останню через інформаційну ентропію. „Шеннонова формула [має такий вигляд]:

$$H = \sum_{i=1}^n p_i \log_2 \left( \frac{1}{p_i} \right) = - \sum_{i=1}^n p_i \log_2 p_i \quad (0 < p_i < 1, \sum_{i=1}^n p_i = 1), \quad (1.1)$$

де  $H$  – символ кількості інформації, втіленої у певній системі,  $i$  – індекс станів системи,  $n$  – кількість станів,  $p_i$  – ймовірність стану  $i$ . Формула призначена для вимірювання кількості інформації у системах, яким притаманна кінцева кількість дискретних станів, що відрізняються за розповсюдженістю всередині таких систем” [15, С. 41]. До інших систем, натомість, цю формулу застосувати не можна. Кількість дискретних станів визначається основою логарифму, у наведеній формулі їх два. Якщо ці два стани позначити як 0 та 1, то одиницею кількості інформації виступатиме біт.

Л. Мельник пояснює наведене так, що „чим менш ймовірною є подія, про яку йдеться у повідомленні, тим більше інформації воно несе (хоча залежність і не має лінійного характеру)... Англійці жартували, що повідомлення «Завтра буде дощ» практично не несе інформації, оскільки має практично стовідсоткову ймовірність” [57, С. 17].

Сфера коректного застосування наведеної формули є обмеженою. Коли Шеннон розробляв свою математичну теорію інформації, він зробив такі застереження [11, С. 4]:

1. об'єктом дослідження є виключно передача інформації між технічними системами;
2. як повідомлення розглядається обмежена сукупність знаків;
3. семантика повідомлень в аналізі ігнорується.

Доповненням до кібернетичного підходу є семантичний аспект інформації, в якому наголошується на змісті мовленнєвих повідомлень, які передаються або сприймаються людиною, на інтерпретації інформації, яка міститься у певних знаках.

Вищевикладені наукові погляди на природу інформації є достатньо змістовними, вони, безсумнівно, покращують розуміння цього складного явища. Однак, на нашу думку, слід уникати крайнощів, за яких або існування інформації заперечується взагалі, або остання тлумачиться надзвичайно важкозрозуміло, як, наприклад, „нескінченний законопроцес триєдності енергії, руху і маси у просторі та часі із різними щільностями кодових структур нескінченно-безмежного Всесвіту” (визначення Міжнародної академії інформатизації).

Крім того, вважаємо, що викладені альтернативні концепції та теорії інформації не слід протиставляти одну одній. Свої переваги та, головне, недоліки й обмеження є у кожного погляду. Інформація, очевидно, є більш складним для розуміння явищем, ніж інші елементи оточуючого нас світу. Людина ще повністю не усвідомила сутність цієї субстанції. Тому логічно розглядати різні погляди на це явище як такі, що доповнюють один одного, а не взаємосуперечать. У цьому сенсі показовим є погляд В. Глушкова. Він є відомим кібернетиком, однак його тлумачення інформації є поєднанням як кібернетичного, так і (нібито альтернативного до нього) атрибутивного підходів.

Іншими словами, викладені шляхи формалізації та математизації інформації як наукової категорії можуть бути цілком прийнятними для точних наук – для математики, фізики, інформатики тощо. Однак застосувати такі підходи до гуманітарних галузей, до повсякденного життя

проблематично. Складність полягає ще й в тому, що глибинна сутність інформації досі залишається не повністю зрозумілою для людини. Через це сьогодні немає такого універсального визначення поняття інформації, яке „придатне для всіх галузей знань, а тому воно застосовується головним чином на інтуїтивному рівні”.

В економічному контексті, який викладатиметься нижче, корисними виявляться обидва принципові розуміння інформації – і як субстанції Всесвіту, і як певних символів, в яких міститься певне повідомлення. Місце інформації в економіці розкривається через функціональну концепцію. В економічній системі, яка є складною самоорганізованою системою, інформація є як безпосереднім елементом самої системи (виступаючи у формі інформаційних ресурсів), так і елементом комунікації між елементами системи (наприклад, інформація про ринкову кон’юнктуру).

## 1.2. Теорія інформаційної економіки як складова концепцій соціально-економічного розвитку суспільства

Виникнення й становлення інформаційної економіки – і як окремого напрямку економічної науки, і як особливої форми економічного устрою розвинених країн – відбувалося під час останньої науково-технічної революції 1960-70-х рр. Історично склалось так, що в той час теоретичними дослідженнями процесів переходу до „нової економіки” зайнялись, у першу чергу, вчені-соціологи, а не економісти. Тому, окреслюючи розвиток теорії інформаційної економіки, найчастіше спочатку згадують прізвища таких відомих соціологів, як Д. Белл, Й. Масуда, Е. Тоффлер, А. Турен та інші, які стали авторами відомих під різними назвами концепцій того суспільства, що протягом останніх чотирьох десятиліть утворюється у найбільш розвинених країнах світу. Не менш відомі економісти (Т. Стоуньєр, Ф. Махлуп, М. Порат та ін.) зазвичай посідають у такому „переліку дослідників” лише друге місце, однак їх внесок у розбудову сучасної концепції інформаційної економіки від

цього не стає менш вагомим. Свідченням цьому є наявність серед дослідників вказаної проблематики кількох Нобелівських лауреатів – Дж. Стіглера, Дж. Стігліца, К. Ерроу, Дж. Акерлофа.

### 1.3. Розвиток наукового аналізу участі інформації в економічних процесах

Спадкоємність є однією із невід’ємних рис науки, яка визнається навіть „катастрофічною” теорією наукових революцій Куна у її жорсткій версії. Зрозуміло, що й дослідження інформаційної економіки з’явилися не на порожньому місці. Їх наукові, філософські витоки можна прослідкувати, щонайменше, до XVII ст. На це вказує О. Картунов [41]. На його думку, справжнім засновником ідей інформаційного (постіндустріального) суспільства слід вважати видатного англійського філософа Френсіса Бекона. Основні положення Ф. Бекона щодо інформації і знання, їх місця і ролі у розвитку людського суспільства містяться переважно в його трактаті 1605 р. „Про значення і успіх знання, божественного і людського” (у сучасних виданнях назву трактату було скорочено до „Розвиток знання”) [19].

Ф. Бекон зробив помітний внесок у започаткування ідей інформаційного суспільства. Він наголосив на важливості одержання й використання інформації в усіх сферах суспільного життя, зокрема в політичній. Доробок Бекона був дуже різноманітним, він говорив про багато важливих напрямків людської діяльності, що пов’язані із інформацією. Зокрема, він передбачав появу Академії наук. Одним з основних її завдань було збирання інформації по всьому світу, її зберігання, опрацювання, аналіз та вироблення на основі здобутої таким чином інформації рекомендацій для отримання нової інформації і знань.

Ф. Бекон є винахідником способу, покладеного в основу двійкової системи числення як найбільш зручного механічного, алгебраїчного опрацювання, збереження і передачі інформації, що в подальшому було

використано при створенні комп'ютера. Він першим висловив ідею про те, що будь-яке слово чи речення, будь-яку інформацію можна записати та передати, використовуючи усього два символи.

Отже, ще у XVII ст. Ф. Бекон запропонував велику кількість філософських та практичних ідей щодо роботи із інформацією. Однак у той час його спадок не був оцінений належним чином. Лише значно пізніше набула поширення двійкова система числення, що стало могутнім поштовхом до розвитку кібернетики й комп'ютерів. Формулу для обчислення кількості інформації, яка виражена у двійковій формі, було формалізовано К. Шенноном аж на початку XX ст. Методологічні основи дослідження теорії і практики постіндустріального суспільства було закладено у доробку К. Кларка, Ж. Фурастьє, Е. Тоффлера не більше ніж шістдесят-сімдесят років тому [55]. Дослідження у галузі постіндустріального суспільства та інформаційної економіки набули чіткого вигляду, передусім, завдяки працям Деніела Белла.

У літературі, пов'язаній із проблематикою цього дослідження, прізвище цього вченого-соціолога у більшості випадків згадується одним з перших. „Біблією” аналізу постіндустріального суспільства та, відповідно, постіндустріальної (інформаційної) економіки стала відома фундаментальна праця Белла 1973 р. „Прийдешнє постіндустріальне суспільство. Досвід соціального прогнозування”. Саме в цій книзі вчений сформулював багато висновків (центральним з яких є визначальна роль теоретичного знання в економіці), які було покладено в основу подальших досліджень теми постіндустріального суспільного устрою та відповідної йому економічної організації.

Д. Белл не був автором терміна „постіндустріальне суспільство”, однак саме після виходу його праці ця категорія стала загальноживаною. Він писав, що „поняття «постіндустріальне суспільство» наголошує на центральному місці теоретичних знань як того стрижня, навколо якого будуть організовані нові технології, економічне зростання та соціальна

стратифікація” [8, С. 152]. Вказане поняття „протиставляється поняттям «доіндустріальне» та «індустріальне». Доіндустріальний сектор є в основному видобувним, він базується на сільському господарстві, видобуванні корисних копалин... Індустріальний сектор має перш за все виробляючий характер, він застосовує енергію та машинну технологію для виготовлення товарів. Постіндустріальний є обробним, і тут обмін інформацією відбувається в основному за допомогою телекомунікації та комп’ютерів (курсив автора. – Є.Н.)” [8, С. CL].

Белл називає кілька фундаментальних ознак постіндустріального суспільства [8, С. CLIV-CLIX]:

1. Центральна роль фундаментального знання;
2. Створення нової інтелектуальної технології;
3. Клас носіїв знання стає суспільною групою, яка зростає найшвидшими темпами;
4. Перехід від виробництва товарів до виробництва послуг;
5. Зміни у характері праці. На відміну від доіндустріальних та індустріальних суспільств, де праця є взаємодією людини із природою, у новому суспільстві праця є взаємодією людини із іншою людиною;
6. Широкі можливості зайнятості для жінок;
7. Досягнення наукою зрілого стану;
8. Сітиси (вертикально розташовані соціальні утворення) як політичні одиниці;
9. Мерітократія: людина може досягти пануючого місця у суспільстві не через володіння багатством або завдяки успадкуванню, а завдяки власній освіті та кваліфікації;
10. „Кінець обмеженості благ?”;
11. Економічна теорія інформації як нова проблема, яка „ставить перед економістами та політиками складні теоретичні та практичні задачі”.

Проблематиці постіндустріального суспільства присвятив свою увагу не тільки Деніел Белл, але й ціла плеяда інших видатних сучасних соціологів

(Й. Масуда, Е. Тоффлер, Е. Гідденс, М. Кастельс, Т. Сакайя та багато інших). Оскільки, по-перше, доробок цих вчених добре висвітлений у відповідній літературі [37, С. 3-64; 50, С. 134-150; 54; 70] і багато з їх важливих праць видано українською мовою, по-друге, об'єктом нашої уваги є економіка, а не соціологія, то ідеї цих дослідників окремо розглядати не будемо. Натомість слід приділити увагу історії розвитку досліджень проблем інформації в економіці.

„Першопроходцями” тут стали два американські вчені – Джордж Стіглер та Фріц Махлуп.

„Економічна теорія інформації” – це невелика стаття Дж. Стіглера, що вийшла з друку 1961 року. Вважається, що саме ця робота привернула увагу економістів до необхідності аналізу впливу інформації на економічні процеси, хоча розглядаються в ній усього дві вузькі проблеми. Перша – пошук покупцями інформації про продавця певного товару, який пропонує найкращу ціну. Передбачається, що на ринку існує певний розподіл цін серед продавців, а покупці здійснюють певні витрати на пошук, аби знайти пропозицію товару за найкращу ціну. Стіглер математично виводить залежність між кількістю опитаних продавців та ймовірністю знайти найдешевший товар. Однак процес пошуку є коштовним і тривалим, тому „значний розподіл цін підтримується головним чином через те, що інформація застаріває”. Постає питання: як довго споживач має шукати товар із найнижчою ціною? Відповідь: доти, доки витрати на пошук перевищують розмір очікуваної економії від купівлі за нижчою ціною.

Одним зі шляхів зменшення незручностей, пов'язаних із пошуком інформації, є реклама у газетах, яка виступає другим предметом уваги Стіглера. На думку вченого, реклама дозволяє покупцям зменшити витрати на пошук прийняттого продавця товару, а продавцям надає зручний спосіб донесення інформації про себе до потенційних клієнтів. Звідси цікавий висновок: „Згідно нашого аналізу, реклама є цінністю для покупця, і він охоче б сплатив більше за газету із рекламними оголошеннями, ніж без них”.



Стаття Дж. Стіглера містить і новий на час її написання підхід до аналізу економічної поведінки. Так, вчений вказує, що невизначеність слід розглядати як ступінь непоінформованості, що може бути зменшеною завдяки купівлі інформації. Він запропонував рамкову модель для дослідження інформаційних проблем в економіці. Крім того, Стіглер дотримувався думки, що, якщо врахувати трансакційні витрати на отримання (купівлю) інформації у моделях ринку та суспільного добробуту, то для них будуть справедливими стандартні висновки, зроблені традиційною економічною теорією. Себто інформацію можна аналізувати за допомогою класичних моделей ринків, в яких вважається, що кожний суб'єкт володіє досконалою інформацією про стан ринку. Однак пізніші дослідження такого явища, як інформаційна асиметрія, показали хибність даного підходу [40, Р. 1443].

Названі нескладні ідеї Нобелівського лауреата спонукали інших економістів включити інформацію у поле своєї уваги, відмовшись від припущення про те, що учасники ринку володіють досконалою інформацією про його кон'юнктуру. Пізніше Стіглер у своїй нобелівській лекції зазначав, що „пропозиція досліджувати економіку інформації була швидко та широко прийнята. П'ятнадцять років потому література стала настільки усебічною... що... цій темі присвячувалось більше ста статей на рік” [38, Р. 593].

Майже одночасно із працею Дж. Стіглера, у 1962 р., побачило світ фундаментальне дослідження професора Принстонського університету Ф. Махлупа „Виробництво та розповсюдження знань у США” [56]. У ньому автор вперше у науковій літературі використовує поняття „сфера виробництва та розповсюдження знань”. Авторська структуризація даної сфери стала загальноприйнятою та вживаною із незначними змінами. У „індустрії знань” Махлуп виділяє такі групи видів людської діяльності, як:

1. НДДКР;
2. освіта;
3. засоби масового спілкування (телебачення, радіо, телефон, пошта

тощо);

4. інформаційні машини та

5. інформаційні послуги.

Махлуп підрахував витрати на цю сферу в США. У 1958 р. вони становили 136 млрд долл., а до 1963 р. (за даними Дж. Берка) зросли на 43% до 195 млрд дол. Методологічною проблемою при обчисленні наведених цифр є дуже широке трактування автором сфери виробництва знань, до якої він відносить як безпосередньо НДДКР, так і, наприклад, рекламу чи надання лікарем рецепта своєму пацієнтові. Необхідність такого всеохоплюючого тлумачення сфери інформації обґрунтовується наявністю грошових витрат суспільства на надання тієї чи іншої, навіть незначної, послуги. Таким чином, одним з недоліків підходу Махлупа є включення до індустрії знань таких видів діяльності людини, які насправді мають із нею мало спільного.

Цікавою є та частина дослідження вченого, яка присвячена аналізу сфери освіти. Відповідна глава у книзі Ф. Махлупа має найбільший обсяг. Махлуп розглядає витрати на освіту як довгострокові інвестиції, які дають ефект у майбутньому, і розподіляє цей ефект на приватний та суспільний. Він досліджує залежність темпів економічного зростання в країні від рівня її витрат на освіту. На підставі широкого статистичного масиву даних обґрунтовується теза про необхідність державної підтримки та належного фінансування освітніх установ для забезпечення умов довгострокового розвитку країни.

Подальший розвиток досліджень проблем, пов'язаних із участю інформації в економічних процесах, який відбувався протягом останніх чотирьох десятиліть, доволі складно чітко й лаконічно охарактеризувати. Основна причина полягає в тому, що майже одразу після перших масштабних праць, у кожній з яких було викладене дуже широке поле нерозв'язаних проблем ІЕ, відбулося дроблення досліджень проблематики на безліч маленьких питань та підпроблем. Тобто важко назвати дослідника, який би в останній період підійшов до проблем інформаційної економіки

(зауважимо, на відміну від проблем постіндустріального суспільства!) із таким системним, майже всеохоплюючим підходом, який був властивий доробку Д. Белла й Ф. Махлупа. Натомість станом на сьогодні правомірно констатувати наявність кількох широких напрямків, у межах яких розвивається теоретичний аналіз економіки знань.

Першим з таких напрямків, на думку автора, є аналіз особливостей соціально-економічних відносин у постіндустріальній економіці. Цього питання торкалися практично всі найвідоміші дослідники постіндустріального суспільства, як соціологи, так і економісти (Д. Белл, П. Друкер, В. Іноземцев, М. Кастельс, Й. Масуда, К. Мей, Е. Тоффлер, А. Чухно та ін.). Кожен з цих вчених намагався проаналізувати або деякі, або одразу більшість аспектів людських й суспільних взаємин у інформаційну добу. Розгляд цих аспектів став невід'ємною частиною майже всіх праць, у тому числі вітчизняних, присвячених темі ІЕ.

Другий напрям наукового пошуку в царині функціонування постіндустріального суспільства – це аналіз процесу економічного зростання, спричиненого технологічним прогресом, НТР, впровадженням інформаційних технологій тощо. Цей напрямок досліджень взяв собі за основу шумпетерську теорію інноваційно-технологічного прогресу, а також низку математичних моделей економічного зростання, серед яких модель Солоу (досліджується природа „залишка Солоу”), модель економічної динаміки Р. Харрода та Є. Домара та ін. Обґрунтовується твердження про важливе місце інформаційного чинника у сталому розвитку та зв'язок потенціалу розвитку країни із рівнем міжнародної конкурентоспроможності її економіки.

Неокласична школа збагатила свій інструментарій, пішовши шляхом, який було вказано Дж. Стіглером та, дещо пізніше, К. Ерроу. Її математичний та аналітичний інструментарій було застосовано до моделей функціонування ринків інформації, а також при аналізі впливу стану поінформованості суб'єктів традиційних ринків на результати ринкових трансакцій.

Врахування інформації у мікроекономічних моделях, по-перше, дозволило проаналізувати особливості інформації як ринкового товару та, по-друге, призвело до розуміння того, що традиційні моделі економічної поведінки суттєво змінюються, якщо йдеться про асиметричну інформацію на ринку (тобто якщо відкидається припущення про те, що всі учасники ринку володіють повною інформацією про його стан). Трьох вчених (Джорджа Аркелофа, Майкла Спенса та Джозефа Стігліца) у 2001 р. було нагороджено Нобелівською премією з економіки „за праці в царині аналізу ринків з асиметричною інформацією”. Аналіз ринків із асиметричною, недосконалою інформацією став окремою важливою темою мікроекономіки.

Інформація та інформаційні ресурси є особливим об'єктом власності, який якісно відрізняється від матеріальних благ як традиційних об'єктів власності. Перші спроби закріплення інтелектуальної власності у праві відбулися в європейських країнах кілька століть тому. Але системний економічний аналіз інтелектуальної власності почав здійснюватися тільки в останні 40-50 років. Дослідники поділилися на два табори – прихильників та противників існуючого правового режиму інтелектуальної власності. Серед західних вчених, які здійснювали розгляд цього питання найбільш глибоко, слід назвати американців Х. Веріана та С. Кінселлу [28].

Проблемою дещо іншого характеру, пов'язаною більше із менеджментом, аніж суто із економічною теорією, є роль людини у сучасному виробничому процесі, важливість її знань, талантів та здібностей для створення інтелектуального, „інформацієємного” продукту. Це питання розкривається за допомогою концепцій людського та інтелектуального капіталу, а також, меншою мірою, концепції соціального капіталу в працях таких вчених, як Г. Беккер, П. Друкер, Е. Едмінг, Дж. Коулман, Е. Тоффлер, Е. Уебстер, Ф. Фукуяма та ін. [13].

Теоретичного осмислення потребують також нові явища, що виникли у зв'язку із розвитком комунікаційних та комп'ютерних технологій. Серед цих явищ слід назвати появу та розповсюдження електронних грошей, повністю

позбавлених матеріальної форми, становлення електронного бізнесу, усунення географічних меж ведення бізнесу, аутсорсинг та ін.

## Висновки до розділу 1

1. Інформація належить до фундаментальних субстанцій Всесвіту. Сучасна наука пропонує кілька підходів до тлумачення її змісту. Недетермінований підхід стверджує, що сутність інформації пізнати та визначити не можна. Атрибутивна концепція вважає інформацію властивістю всіх без винятку матеріальних об'єктів, у якій відображена їх структура або міра неоднорідності. Функціональна концепція розглядає інформацію як елемент складних самоорганізованих систем та як елемент комунікативних зв'язків між ними. За цією концепцією, у неживій природі інформації не існує.

2. В економічній науці зміст інформації розкривається за допомогою функціональної концепції. Вихідною позицією є розгляд інформації як певних систематизованих відомостей, спрямованих на зменшення невизначеності щодо якогось явища чи процесу. Ці відомості формуються у психіці людини, зберігаються на різноманітних матеріальних носіях (але самі по собі мають нематеріальну природу) та передаються за допомогою засобів зв'язку, відокремлюються від людей, які їх створили, можуть у будь-який час бути відтворені та використані людиною.

3. Незважаючи на наявність багатьох критеріїв, за якими здійснюється класифікація економічної інформації, досі залишаються незрозумілими ознаки, завдяки яким деяка нова інформація практично не викликає реакції, а інша радикально змінює поведінку економічних суб'єктів. Авторською гіпотезою є те, що час реагування на інформацію залежить від того, наскільки ця інформація є несподіваною і суперечить попередньому стану речей, тим знанням, що були наявні до цього моменту. По-друге, характер реакції на нову інформацію може залежати від її кількості. Можливо, агенти реагують на інформацію лише тоді, коли її кількість перевищить певний критичний рівень. Натомість, окремою і нетривіальною проблемою є відсутність методик вимірювання кількості економічної інформації.

## РОЗДІЛ 2

### ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ ТЕОРІЇ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ

#### 2.1. Вплив інформації на процес виробництва

У попередньому аналізі було виділено три основних напрями, у яких інформація проявляється в економічній системі. Економічна інформація є, по-перше, важливим ресурсом виробництва, по-друге, інтелектуальним продуктом і, по-третє, особливою субстанцією, яка визначає характер функціонування та розвитку економічної системи. Два із наведених напрямів безпосередньо пов'язані із процесом виробництва. В інформаційній економіці виробничий процес має низку особливостей, вартих уваги. Їх аналіз потребує розгляду основних економічних властивостей та особливостей інформації як економічного ресурсу, що якісно відрізняється від традиційних факторів виробництва.

Під категорією „інформаційні ресурси” в економіці ми розуміємо наявну на мікро- чи макрорівні впорядковану економічну інформацію, що здатна брати участь у виробничому процесі чи впливати на нього, а тому має певну економічну цінність. До важливих для виробничого процесу інформаційних ресурсів належать, в першу чергу, технології та маркетингова інформація про ринкову кон'юнктуру. Інформаційні ресурси за своїми характеристиками помітно відрізняються від традиційних економічних ресурсів. В узагальненому вигляді основні відмінності подано у табл. 2.1, розглянемо основні з них детальніше.

Таблиця 2.1

Порівняння традиційних факторів виробництва та інформаційних ресурсів

Ознака	Традиційні фактори виробництва	Інформаційні ресурси
Права власності	Чітко визначені: ці ресурси можливо привласнити, а згодом – й відчужити	Слабо специфіковані або не специфіковані взагалі, тому привласнити ці ресурси доволі складно, а відчужити їх неможливо
Умова власності	Право розпорядження фактором	Здатність використати ресурс
Вимірювання	Вимірюються у натуральних одиницях та у вартісному вигляді	Не піддаються вимірюванню у натуральному виразі; наявну кількість ресурсу можна оцінити лише у вартісному вимірі
Зміни при використанні у виробництві	Втрачають споживчу вартість; мінова вартість практично не змінюється. Інший суб'єкт скористатися цим же ресурсом (фактором) не може	Споживча вартість зберігається, мінова вартість, як правило, зростає. Створюється додаткова споживча та мінова вартість. Зберігається можливість використання цього ж ресурсу іншим суб'єктом
Гранична віддача	Спадна	Зростаюча
Подільність	Можна розділити на окремі частини, використати певну кількість наявного фактора	Розділити на складові частини неможливо, оскільки при цьому буде повністю втрачено споживчу вартість ресурсу
Наявна в природі кількість	Є рідкісними, тобто їх кількість обмежена	Не є рідкісними: наявна кількість необмежена
Відновлення	Невідновлювальні	Самовідтворювальні
Можливості використання	Залежать від наявного обладнання та технологій	Залежать від розумових здібностей, інтелекту



		конкретної людини
Однорідність	Різні одиниці факторів можуть бути однорідними (гомогенними)	Ніколи не є однорідними (гомогенними)
Витрати на створення	Пропорційні кількості споживачів ресурсу	Практично не залежать від кількості споживачів
Знос	Фізичний та моральний	Тільки моральний
Форма існування	Матеріальна, уречевлена (капітал, земля) або нематеріальна (праця)	Тільки нематеріальна за змістом, існує на матеріальних носіях
Споживання	Відбувається в одному місці й одномоментно	Може бути розтягнутим як в часі, так і у просторі

Почнемо з того, що інформацію неможливо (або складно) відчужити. Ця риса має два прояви. З одного боку, надавши іншій особі певну інформацію, її власник її не втрачає, як і не втрачає на неї права власності. Інформація залишається у нього, він може надати її ж іще будь-кому. Так, коли, наприклад, викладач читає лекцію, він передає певну інформацію слухачам, але при цьому сам її не втрачає, натомість пізніше може прочитати цю ж лекцію іншим слухачам. З іншого боку, позбавити людину тієї інформації, яку їй надано, вже не вдається. Іншими словами: при „продажу” інформації вона не відчужується від „продавця”, а з другого боку, після „продажу” відчужити її неможливо і від „покупця”. Звідси виникають проблеми із власністю на інформацію, які розглядатимуться у п. 2.2. Отже, конкуренція між споживачами інформації відсутня: використання її однією особою не перешкоджає використанню її ж іншими членами суспільства. „Якщо я дозволю комусь використовувати мою інформацію, слушно вважати, що й він поділиться зі мною чимось корисним. Отже, в той час як угоди щодо матеріальних благ ведуть до конкуренції, інформаційний обмін веде до співробітництва” [98, С. 395-396].

Кожна одиниця інформації відрізняється від будь-якої іншої, тобто інформація не є гомогенною. По-перше, з боку виробництва. Наприклад, прочитати лекцію двічі так, щоб ці дві лекції за своїм інформаційним наповненням зовсім не відрізнялися одна від одної, практично неможливо (якщо не записати її заздалегідь на магнітофон і не ставити слухачам запис). Тому інформація не задовольняє вимогам конкуренції: модель чистої конкуренції для ринку інформації виключена навіть теоретично. Це створює певні проблеми на ринку, оскільки, якщо споживач не знає змісту інформації, він її не купуватиме, але якщо він його знає, йому вже не потрібно купувати інформаційний продукт. Ця дилема розв'язується тим, що вирішальним фактором для рішення споживача купувати чи не купувати стає не безпосередній зміст пропонованої йому інформації, а репутація її постачальника [40, Р. 1449]. Рішення, чи варто відвідати певну лекцію (якщо відвідування не примусове), не в останню чергу залежить від того, наскільки відомою є та людина, яка її читатиме, або наскільки цікавими й корисними були її попередні лекції.

По-друге, інформація не є гомогенною і з боку споживання. Вона характеризується залежністю від того, як її було сприйнято, а сприйняття, у свою чергу, є суто індивідуальним та залежить від конкретної людини. Кожний слухач лекції запам'ятовує різні її частини, робить власні висновки, вносить до її змісту власне емоційне забарвлення.

Ця риса, що згадується порівняно нечасто, має назву вибірковості. Інформація, яка є потенційно доступною величезній кількості людей, може не бути реально засвоєною ними. Споживання інформації не обмежує можливостей її використання іншими членами суспільства, але сам процес її споживання обумовлений наявністю у людини специфічних можливостей. Лімітуючим чинником, який реально дозволяє користуватися доступною всім інформацією лише обмеженому колу людей, які й стають її реальними власниками, є характер людини, її світовідчуття, психологічні характеристики, освіта, здібності до узагальнень тощо – тобто її інтелект,

який в умовах нової економіки визначатиме соціальний статус людини, її реальні можливості до задоволення власних потреб. Як вказує В. Іноземцев, вперше умовою власності стає не право розпорядження благом, а здатність його використати.

У теорії інформаційної економіки висувається гіпотетичне положення про те, що споживання людиною інформації відбувається одночасно з її створенням, воно тотожне формуванню нового знання. „Засвоєння людиною інформації, яке розвиває здібності до генерації нових знань, фактично робить споживання елементом виробництва” [39, С. 42].

Споживання (використання) інформації може бути розтягнутим у просторі, тобто одну й ту ж інформацію можуть одночасно використовувати в абсолютно різних географічних точках, причому у відмінних одна від одної сферах діяльності. Крім того, споживання інформації може відбуватися не одномоментно, а бути вельми розтягнутим і в часі. Більше того, та інформація, що не знайшла собі застосування зараз, не може вважатися абсолютно марною, оскільки така інформація потенційно може перетворитися у знання, які можуть бути використані у майбутньому.

Важливим є те, що витрати на створення інформації взагалі не залежать від кількості суб'єктів, які нею користуватимуться чи її споживатимуть. Тиражування інформації порівняно з витратами на її створення є практично безкоштовним, граничні витрати прямують до нуля, що призводить до величезного ефекту віддачі від масштабу виробництва для інформаційних товарів, який є значно вищим за ефект масштабу для звичайних товарів чи послуг. Закон спадної граничної віддачі змінного фактора виробництва неможливо застосувати до інформаційних ресурсів; спадну віддачу замінює зростаюча. Витрати зусиль лектора на підготовку та проведення лекції (окрім можливого тиражування роздаткових матеріалів) не залежать від того, чи його лекцію відвідає одна людина, чи приміщення буде повністю заповнене слухачами.

Отже, вже завдяки розповсюдженню інформації її кількість зростає.

Таке зростання кількості є одним з проявів іншої властивості інформації – необмеженості її наявної кількості. На відміну від інших економічних ресурсів, інформації та знанням не притаманна рідкісність або вичерпуваність. Ці ресурси є самовідтворювальними. Їх кількість зростає у процесі їх застосування, причому створюється інформації та знань, як правило, більше, ніж їх можна використати (із одночасним виникненням проблеми виокремлення релевантної, необхідної частини інформації). Тому інформаційні ресурси можна використовувати багаторазово. Але слід зауважити: хоча знання не можуть бути рідкісними чи вичерпуваними, вони можуть бути недостатніми, неповними або неглибокими. Таким чином, у розрізі інформаційної економіки вирішується центральна проблема економічної науки – проблема обмеженості ресурсів. Натомість виникає не менш складна проблема фільтрації інформації, відділення релевантної, потрібної та корисної (якої, як правило, небагато) від зайвої. Найкращим сучасним прикладом цього є мережа Інтернет. В ній можна знайти практично все. Однак поряд із обмеженим обсягом потрібної інформації доводиться дивитися й великі обсяги „інформаційного сміття” або спотворених фактів або суб’єктивних поглядів. Тому виникає окремий вид послуг, пов’язаний із пошуком необхідної людині інформації на певну тематику. Отже, певним парадоксом є те, що, внаслідок необмеженості наявної інформації, обмеженість необхідних знань та релевантної інформації стає особливо помітною.

Крім того, підводним каменем самовідтворення й самозростання інформації є її здатність надзвичайно швидко, інколи миттєво застарівати, втрачати свою корисність, цікавість для людини. Трапляється це у процесі науково-технічного прогресу (НТП), коли люди отримують нові знання й, що важливіше, нові технології, через що старі технології стають неактуальними й нікому не потрібними.

Інформації, як жодному іншому економічному благу, притаманний моральний знос. Загалом, чим більша частка інформаційних ресурсів задіяна

у створенні певного товару – тим швидше він морально застаріє. На рівні гіпотези можна припустити, що моральному зносові піддана тільки інформація, або „інформаційний” компонент будь-якого товару, а його „матеріальні” складові зношуються виключно фізично. В той же час, слід відзначити, що наявна кількість інформації за морального зносу не зменшується, знижується тільки її корисність.

Доступ до інформаційних ресурсів (як і до будь-яких інших) може бути обмеженим. Однак американський економіст, лауреат Нобелівської премії Дж. Стігліц вказує на те, що таке обмеження або не впроваджується взагалі (для загальнодоступної інформації), або призводить до неефективного за Парето розподілу ресурсів (для комерційної чи таємної інформації). Спираючись на це, Стігліц доходить висновку, що інформація є суспільним товаром, та більше, в умовах поширення міжнародних зв'язків, – глобальним суспільним товаром [40, Р. 1448].

З цим можна погодитися лише частково. Відомо, що двома центральними ознаками суспільного блага є необмеженість доступу і несуперництво у споживанні. Якщо відповідність інформації останній ознаці, як було показано вище, не викликає сумнівів, то необмеженість доступу притаманна тільки загальнодоступній інформації, яка і є чистим суспільним товаром.

Але і тут присутня певна „невідповідність традиції”. Такий товар ефективно пропонується не тільки державою, але й – не менш ефективно – приватним сектором економіки (нагадаємо, що виробництво традиційних чистих суспільних благ приватним сектором завжди пов'язувалося із втратою суспільної ефективності, оскільки виробник недоотримував грошову винагороду за свій товар). Однак це пов'язано не з тим, що кожний споживач інформації за неї сплачує, а скоріше з тим, що, завдяки сучасним технологіям, розповсюдження інформації не пов'язане із значними додатковими витратами постачальника, воно має характер не виробництва, а тиражування, тобто наявний дуже сильний ефект масштабу. Автор

інформації отримує економічний прибуток, навіть якщо сплатить за неї лише певна частка тих людей, до кого вона потрапила. А правовий режим інтелектуальної власності сприятиме тому, щоб ця частка була якомога більшою. За аналогічною логікою, комерційну інформацію можна з певною умовністю вважати змішаним суспільним благом, але конфіденційну вже слід відносити не до суспільних, а до приватних благ. До цього питання повернемося, коли йтиметься про суспільну та індивідуальну ефективність інтелектуальної власності.

2.2. Неузгодженості особливостей інформаційного виробництва із мікроекономічними моделями поведінки виробника

Основні особливості виробничої діяльності людини за умов інформаційної економіки добре викладено у численних джерелах. Тому коротко перелічимо найбільш суттєві з них:

1. в інформаційній економіці число зайнятих у сфері послуг перевищує кількість працюючих у галузях матеріального виробництва;
2. індустріальне виробництво мало масовий та стандартизований вигляд (відповідна концепція має назву „фордизм”). Відтепер воно набуває індивідуалізованого характеру, за якого продукт виробництва адаптується залежно від потреб конкретних споживачів;
3. відповідно, виробництво інтелектуального продукту набуває унікального та невідтворюваного характеру;
4. змінюється характер виробництва. Якщо в індустріальній системі домінує стандартизована праця, коли робітник виконує ряд повторюваних операцій, то тепер робота має творчий, унікальний характер;
5. відповідно, мотивація до діяльності переходить від матеріального до нематеріального характеру: можливість самореалізації стає для людини важливішою від безпосередньої грошової винагороди (з цим можна сперечатися);

6. створення та споживання інформації можуть збігатися, являти собою один акт: засвоєння людиною інформації, що розвиває здібність до створення нового знання, робить споживання елементом виробництва;

7. зміна характеру зв'язку між виробником та споживачем: завдяки сучасним технологіям вони можуть бути або взагалі незнайомими, знаходитися у різних куточках земної кулі, або постійно обмінюватися ролями, коли споживач водночас бере активну участь у виробництві;

8. перехід від жорстких горизонтальних та вертикальних виробничих зв'язків та схем до гнучких мережевих та проектних форм організації виробництва.

Змістом інформаційного виробництва як економічної категорії пропонується вважати створення людьми інтелектуального продукту із застосуванням інформаційних технологій та залученням значних інформаційних ресурсів. Тут під інтелектуальним (або інформаційним) продуктом мається на увазі результат інтелектуальної діяльності людини, призначений для реалізації на ринку. Інформаційними технологіями є сукупність технологій управління, накопичення, обробки та передачі інформації. До складових інформаційних технологій належать інформатика, програмування, інтернет, управління даними та їх збереження, інформаційна безпека, криптографія, штучний інтелект, а також сегмент „інтелектуальних інформаційних технологій” (технології, що допомагають людині в аналізі політичної, економічної, соціальної і технічної ситуації та в прийнятті управлінських рішень). Як вказувалося вище, головними складовими інформаційних ресурсів є сучасні технології та маркетингова інформація.

Будь-яке виробництво можна вважати частково інформаційним, але традиційна економічна наука не брала інформаційну складову до уваги, оскільки вона була відносно малою та не мала відчутного впливу на процес і результат створення матеріальних благ. Тільки з розвитком НТП, зростанням ролі нових технологій у виробництві виникає та посилюється увага до „інформаційної” складової економічних процесів. Так, на думку В.

Іноземцева, саме технологічний прогрес визначає відтепер розвиток виробничих процесів завдяки зниженню витрат і підвищенню конкурентоспроможності продукції. Важливість усвідомлення цієї думки підкреслює і М. Кастельс: „Зрозуміло, знання та інформація є критично важливими елементами у всіх способах розвитку, оскільки процес виробництва завжди ґрунтується на певному рівні знань та на обробці інформації. Однак специфічним для інформаціонального способу розвитку є вплив знання на саме знання як головне джерело продуктивності” [42, С. 39]. Очевидною аналогією тут є класична механіка Ньютона та теорія відносності Ейнштейна. Явища, про які йдеться у теорії відносності, наявні завжди, але при малій швидкості руху, яку розглядає класична механіка, вони настільки непомітні, що не беруться до уваги. Хоча самі по собі мають якісно відмінну природу та поведінку.

Ту ж ситуацію маємо і з інформацією як виробничим чинником. Поки цей чинник не береться до уваги, класичні теорії є адекватними, але коли починається його розгляд та аналіз, виявляється, що традиційні добре відомі теоретичні концепції перестають працювати, що й розглянемо далі.

У літературі наявні різні погляди на роль, яку інформаційні ресурси відіграють у виробничому процесі. Т. Стоуньєр вказує, що, по-перше, нові технології перетворюють нересурси у ресурси, себто дозволяють задіяти у виробництві ті речі, які раніше з цією метою не використовувалися, та, по-друге, що застосування інформації є засобом підвищення ефективності використання традиційних ресурсів (капіталу і праці), що сприяє створенню більшої кількості матеріального багатства [98, С. 393, 397]. Р. Толстяков уточнює наведене таким чином, що вважає інформацію необхідною умовою ефективного використання праці та капіталу як чинників виробництва. З цим пов’язане виникнення зростаючої віддачі від інформаційного ресурсу.

Розглядаючи інформаційні ресурси організації як її нематеріальні активи (такий підхід застосовується у бухгалтерському обліку), можна говорити про напрямки задіяння у виробничому процесі кожного окремого



виду нематеріальних активів (інформації, що представлена або захищається такими правовими інструментами, як торговельна марка, патент, авторське й промислове право та ін.). Так, наприклад, торговельні марки не беруть безпосередньої участі у виробництві, однак сприяють зростанню його обсягів через збільшення попиту на продукцію, яка продається під даною торговою маркою і стає більш відомою на ринку. Патенти, авторські й промислові права захищають інформацію про виробничі технології, які не повинні потрапляти до конкурентів або, якщо і потрапляють, то не повинні використовуватися тощо. Однак такий погляд страждає на відсутність єдиного знаменника, до якого можна привести роль інформаційних ресурсів у процесі виробництва.

Пошук такого знаменника потребує певного концептуального філософського узагальнення. Про одну із можливостей говорить С. Дятлов. Він пропонує розглядати трудову діяльність людей як інформаційну діяльність, „а трудові затрати можуть бути представлені у вигляді певним чином закодованої у продуктах праці інформації та можуть бути виражені кількісно в одиницях інформації”. Головною проблемою тут є кількісний вираз інформації: „Це дає змогу порушити питання про розробку методологічних принципів вимірювання сукупних витрат та результатів виробництва в універсальних інформаційних одиницях, тобто про розробку інформаційної теорії цінності (вартості)” [24, С. 505]. Питання про розробку інформаційної теорії вартості було порушене ще на початку 1960-х років такими відомими теоретиками, як Д. Белл, Ю. Габермас та К. Ерроу (див.: [8, С. CLII, CXXXVII]). Внаслідок того, що численні спроби розв’язати це питання ще не призвели до остаточного результату (себто природа вартості інтелектуального продукту досі у переконливий та однозначний спосіб не обґрунтована, детальніше про це йтиметься нижче), надати логічне завершення запропонованому філософському узагальненню щодо місця інформації у виробництві сьогодні доволі складно.

Тобто, на практиці доцільно виділяти два основні напрямки

виробничого застосування інформаційних ресурсів. Перший здійснюється у творчих видах економічної діяльності, коли безпосередні знання та інформація співробітників застосовуються у процесі творчої праці. До таких видів діяльності можна віднести художню творчість, мистецтво, науку, освіту, комп'ютерне програмування, медицину та ін. У другому випадку знання в основному набувають вигляду нових технологій та грають роль чинника, який підвищує ефективність традиційного виробництва. Це стосується головним чином видів діяльності першого-третього секторів, але частково й інформаційних, послугових секторів економіки.

Явище підвищення ефективності застосування виробничих ресурсів під впливом інформації та знань працівників позначається терміном „зростаюча віддача”. Йдеться про те, що одним із вихідних положень традиційного мікроекономічного аналізу виробничої діяльності підприємства є твердження про можливість досягнення ринкової рівноваги лише за умови, що починаючи з певної точки у виробничому процесі спостерігатиметься спадна віддача від змінного виробничого фактора.

Коли розглядається короткостроковий період, за якого змінюється обсяг використання тільки одного чинника виробництва („змінний фактор”), а кількість інших чинників („постійний фактор”) є сталою, то задіяння у виробництві кожної наступної одиниці змінного фактора призводить до пропорційно меншого зростання кількості готової продукції. Даний ефект виникає внаслідок зміни оптимальних з погляду технології пропорцій між різними факторами виробництва, а також через збільшення навантаження на постійні фактори виробництва, завдяки чому ефективність їх використання постійно зменшується. Завдяки універсальності даної тенденції, яка спостерігається практично у кожному матеріальному виробництві, зниження граничного продукту змінного фактора отримало назву закону спадної віддачі. Детально це явище розглядається у будь-якому підручнику із мікроекономіки. Воно справедливе, однак, лише для тих виробництв, в яких головними ресурсами є праця або капітал.

Але за участі інформаційних ресурсів спадна віддача перетворюється у власну протилежність. Відбувається зміна механізмів, які визначають економічну поведінку. Дія закону спадної граничної продуктивності не розповсюджується на сферу інформаційного виробництва; визначальним щодо прийняття виробничих рішень стає принцип зростаючої віддачі змінного виробничого ресурсу.

Якщо наша економічна школа до нещодавнього часу це явище повністю ігнорувала, то західні економісти звернули на нього увагу в середині 70-х років ХХ ст. Одними з перших, хто почав аналізувати зростаючу віддачу, стали американські економісти, лауреати Нобелівської премії з економіки Дж. Стігліц і К. Дж. Ерроу [41]. Вони розглядали зростаючу віддачу саме у мікроекономічному аспекті, як ефективність участі у виробництві змінного, у даному випадку інформаційного чинника. Сприйняття цієї ідеї в економічній спільноті було різним. Так, характерною є така думка: „...чому це інформації внутрішньо властива зростаюча гранична віддача (починаючи з нульової кількості інформації)? Хоча визнано, що інформація як товар є специфічною, той факт, що вона у загальному випадку не може демонструвати спадну граничну віддачу, все ще дещо пантеличить” [20].

З огляду на викладене, явище зростаючої віддачі та чинники, що його викликають, заслуговують на увагу. Саму зростаючу віддачу, як вказує Е. ден Хартіг, можна визначати як в економічному (мікроекономічному), так і в управлінському (менеджментському) сенсі [25, Р. 10]. Менеджментський підхід цікаво сформулював У. Артур. Він зауважує, що „зростаюча віддача – це тенденція, за якою те, що рухається вперед, рухається ще далі, а те, що втрачає перевагу, втрачає ще більше. Це – механізми позитивного зворотного зв'язку, що працюють (на ринках, підприємствах і галузях) для посилення того, що має успіх та погіршення стану того, що зазнає невдачі”, а згодом наводить лаконічніший вислів: зростаюча віддача є „позитивним зворотнім зв'язком в економіці” (цит. за: [25, Р. 11]).

З економічного погляду зростаючою віддачею виступає така ситуація, коли гранична продуктивність факторів виробництва зростає у трансформаційному (технологічному) процесі підприємства [24, Р. 13].

Слід відмітити, що зростаюча віддача має місце і в традиційних виробничих процесах, де ресурсами виступають праця або капітал, але тільки для незначних обсягів виробництва, за яких відбувається значне недонавантаження постійного виробничого ресурсу (обладнання підприємства). Однофакторна виробнича функція змінного інформаційного ресурсу, навпаки, характеризується зростаючою граничною продуктивністю навіть за значних обсягів випуску. Це показано на рис. 2.1, де  $TP$  – сукупний продукт (випуск),  $K$  – кількість традиційного змінного фактору виробництва (капіталу або праці),  $I$  – кількість змінного інформаційного ресурсу. Точкою рівноваги  $E$  позначено фактичний обсяг виробництва, що відповідає тій кількості продукції, на яку є попит. У точці перегину зростаюча віддача змінюється на спадну, себто граничний продукт у цій точці є максимальним. Математично це описується так:

$$\frac{dTP}{dK} \rightarrow \max \text{ і } \frac{dTP}{dI} \rightarrow \max, \quad (2.1)$$

що тотожне таким умовам:

$$\left\{ \begin{array}{l} \frac{d^2TP}{dK^2} = 0 \\ \frac{d^3TP}{dK^3} < 0 \end{array} \right. \text{ і } \left\{ \begin{array}{l} \frac{d^2TP}{dI^2} = 0 \\ \frac{d^3TP}{dI^3} < 0 \end{array} \right. . \quad (2.2)$$

Праворуч від точки перегину випуск зростає менш пропорційно порівняно із затратами вхідного ресурсу, тобто має місце спадна гранична продуктивність. Ліворуч щодо точки перегину обсяг продукції зростає більш пропорційно, ніж витрати виробничого фактора, отже, спостерігається зростаюча віддача. Позиція точки перегину, а отже, і характер трансформаційної функції визначається, по-перше, характеристиками факторів виробництва і, по-друге, співвідношенням між „капітальними” та „інформаційними” ресурсами, що необхідні для створення певного товару.

Іншими словами, зростаюча віддача теоретично переходить у спадну і у функції змінного інформаційного ресурсу. Причиною цього є те, що інформація не може виступати як змінний ресурс у чистому вигляді: у короткостроковому періоді разом зі зміною застосованого інформаційного ресурсу відповідно зростає і певна частка „капітальних” факторів виробництва. Щонайменше існує об’єктивне обмеження у вигляді здатності співробітників опрацьовувати лише обмежені обсяги інформації протягом певного часу. Але це відбувається при обсязі виробництва товару, який значно перевищує ринкову потребу в цьому товарі, і тому стан виробництва інформаціємісткої продукції після точки перегину взагалі не аналізується.

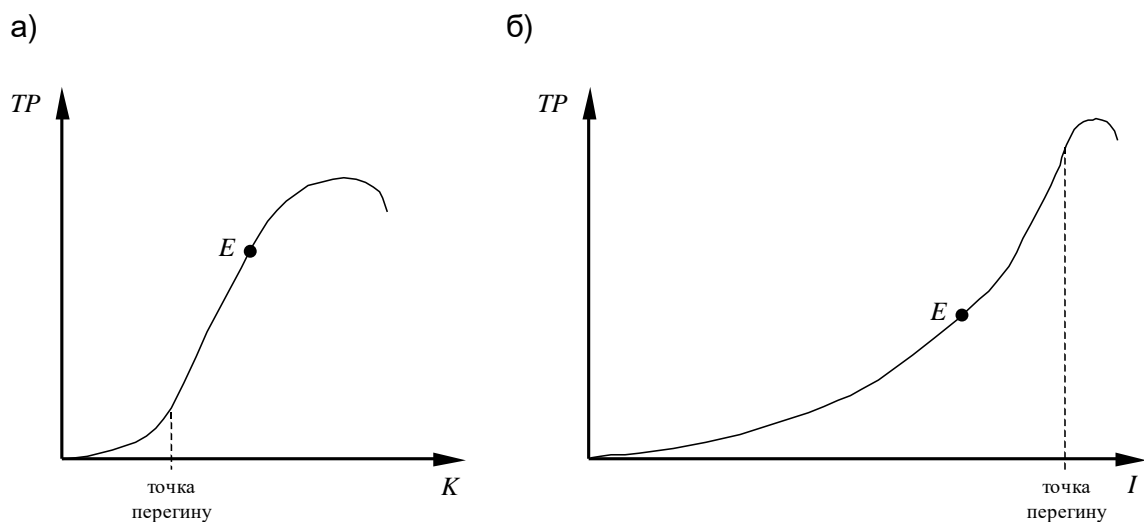


Рис. 2.1. Виробнича функція для праце- або капіталоємної (а) та інформаціємної (б) продукції.

Те, що для інформаціємної продукції точка  $E$  пролягає ліворуч від точки перегину, має цікавий аналітичний наслідок. На цій частині кривої граничний продукт зростає, а отже, зростає ефективність застосування інформаційного ресурсу. Це означає, що максимальна ефективність використання інформаційного ресурсу не досягається ніколи. Обсяг виробництва не стає оптимальним для виробника.

Чому ця аналітично неоднозначна ситуація властива саме інформаційному чинникові? Р. Раднер та Дж. Стігліц [35] показали, що гранична цінність малої кількості інформації дорівнює нулеві. Оскільки гранична цінність (нічого не вартої) інформації є невід'ємною, то з цього випливає, що, якщо інформація не є непридатною і тому не має нульової цінності загалом, вона має демонструвати зростаючу граничну віддачу. Це домінування зростаючої віддачі є в першу чергу наслідком економічних властивостей інформації, про які вже йшлося. Зокрема, від інформаційних ресурсів можна очікувати зростаючої віддачі через такі їх властивості:

1) цей ресурс не є рідкісним, тобто він не виснажується у виробництві (але може швидко застарівати, тобто втрачати свою споживчу вартість);

2) вартість інформації має тенденцію до зростання у процесі використання цієї інформації (з обмовкою на складність кількісного вимірювання цієї вартості);

3) на відміну від інших ресурсів, які є невідновлюваними та (за певними винятками) вичерпуються, інформації притаманне самовідтворення. Це означає, що у процесі її використання, окрім самого продукту, створюється також нова релевантна інформація [23, Р. 3].

Викладене стосувалось проблеми зростаючої граничної продуктивності змінного інформаційного ресурсу. Слід розглянути й певні явища, завдяки яким виникає зростаюча віддача щодо усього виробництва, передусім на підприємствах, що функціонують у високотехнологічних галузях, і продукція яких характеризується не стільки порівняно значними матеріальними витратами, скільки інтенсивним використанням сучасних технологій. Таких джерел виділяють чотири: ефект масштабу, ефект навчання, мережеві ефекти та ефекти взаємного впливу (рис. 2.2). Розглянемо їх більш детально.

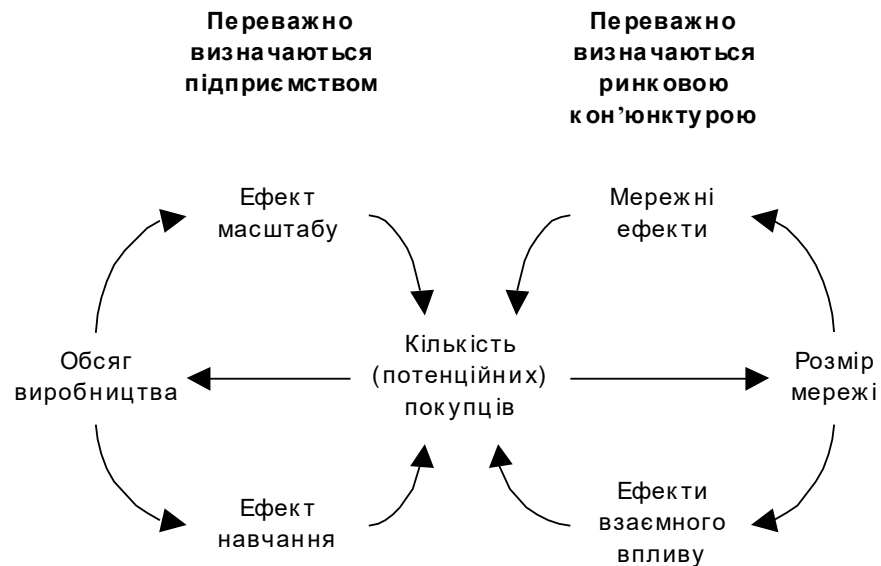


Рис. 2.2. Джерела зростаючої граничної віддачі виробництва [24, Р. 13].

В контексті зростаючої віддачі ефектом масштабу прийнято називати специфічну структуру витрат на виробництво інтелектуального продукту. Такий продукт характеризується значними постійними витратами (на його створення) та низькими середніми змінними витратами (що пов'язані із тиражуванням створеного інтелектуального продукту). Прикладами такої продукції можна назвати комп'ютерне програмне забезпечення, фармацевтичну продукцію тощо.

Слід розрізняти ефект масштабу щодо постійних витрат та ефект масштабу щодо змінних витрат. Ефект масштабу щодо постійних витрат діє при створенні як інтелектуальної, так і традиційної продукції. Він виявляється у тому, що постійні витрати розподіляються між усе більшою кількістю продукції. Чим більший обсяг продукції випускається, тим нижче середні постійні витрати. У праце- та капіталоемних процесах досягнення економії від масштабу щодо постійних витрат розглядається як одне із джерел досягнення підприємством конкурентної переваги.

Інформаційне виробництво також характеризується наявністю ефекту масштабу щодо змінних витрат. Середні змінні витрати у даному випадку не зростають, а знижуються разом із збільшенням обсягів виробництва і можуть

наближатись до нульового рівня. Наслідком такої структури витратків є те, що крива середніх сукупних витрат матиме від'ємний нахил (тобто спадатиме) при збільшенні обсягу виробництва. Відповідно, підприємство отримує унікальну можливість покращувати споживчі якості своєї продукції шляхом поліпшення її якості та (або) зниження її ціни. Унаслідок цього зростає попит, що призводить до подальшого зниження середніх витрат.

Ефектом навчання називають динамічну залежність між зростанням випуску та зростанням продуктивності. У праце- та капіталомістких процесах навчання (одержання підприємством досвіду випуску певного виду продукції) призводить до більш ефективного використання вхідних факторів. Іншими словами, на той же обсяг випущеної продукції можна витратити меншу кількість ресурсів. Те ж саме стосується процесів, в яких ресурсами виступають знання та інформація. В них, крім того, створюються нові знання та інформація як додаткова продукція. Ці знання та інформацію в подальшому можна використовувати у виробничому процесі, щоб розробляти нову продукцію або вдосконалювати існуючу. Також слід зазначити, що, оскільки інформація та знання сприйнятливі до часового фактору, то безперервний вихід нової інформації стає важливою складовою успіху діяльності підприємства. Коли краща і більш свіжа інформація створює нову інформацію та нові знання, то це призводить до посилення ефекту навчання. А останнє свідчить про наявність зростаючої продуктивності цього фактора та виробництва в цілому.

Мережевий ефект (англ. network effect) виявляється у зростанні економічної корисності товару зі збільшенням кількості суб'єктів економіки, які мають або споживають подібні товари [29]. Розмір мережі визначається кількістю постачальників та користувачів товарів, в основу яких покладені єдині технологічні стандарти. Класичним прикладом продукції, існування якої в першу чергу обумовлене дією мережевого ефекту, є факс. Коли був випущений перший факсимільний апарат, його цінність дорівнювала нулеві, незважаючи на мільйони доларів, витрачені на його створення. З випуском



другого факсу перший одразу отримав певну споживчу вартість. Оскільки факси об'єднані у мережу, кожний додатковий факсимільний апарат збільшує цінність усіх попередніх. Те ж саме справедливе для телебачення, телефону, комп'ютерів, інтернету тощо. Це явище постіндустріальної епохи суперечить одному з фундаментальних принципів індустріальної епохи, який стверджує, що цінність породжується рідкісністю (чим більше певного продукту на ринку, тим нижче цінність кожної його одиниці). Тепер все стає навпаки: чим більше користувачів у певної речі і чим більша її поширеність, тим вищою є її цінність для людини. Такий процес, коли економічна корисність певного продукту зростає при збільшенні кількості людей, які ним користуються, отримав назву прямого мережевого ефекту (англ. *direct network effect*).

Непрямий або опосередкований ринком мережевий ефект (англ. *indirect or market-mediated network effect*) полягає у зростанні корисності товару при збільшенні кількості людей, що користуються товарами-доповнювачами до нього. Прикладами є мобільні телефони та обслуговуюча їх інфраструктура, персональний комп'ютер та операційна система тощо.

Необхідною умовою для виникнення мережевого ефекту є сумісність різних продуктів, тобто доповнюваність одного продукту іншим. В цьому випадку прямі та непрямі мережеві ефекти зможуть взаємно посилювати один одного. Дія мережевого ефекту може припинитися або ставати зворотною через технологічні обмеження, коли до мережі приєднується більше користувачів, ніж дозволяє „пропускна здатність” мережі. У цьому випадку корисність мережевого продукту знижуватиметься.

Ефекти взаємного впливу (англ. *interaction effects*) або ефекти соціальної мережі (англ. *social network effects*) мають місце, якщо рішення покупця залежить від відгуків або очікувань інших (потенційних) покупців даного товару. Різниця між мережевими ефектами та ефектами взаємного впливу полягає у тому, що перші пов'язані з економічною корисністю, а останні – із відповідністю суспільним вимогам (англ. *social legitimacy*). Дія

останнього ефекту пов'язана головним чином із новими продуктами, якість яких неможливо оцінити перед придбанням, і з продукцією, придбання якої передбачає значний мережевий ризик. З придбанням такої продукції, як комп'ютер або мобільний телефон, споживачі придбають товар, споживча цінність якого прямо залежить від існування і розповсюдженості відповідної технології. Якщо життєвий цикл мережі, пов'язаної з цією технологією, короткий, то споживачі незабаром втрачають свої вкладення у цей продукт.

З метою оцінки ризиків, пов'язаних з такою технологічною мережею, споживачі перед придбанням продукту шукають інформацію про нього у спеціалістів або у тих людей, які вже ним користуються. Більш імовірно, що споживачі почують позитивні відгуки про товари, які вже володіють значною ринковою часткою, ніж про продукцію, яка ще не є достатньо відомою, й будуть більш схильні її купувати. Внаслідок цього ринкова частка добре відомого товару зростатиме ще більше за рахунок продукції, яка володіє незначною долею ринку. Цим пояснюється те, що малим компаніям, що пропонують продукцію, у якій втілені найкращі технології, часто не вдається потіснити могутніх конкурентів і зайняти їх нішу на ринку. А тому існує тенденція до монополізації ринків. Так, зокрема, оскільки високотехнологічними продуктами зазвичай непросто користуватися, люди потребують для цього певного навчання. Коли вони освоюють продукт певної фірми, вони вже не бажатимуть навчатися використовувати продукцію конкурента, що призводить до захоплення ринку першим виробником. А зробити спосіб використання нового продукту таким же, як і товару-конкурента, заважають права інтелектуальної власності.

Серед чотирьох загальних джерел зростаючої продуктивності, перелічених вище, ефект масштабу та ефект навчання переважно визначаються підприємством (пропозицією), а мережеві ефекти та ефекти взаємного впливу залежать від ринкової кон'юнктури (попиту). Аналітичні наслідки дії цих ефектів коротко сформульовано у табл. 2.2. Слід звернути увагу на те, що для виробництва матеріальних благ найбільш важливими

джерелами зростаючої продуктивності є перші два ефекти. В той же час для інформаційного виробництва важливу роль відіграють усі чотири джерела, в тому числі через те, що ефекти, дія яких визначається підприємством, та ефекти, що визначаються ринковим середовищем, взаємно посилюють один одного. Цим пояснюється важливість впливу зростаючої продуктивності на підприємства інформаційного сектору економіки, де інтенсивність задіяння інформаційних ресурсів є високою.

Таблиця 2.2

Наслідки дії ефектів, які спричиняють зростаючу віддачу виробництва

Ефект	Аналітичні наслідки для інформаційного виробництва	Вплив ефекту на вартість та корисність продукту
Ефект масштабу	Створення нового продукту, з одного боку, та його тиражування, з іншого, мають абсолютно різний технологічний характер	Вартість одиниці продукту знижується.
Ефект навчання	Створення нових інформації та знань як побічного, додаткового продукту	Вартість одиниці продукту знижується, корисність зберігається.
Мережевий ефект	Цінність породжується та збільшується завдяки поширеності, а не рідкості товару	Співвідношення граничної корисності продукту до його ціни зростає.
Ефект взаємного впливу	Великий вхідний бар'єр для нових виробників, тенденція до повної монополізації ринку	Вартість продукту отримує штучно сформовану „монопольну” складову, яка визначається не виробництвом, а ринком.

Викладений феномен зростаючої віддачі та пов'язані із ним ефекти призводять до кількох аналітичних наслідків.

По-перше, зростаюча віддача призводить до неможливості визначити найоптимальніший для виробника обсяг виробництва засобами традиційного мікроекономічного аналізу, оскільки оптимальний обсяг виробництва „інформаційної” продукції завжди є більшим за існуючий, оптимум є

недосяжним через зростаючу віддачу від застосування інформації.

Звідси маємо другу ідею. Інтелектуальна продукція завжди є більшою або меншою мірою унікальною, її виробництву властива зростаюча віддача, тому ринки такої продукції легко монополізуються. Внаслідок цього інформаційний сектор економіки в цілому є сукупністю великої кількості відносно монопольних ринків – мікромонополій. Вони відрізняються від класичних монополій наявністю товарів-замінників, які, однак, внаслідок мережевих ефектів та ефектів соціального впливу, а також через потенційну індивідуалізацію виробництва для кращого задоволення потреб споживача, мало відволікають споживачів від продуктів-конкурентів. Незважаючи на номінальну наявність конкуруючих товарів, кожен продукт має своє лояльне коло споживачів, які не бажають переходити на продукцію конкурента, і ціноутворення на цих ринках здійснюється за монопольною логікою, яку корегує специфічна структура витрат на створення інформаційного продукту. Яскравим прикладом є сектор комп'ютерного програмного забезпечення. До більшості популярних комерційних програм сьогодні існують якісні безкоштовні альтернативи. Однак, звикнувши працювати із певною програмою, людина вже не бажає змінювати свої звички і вивчати особливості користування альтернативним програмним забезпеченням, навіть якщо воно є безкоштовним і пропонує аналогічні можливості. Вона залишається покупцем нових версій звичних для неї програм.

Крім того, мікромонополії є „річчю в собі” у тому сенсі, що вони, на відміну від класичних промислових монополій, не породжуються конкурентною боротьбою, а мають відносно монополістичний характер споконвічно, з моменту свого виникнення. Отже, в інформаційній економіці закон монополізації отримує новий механізм дії на мікрорівні, а саме, виникає нова причина монополізації, не пов'язана із концентрацією та централізацією виробництва. Монополізація виникає через психологічне небажання споживачів переходити на продукцію конкурентів або через необхідність несення нерационально високих витрат, пов'язаних із таким

переходом.

По-третє, наявність зростаючої віддачі, за якої суттєво знижується собівартість продукції, робить рентабельною індивідуалізацію виробництва. Фактично замість індивідуалізації виробництва як такого маємо певні можливості для адаптації підприємствами своєї продукції „під споживача”, за якої суттєві ознаки продукції не змінюються (тут зберігається підхід масового виробництва), натомість можна легко змінювати „інтерфейсну” частину товару, яка полегшує користування цим товаром. Дещо перебільшуючи, слоганом індустріального стандартизованого виробництва були відомі слова Генрі Форда про те, що споживач може обирати автомобіль будь-якого кольору, якщо цей колір – чорний. За сучасного індивідуалізованого виробництва і виробник, і споживач обирають будь-які кольори (принаймні, таким є загальноприйняте теоретичне припущення). Тим не менше, обрати „наповнення” автомобіля на свій смак більш складно, доступною є, як правило, кінцева кількість стандартних комплектацій. Однак споживач отримує ілюзію вибору. Поки що справжній вибір та повна індивідуалізація можливі тільки на ринках двосторонніх монополій (між іншим, знову „мікромонополій”), але на них інтелектуальна продукція коштує надзвичайно дорого, оскільки усі постійні витрати на її створення покриваються одним покупцем. Зрозуміло, на двосторонні мікромонополії явище зростаючої віддачі майже не розповсюджується.

### 2.3. Невизначеність природи вартості інтелектуального продукту

Одним із результатів виробництва є не тільки безпосередній продукт (товар або послуга), а й новостворена вартість. Інформаційне виробництво, очевидно, створює не тільки інтелектуальний продукт, але й відповідну вартість. Тому питання про розробку та обґрунтування інформаційної теорії вартості було порушене практично одночасно із початком досліджень у царині інформаційної економіки. Чітка відповідь на питання про природу

вартості інтелектуального продукту необхідна для вимірювання кількості економічної інформації, економічного пояснення природи інтелектуальної власності (власності на інформацію), розробки моделей ринків інтелектуальної продукції тощо. Однак така відповідь дотепер не надана.

Теоретична проблема полягає в тому, що жодна із двох основних, „мейнстрімних” теорій вартості (трудова та маржиналістська) не спрацьовує, коли інформація, інтелектуальний продукт розглядається як результат виробництва. Неприйнятність граничної, маржиналістської теорії визначення вартості товару для пояснення природи вартості інтелектуального продукту пояснюється достатньо просто.

По-перше, дана концепція застосовується до чинників виробництва, які мають властивість однорідності, себто кожна наступна одиниця даного чинника подібна за своїми властивостями до попередньої та наступної. Інформація ж не є однорідною за визначенням, повторення однієї і тієї ж інформації одному економічному суб’єктові нецікаве і непотрібне.

По-друге, інформаційне наповнення товару може застарівати, а отже, його цінність падатиме: „Якщо фірмова краватка, яка була модною минулого року та продавалася за 20 тис. єн, вийде з моди, є всі шанси зустрітися з нею на розпродажу, де за неї проситимуть не більше 4 тис. єн. Іншими словами, створена знанням цінність, за яку споживач ще нещодавно був готовий сплатити додаткові 16 тис. єн, сьогодні звелася до нуля” [92, С. 353].

І по-третє, граничні категорії більш-менш адекватно описують ситуацію із рідкісними благами, доступна кількість яких є обмеженою, а корисність кожної наступної їх одиниці менша за корисність попередньої; їх графіки альтернативної вартості заміщення мають опуклий вигляд. Натомість властивості інформації є цілком протилежними до рідкості. Наявна інформація не зникає, постійно створюється нова інформація, а отже, її загальна кількість зростає кількісно, а також, як було показано вище, демонструє тенденцію до зростаючої віддачі.

Крім того, теорія граничної корисності не спрацьовує для інформації не

тільки у кількісному аспекті (проблема полягає у відсутності єдиних одиниць вимірювання інформації через те, що інформація є неоднорідною та нерідкісною). Завдяки специфічній логіці взаємодії у виробничому процесі матеріальних, нематеріальних та людських активів знижується аналітична спроможність такої якісної категорії маржиналістської концепції, як альтернативна вартість (вартість втрачених можливостей). Адже інформація нікуди не зникає у процесі створення одного продукту та її можна застосувати в іншому виробництві, втрачених можливостей ніби немає. Однак говорити про повне зникнення альтернативної вартості для інформації було б невірно. Обмеженням для одночасного застосування інформації у кількох виробництвах є не вона сама, а людський чинник, який може виявитися обмеженим (перш ніж застосовувати інформацію, її необхідно перетворити у знання, засвоївши та осмисливши, а це можна зробити тільки маючи певну професійну підготовку), та фактор часу (інформація застаріває із задалегідь невідомою швидкістю, втрачаючи свою споживчу вартість; людина як жива істота має обмежену швидкість та продуктивність праці).

Отже, справедливою та, водночас, надто м'якою є думка Р. Ніжегородцева, що „застосування стандартних категорій маржиналізму до опису інформаційного виробництва є малообґрунтованим” [63, С. 12].

З іншого боку, застосовуваність трудової теорії вартості до інформаційних чинників є більш складним та неоднозначним питанням. Одна з причин вже була вказана: неоднорідність інформації. Тому в координатах трудової вартісної концепції достатньо непросто перейти від приватних до суспільно-необхідних витрат на створення інформаційного продукту (цьому продуктові не властива однорідність, „усередненість”), від конкретної до абстрактної та від складної до простої, порівнюваної праці, здійснити редукцію праці та витрат.

Різні дослідники по-різному сформулювали суть даної проблеми. Ю. Габермас зазначав, що „...технологія та наука стали провідною продуктивною силою, і це підірвало основи трудової теорії вартості К. Маркса. Сьогодні

вже не можна підрахувати обсяг капіталовкладень у НДДКР на основі вартості некваліфікованої (простої) робочої сили. Науково-технічний прогрес сам став джерелом доданої вартості, порівняно з яким усе менша роль відводиться єдиному джерелу доданої вартості, яке визнається К. Марксом, а саме, робочій силі безпосередніх виробників” (цит. за: [8, С. СЛІІ, зноска]). В. Байнєв зазначає, що „домінуюча в економічній теорії вартісна парадигма містить суттєвий методологічний «дефект»... Річ у тім, що покладений в її основу закон вартості, оголошуючи математично строгу рівність результату та витрат на його досягнення, не допускає переваги першого над останнім і тим самим не дає можливості обґрунтувати елементарний економічний розвиток та передбачити перспективу таких динамічних процесів, як, наприклад, НТП” [6]. Тобто не враховується самозростання інформації, а закон вартості не розглядає сферу техніко-економічних відносин.

Виходячи з цього, існує необхідність пошуку якісно нової (відмінної від існуючих ідей) основи для інформаційної теорії вартості. Певні спроби у даному напрямку вже було здійснено (див., наприклад, [3; 15; 63, С. 9-33; 84, пар. 9.3]). Натомість звертає на себе увагу той цікавий факт, що у всіх перелічених працях їх автори відкидають маржиналістський підхід, але на межі фанатизму намагаються пристосувати до інформації логіку трудової концепції вартості. Хоча може виявитися, що процес створення вартості за інформаційного виробництва неадекватно відображається не тільки у логіці трудової теорії вартості, але й у її категоріальному апараті. Тобто що такі категорії, як конкретна й абстрактна праця, суспільні та приватні витрати тощо не слід штучно пристосовувати до процесу створення інформаційного продукту.

Зокрема, академік А. Чухно пропонує звернути увагу на один окремий випадок із „грою категоріями”: „...автори вважають, що врахування в теорії вартості понять простої та складної праці, а при визначенні вартості товару робоча сила фізичних і розумових здібностей людини забезпечують її (теорії вартості) дію також у нових умовах. На жаль, автори припускаються



неточностей при характеристиці праці в постіндустріальному суспільстві. Вони вважають, що це буде розумова праця. Дійсно, новому суспільству властивий високий рівень освіти та панування розумової праці. Проте для постіндустріального суспільства характерною є не просто розумова, а творча праця, більш того, творча людина. Адже розумова праця, як показує досвід, може бути нетворчою. Розумову працю з допомогою її редукції, тобто зрівняння складної праці до простої, можна врахувати. Однак, коли йдеться про творчу працю, творчу людину, то в цьому разі в теорії вартості немає механізму її врахування” [54, С. 391]. У цій думці бачимо ще й постановку додаткової проблеми щодо розгляду творчої праці як окремого економічного явища.

Можна звернутися до іншої ідеї трудової теорії вартості, а саме, до того факту, що за теорією К. Маркса вартість є категорією виключно товарного виробництва та існує тільки за нього. Тобто вартість існує тільки тоді, коли продукт людської праці є товаром, продається на ринку. І навпаки: якщо продукт праці продається, то він обов’язково має свою вартість. У цьому розрізі знову маємо цікаву ситуацію із інтелектуальним продуктом. Він може бути призначений для продажу – а може і не продаватися, розповсюджуючись вільно (безкоштовно).

Найяскравіша ілюстрація тут – комп’ютерне програмне забезпечення (ПЗ). Існує „вільне” ПЗ, яке його автори розповсюджують безкоштовно (прикладів існує багато, серед них найбільш відомі – операційна система Linux, інтернет-браузери тощо). Оскільки таке ПЗ є безкоштовним, то воно не є товаром, а отже, не має своєї вартості? Але ж на створення такого ПЗ було витрачено багато зусиль багатьох людей протягом дуже тривалого часу, вимірюваного роками. Якщо ж висновок про відсутність у безкоштовного ПЗ вартості видається абсурдним, тоді, на нашу думку, можливі три варіанти. Перший – можна відмовитися від тези про те, що вартість є категорією виключно товарного виробництва. Це не розв’яже задачу обґрунтування вартості інформації, але принаймні зніме одну із суперечностей на шляху до

цього. Другий – виходимо з того, що автори безкоштовного ПЗ, не отримуючи грошову винагороду, отримують від своєї роботи певну моральну винагороду. Тоді категорія „вартість” позбавляється будь-якого, навіть опосередкованого категорією „ціна”, зв’язку із категорією „гроші” та набуває абсолютно нової якості та змістовного наповнення, яке, зрозуміло, потребуватиме вивчення. Третій варіант: констатувати наявність нового, третього типу товарного виробництва (назвемо його „інформаційний”) або навіть нетоварного інформаційного способу виробництва, який якісно відрізняється від розширеного/капіталістичного товарного виробництва, але розвивається у рамках самого капіталістичного устрою – і робити окремий аналіз останнього. Це – один теоретичний парадокс.

Другий парадокс – „платне” ПЗ, яке продається його авторами. У цьому випадку, по-перше, наявна проблема піратства, за якої платне ПЗ розповсюджується безкоштовно (при цьому порушується законодавство, але цей бік явища не стосується економіки). Тоді воно стає для певної частини споживачів „умовно безкоштовним” із викладеними вище теоретичними наслідками. По-друге, згадаємо про таку відмінність інформаційного продукту від матеріального блага, як легкість і практична безкоштовність його тиражування. Автори інтелектуальної продукції, продаючи її примірники, несуть мізерні витрати на створення цих примірників, адже більша частина їх зусиль була витрачена на продукування першої одиниці даного товару. Як визначати вартість у цьому випадку? Ціна може бути різною і кількість проданих одиниць товару не є заздалегідь відомою. Тому на етапі „виробництва”, створення інтелектуального продукту визначити грошову винагороду авторів неможливо або можна лише дуже приблизно. А отже, вартість позбавляється зв’язку із сферою виробництва, стаючи категорією виключно сфери обміну. Вона виникає на ринку, відображуючись пост-фактум у сфері виробництва. Традиційно було навпаки: вартість виникала у процесі виробництва товару та отримувала своє грошове відображення на ринку.

Тобто отримуємо відомий утилітарний, користісний погляд на вартість інформації. Нагадаємо, на основі цієї „користісної” концепції свого часу виникла та отримала розвиток маржиналістська теорія вартості. Вище вже було вказано на причини, з яких маржиналістську теорію вартості не можна застосувати до інформації як ринкового товару. Тому користісний погляд на природу вартості інформації доведеться розвивати у якомусь іншому напрямку, ніж маржиналістський. Інакше він залишиться у сьогоdnішньому дуже поверховому й описовому, коли йдеться про проблеми інформації, вигляді.

Викладене можна сформулювати у більш формальних економічних термінах. Викликом для трудової теорії вартості є абсолютно специфічна структура витрат на інтелектуальний продукт. Індивідуальні витрати на продукування кінцевого товару у високотехнологічних галузях (зокрема, у фармацевтиці, програмуванні, музичній та кіноіндустрії) можуть бути надзвичайно великими, вимірюватися шести- або дев’ятизначними сумами. Жоден індивідуальний покупець не здатен сплатити ціну, яка відповідає цим витратам. Однак собівартість тиражування вже готового товару є дуже низькою (а у випадку товару, який можна представити у цифровій формі – музики, програмного забезпечення, книг та ін. – часто близькою до нуля), що дозволяє розподілити постійні витрати між великою кількістю споживачів і зробити ціну на товар доступною для них. В такий спосіб нібито досягається рівновага між вартістю і ціною. Але як тільки всі постійні витрати і витрати праці, себто всі три складові формули  $w = c + v + m$ , виявляються покритими, продаж подальших одиниць товару продовжується за початковою (або якоюсь іншою, це щодо розглядаємої проблеми не є принциповим) ціною, яка відповідає величині  $(v + m + \text{частина } c)$ , і виробник отримує додатковий прибуток, величина якого є пропорційною до обсягу подальшого продажу товару.

Теоретична проблема полягає у тому, що даний додатковий прибуток позбавлений трудової основи (усі витрати живої праці  $v + m$  вже

відшкодовані завдяки продажу попередніх одиниць товару). Прибуток створюється не експлуатацією праці (її фактичні витрати на тиражування є низькими), а формується завдяки властивості самого інформаційного продукту під назвою „легкість тиражування”. Отже, нові одиниці товару ціну мають, а створена робітниками додана вартість, що згідно із трудовою концепцією є основою ціни, вже відсутня. Для пояснення виникнення цього додаткового прибутку не підійде і пов’язана із технологічним прогресом категорія надлишкової вартості, оскільки вона є елементом доданої вартості. А ми вже з’ясували, що доданої вартості у нових „примірниках” інтелектуального продукту немає.

Вказана проблема не є новою для трудової теорії вартості, адже не секрет, що ця концепція не враховує участі у створенні товару тих чинників виробництва, які не є продуктом людської праці (вода, повітря, сонячне світло тощо). У традиційному індустріальному виробництві, у ті часи, коли проблеми екології та знань ще не стояли, цей недолік не був принциповим, теорія трудової вартості задовольняла критеріям наукової верифікації. Але в інформаційній економіці, розвиток якої збігся у часі із посиленням уваги до екологічних проблем та до раціонального використання природних ресурсів, питома вага „інформаційної” складової багатьох товарів стає найбільшою та визначальною, і очевидна неспроможність трудової теорії пояснити природу вартості інформації стає принциповою. На допомогу могла б прийти маржиналістська теорія, вказавши, що інформація є іще одним чинником виробництва нарівні із класичними працею, землею, капіталом, підприємництвом і вона теж створює свій вид доходу, але інформація важко вписується у логіку маржиналізму з названих раніше причин.

Можна бачити, що жоден із розглянутих варіантів розв’язання проблеми виявлення природи вартості інформації не позбавлений серйозних внутрішніх суперечностей. Тому щодо цього питання виділимо ще „нігілістичну гіпотезу” (назвемо її так), запропоновану на Заході Т. Сакайя, а у нас – проф. О. Беляєвим та В. Кириленком. Ця гіпотеза полягає в тому, що

вартісні категорії взагалі не можна застосувати до інформації, тобто що такого явища, як вартість інформації, просто не існує в природі. „Розробка універсальної концепції (подібної до трудової теорії вартості), яку можна застосувати до створеної знанням вартості, неможлива; більш того, складно уявити і те, яким чином теорія корисності здатна пояснити характер такої цінності. Понесені виробником витрати в своїй основі не мають жодного відношення до вартості створеного знанням продукту; крім цього, відсутній той традиційний рух, який зближує ціни із витратами” [92, С. 362], – пише з цього приводу Т. Сакайя. Якщо ця смілива ідея з часом знайде своє підтвердження, то матимемо додаткові підстави для перегляду класичних положень економічної теорії.

Загальний висновок з цього питання, на наш погляд, полягає в тому, що поки що задача формування інформаційної теорії вартості (незважаючи на понад сорокарічну „історію питання”) принципово не розв’язана. Дана теорія ще не набула логічно стрункого, цілісного та закінченого вигляду, наукові пошуки у цьому напрямку тривають, отже, наявна постановка відкритої проблеми. В той же час варто відмітити, що, через важливість для економіки вартісних категорій та законів, відсутність адекватної інформаційної концепції вартості є суттєвою перепорою для аналізу участі інформаційного чинника у інших економічних явищах, таких як власність, ринок тощо.

Крім того, повернемося до тези про те, що альтернативна вартість інформації (а тому її цінність) залежить від людини. Цією тезою підтверджується класична думка про те, що головною продуктивною силою суспільства є саме людина. У цьому виявляється наступність між класичною економічною наукою та теорією інформаційної економіки. Як пише щодо проаналізованого вище ефекту зростаючої віддачі У.Б. Артур, „Хікс попередив, що визнання існування зростаючої віддачі призведе до «руйнування більшої частини економічної теорії». Але Хікс помилився: теорія зростаючої віддачі не знищує стандартну теорію – вона доповнює її” [38, Р. 3]. Те ж саме справедливе і для класичної та інформаційної

концептуалізацій взагалі: вони не взаємосуперечать, а доповнюють одна одну.

Цікавий інший бік цієї діалектики. Якщо визнати інформацію первинною щодо праці (це буде вірно із філософського погляду – первинними є матерія, енергія та інформація), то всі пов'язані із працею економічні концепції виявляться окремими випадками більш загальних та всеосяжних інформаційних економічних концепцій. Інша річ, що ці останні поки що тільки формуються в науці. Добре те, що у науковій спільноті вже виникло усвідомлення необхідності посилення роботи у цьому напрямку.

Ідея про те, що теорія інформаційної економіки дає можливість подивитись практично на всі проблеми економічної теорії під іншим, новим, незвичним кутом зору, є однією з основних у даній роботі. У наступному параграфі розглядатиметься питання інтелектуальної власності – власності на інформацію. Особливістю цієї проблеми є те, що сучасний правовий режим інтелектуальної власності, з одного боку, ґрунтується на ідеях класичної та неокласичної економічної теорії і водночас, з другого, у майже парадоксальний спосіб суперечить самій економічній логіці.

## Висновки до розділу 2

1. Автор інформації отримує економічний прибуток, навіть якщо сплатить за неї лише певна частка тих людей, до кого вона потрапила. А правовий режим інтелектуальної власності сприятиме тому, щоб ця частка була якомога більшою. За аналогічною логікою, комерційну інформацію можна з певною умовністю вважати змішаним суспільним благом, але конфіденційну вже слід відносити не до суспільних, а до приватних благ. До цього питання повернемося, коли йтиметься про суспільну та індивідуальну ефективність інтелектуальної власності.

2. Інтелектуальна продукція завжди є більшою або меншою мірою унікальною, її виробництву властива зростаюча віддача, тому ринки такої продукції легко монополізуються. Внаслідок цього інформаційний сектор економіки в цілому є сукупністю великої кількості відносно монопольних ринків – мікромонополій. Вони відрізняються від класичних монополій наявністю товарів-замінників, які, однак, внаслідок мережевих ефектів та ефектів соціального впливу, а також через потенційну індивідуалізацію виробництва для кращого задоволення потреб споживача, мало відволікають споживачів від продуктів-конкурентів. Незважаючи на номінальну наявність конкуруючих товарів, кожен продукт має своє лояльне коло споживачів, які не бажають переходити на продукцію конкурента, і ціноутворення на цих ринках здійснюється за монопольною логікою, яку корегує специфічна структура витрат на створення інформаційного продукту.

3. Теорія інформаційної економіки дає можливість подивитись практично на всі проблеми економічної теорії під іншим, новим, незвичним кутом зору, є однією з основних у даній роботі. У наступному параграфі розглядатиметься питання інтелектуальної власності – власності на інформацію.

## РОЗДІЛ 3

## ПРОБЛЕМАТИКА ТЕОРІЇ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ

## 3.1. Суперечності інтелектуальної власності з погляду теорії інформаційної економіки

Традиційно власність вважається одним із центральних для економіки явищ. Цілком природно, що в інформаційній економіці відповідне ключове значення має характер власності на інформацію. Така власність має назву „інтелектуальна”, що вказує на її походження, а саме, на інтелектуальну, розумову діяльність людини.

Надаючи визначення цій категорії, слід виходити із того, що, так само, як і категорія „власність”, поняття інтелектуальної власності (далі ІВ) спочатку зародилося в юридичній практиці та теорії і лише згодом стало важливим об’єктом уваги економічних досліджень. При цьому, якщо теорія і практика прав ІВ є звичайною складовою юридичної традиції, то стверджувати те ж саме щодо економіки було б помилково. По-перше, економічний аналіз власності на інформацію досі є фрагментарним та уривчастим. По-друге, юридичне визначення ІВ як певної сукупності певних прав є добре відомим і загальновизнаним. Натомість, через вказаний брак аналізу характеру „соціально-економічних відносин між людьми щодо володіння інформацією” важко одразу ж сформулювати економічне визначення інтелектуальної власності, яке б віддзеркалювало ці відносини.

У першому наближенні „інтелектуальну власність” розглядають не як окрему категорію, а як „парасольковий термін для позначення різноманітних прав на певні типи інформації, ідеї або інші нематеріальні [активи] у їх висловленій формі”. Визначальною особливістю усіх таких прав є їх виключність. Виключність означає, що власник певного нематеріального активу наділяється, з одного боку, правом використовувати цей актив на власний розсуд та, з іншого боку (і це найбільш суттєве), правом заборонити



іншим особам використання цього активу. Отже, явище власності можна розглядати як надання державою суб'єктові (власникові) права монополії на певне благо. У класичному розумінні тут немає нічого нового, оскільки виключність є властивістю, яка визначає сутність та зміст будь-яких форм власності взагалі. Однак в контексті авторського права, яке є одним із видів інтелектуальної власності, виключність призводить до деяких теоретичних, методологічних та практичних проблем, аналізу яких присвячується даний параграф.

При розгляді даного питання застосовуватиметься неоінституціональна методологія, яка дозволяє проаналізувати особливості специфікації прав власності на інформацію, оскільки, на відміну від неокласичних моделей, вона припускає як їх неповну специфікацію, так і наявність ненульових витрат на захист цих прав. Вона накладатиметься на трактовки власності Джоном Локком та, з іншого боку, Давідом Юмом, які були запозичені, відповідно, класичним та неокласичним напрямками економічної думки.

Охарактеризуємо визначення інтелектуальної власності більш широко. Права ІВ є досить різноманітними. Вони можуть стосуватися літературних або наукових творів, наукових винаходів, виступів артистів, зображень, фотографій, торговельних марок та багато чого іншого.

Перелік галузей, яких стосується право інтелектуальної власності, вперше було чітко зафіксовано у Статті 2(viii) Конвенції про заснування Всесвітньої організації інтелектуальної власності (ВОІВ) 1967 р.:

- „інтелектуальна власність» включає права, які стосуються:
- літературних, художніх та наукових творів,
- виконавчої діяльності артистів, звукозапису, радіо- та телевізійних передач,
- винаходів у всіх галузях людської діяльності,
- наукових винаходів,
- промислових зразків,
- товарних знаків, знаків обслуговування, фірмових найменувань та

комерційних позначень,  
- захисту проти недобросовісної конкуренції,  
а також усі інші права, які стосуються інтелектуальної діяльності у виробничій, науковій, літературній та художній областях” [44].

Згідно даного визначення, право інтелектуальної власності прийнято поділяти на чотири галузі, які мають суттєво різні міжнародні та національні режими правового захисту. До цих напрямків належать:

1. Авторські та суміжні права.
2. Патентне право. Його елементом є правовий захист промислових зразків, який інколи виділяється окремо.
3. Торговельні марки.
4. Правовий захист комерційної таємниці.

Існуючий сьогодні режим правового захисту торговельних марок та комерційної таємниці не викликає суттєвих заперечень практично ні в кого, суперечки стосовно патентів пов’язані із термінами їх чинності та умовами їх застосування у менш розвинених країнах (що є порівняно другорядною проблемою), а авторське право завжди викликає найбільш широку хвилю критики з усіх боків. З цієї причини саме його особливості є найбільш цікавим об’єктом аналізу і про них йтиметься далі.

Короткий огляд історії виникнення та розвитку авторського права дасть можливість чіткіше побачити неузгодженості у тому правовому та економічному полі, в якому авторське право існує сьогодні.

До винаходу друкарського верстату ніхто не переймався захистом інтелектуальної власності авторів творів, оскільки виготовлення копій книжок робилося вручну, а тому воно було дуже тривалим та трудомістким процесом. Суперечності, які інколи виникали в ті часи щодо авторства, вирішувалися в індивідуальному порядку, спираючись на норми традиційного права.

У Середньовіччі починається сучасна історія авторського права. Становлення його правового режиму відбувалося під впливом таких

чинників, як визнання моральних прав автора на його праці, економічні інтереси людини, яка несе витрати на виготовлення примірника твору для себе, право монарха провадити цензуру та регулювати друкарську галузь та ін.

У середні віки право на інтелектуальну власність підтверджувалося монархами як привілей і мало назву „монополія”. Першим з таких привілеїв на свій твір „Фараон” у 1491 р. був наділений венеціанський автор Peter of Ravenna. У 1555 р. Генріх II Французький особливим указом визнав виключні права поетеси Луїзи Лабі на її твори.

У 1557 р. англійська королева Марія Тюдор дарувала виключні права на розповсюдження та виготовлення друкованої продукції Книготорговельній компанії (Stationers Company). Згідно її указу, якщо ця компанія купувала книгу у її автора та реєструвала її, то вона ставала повноправним володарем права на друк цієї книги. Звідси виникло англійське слово „copyright” („авторське право”), яке дослівно перекладається як „право копіювати”.

Останні два випадки створили прецеденти. З того часу в англomовному світі закон переважно підтримує власника прав на копіювання, а у континентальній Європі – автора.

Крок Марії Тюдор не був спрямований на захист прав авторів. Навпаки, він захищав інтереси Книготорговельної компанії, а також був інструментом цензури, оскільки впроваджував монополію на книговидання. Тому протягом 150 років письменники виборювали свої права, і це закінчилося прийняттям у 1709 р. „Уставу королеви Анни” (англ. The Statute of Anne, також відомий як Закон про авторське право 1709 року), який набув чинності 10 квітня 1710 р. і став першим в історії людства нормативним актом із захисту авторського права. Цим актом було запроваджено два важливі принципи: по-перше, авторське право на твір закріплюється за автором твору і, по-друге, авторське право має обмежений термін дії (14 або, після подовження цього терміну в індивідуальному порядку, 28 років), після

чого твір стає суспільним надбанням.

Отже, першим об'єктом ІВ були художні твори. Після прийняття Англією Уставу королеви Анни закони із захисту авторського права почали приймати і в інших країнах, а коло об'єктів, на які розпосюджувалась дія цих законів, поступово розширювалось, охоплюючи спектаклі, географічні карти та ін. Франція першою наділила нащадків автора твору майновими правами.

Наступною віхою у розвитку авторського права став 1886 рік, коли 14-ма країнами була підписана Бернська конвенція про охорону літературних та художніх творів. Цей акт поклав початок міжнародному захистові інтелектуальної власності, а також вперше наділив авторів правами на переклади своїх творів іншими мовами. До цього часу переклад не вважався незаконним копіюванням. 1952 року була підписана Всесвітня (Женевська) конвенція про захист авторських прав. За цією конвенцією закони про авторське право, що діють на території однієї держави, поширювалися не тільки на своїх, але й на іноземних авторів. Обидві ці конвенції були переглянуті в 1971 році та діють дотепер, хоча Женевська конвенція втратила реальне практичне значення.

У 1961 р. низка країн підписали Міжнародну конвенцію про охорону інтересів виконавців, виробників фонограм і організацій мовлення, відому як „Римська конвенція”. Предмет регулювання цього документу зрозумілий з його назви.

1967 року як спеціалізований орган ООН була створена вже згадувана вище Всесвітня організація інтелектуальної власності, до неї перейшли повноваження із адміністрування міжнародних угод з ІВ та координації національних та міжнародних зусиль щодо розвитку інтелектуальної власності. У 1996 р. був прийнятий Договір ВОІВ із авторського права. Цим документом авторське право приведено у відповідність із реаліями інформаційної епохи. Зокрема, забезпечено міжнародний правовий захист комп'ютерних програм на тому ж рівні, який існує щодо художніх творів.

Нарешті, останнім важливим міжнародним документом у галузі

авторського права є Угода про торговельні аспекти прав інтелектуальної власності (ТРИПС) Світової організації торгівлі.

Україна привела свій режим захисту авторського права у відповідність із міжнародними стандартами (принаймні, на папері) тільки після здобуття незалежності. Україна прийняла закон про авторські та суміжні права, який відповідає міжнародним вимогам, у 1994 р. Вона також є членом ВОІВ та підписантом усіх її конвенцій. Наша держава приєдналася до ТРИПС з моменту вступу до СОТ у травні 2008 р.

З історії розвитку копірайту слід зробити два висновки. Перший – сфера охоплення авторського права спочатку була дуже вузькою (художні твори), але з часом вона розширюється. Сьогодні сфера дії авторського права поширилася не тільки на комп’ютерні програми та пісні, але й на способи їх виконання тощо. Друге спостереження полягає в тому, що поступово, але неухильно посилюється жорсткість та термін дії авторських прав: людина все більше обмежується щодо тих способів, в які вона має право використовувати певний об’єкт ІВ, який їй не належить. Якщо під ІВ розуміти сукупність правових інструментів захисту інформації від незаконного розповсюдження та використання, то останню тезу можна сформулювати так, що легальних шляхів вільного розповсюдження та використання інформації (так званого „fair use” – „чесного використання”) стає все менше.

Природно, що така ситуація задовольняє не всіх. В останні роки найбільш активними лобістами впровадження більш жорсткого режиму ІВ на Заході є музичні студії та виробники програмного забезпечення. Для них проблема незаконного копіювання інформації стала особливо гострою із розвитком інтернету, завдяки якому процес розповсюдження інтелектуального продукту значно полегшився технологічно, внаслідок чого у людей з’явилась можливість отримувати музику та програмне забезпечення практично безкоштовно. Тому відповідні компанії з успіхом пролобіювали закони, які встановлюють суворе покарання за незаконне (безоплатне)

використання їх інформаційної продукції, себто піратство. На противагу цьому набуває широкого розвитку рух за вільне, відкрите і безкоштовне програмне забезпечення.

Ця ситуація стала підставою для широкої дискусії фахівців щодо адекватності існуючих у світі режимів інтелектуальної власності (зокрема, авторського права) сьогоdnішнім умовам життя. Такі дискусії ведуться переважно в юридичній, морально-етичній або практичній площині, натомість серйозного економічного аналізу авторського права як форми інтелектуальної власності сьогодні бракує. Подальший матеріал має на меті спробувати заповнити цю прогалину, по можливості зосереджуючись на економічному контексті проблеми та не вдаючись до юридичних тонкощів питання.

### 3.2. Інтелектуальна власність як сучасний економіко-правовий парадокс

Відправною тезою аналізу є твердження про те, що економічні властивості інформації радикально відрізняються від властивостей традиційних товарів (див. п. 2.1.1), а тому логічно припустити, що і власність на інформацію матиме якісно інший характер порівняно із власністю на матеріальні блага. З іншого боку, сучасне міжнародне та національне законодавство концептуально розглядає ІВ так само, як і власність на звичайні матеріальні речі, тобто будь-які істотні особливості ІВ ігноруються. Очевидно, дана парадоксальна суперечність між суттю ІВ та формами її закріплення у праві пояснюється прагненням власників ІВ отримувати із останньої максимальний прибуток, однак обмежитися таким поясненням було б банально.

У контексті зазначених міркувань варто почати з нагадування про те, що власність є необхідним результатом праці людини, оскільки дає їй можливість одержати винагороду за свою роботу, споживши або продавши

на ринку продукт праці. „Будь-яка праця, фізична або розумова, породжує право власності: володіти, користуватися, розпоряджатися виробленим продуктом” [19, С. 179], обмежуючи, таким чином, доступ до продукту інших людей, що дає можливість цей продукт продати. Процес обмеження доступу (або, більш формально, створення режиму виключності використання блага) має назву специфікації (прав) власності, при цьому власність найбільш чітко специфікується саме в процесі створення блага. А якщо доступ до блага обмежений, то це благо є рідкісним.

Продемонстрований зв'язок між власністю, її специфікацією, працею, обмеженням доступу та рідкісністю цілком справедливий щодо матеріальних благ. Однак, строго кажучи, тут криється малоочевидна логічна помилка: поєднуються дві незалежні лінії аргументації, що пов'язані із двома теоріями формування власності.

Перша з них сформульована Джоном Локком у його праці 1689 р. „Два трактати про урядування”. Локк виходить з того, що Бог віддав людям землю та все, що на ній знаходиться. Усі плоди землі належать усьому людству, і ніхто спочатку не наділений приватною власністю на них. Тому повинен існувати засіб привласнювати ці блага. І цим засобом Локк вважає працю людини: „Кожна людина володіє певною власністю, яка являє собою її власну особистість, на яку ніхто, окрім неї самої, не має жодних прав... Праця її тіла та робота її рук... належать цій людині. [Людина поєднує дар природи] із власною працею і додає до нього дещо, що належить особисто ній, і тим самим робить його своєю власністю” [51, С. 277].

Отже, за Локком, власність є природним правом людини та виникає завдяки впливу її праці на природні ресурси. Одним із послідовників цієї лінії був К. Маркс (він пов'язав власність із діалектикою продуктивних сил та виробничих відносин), чим спричинено те, що вітчизняна думка робить наголос саме на ній (зокрема, в одному з підручників з політичної економії прямо зазначається, що праця є речовим змістом власності [31, С. 44]). Дана концепція отримала такі назви, як „трудова теорія власності”, „теорія

природних прав”, „теорія зусиль”.

Вважається, що послідовник Локка, шотландський філософ Давід Юм у своєму „Трактаті про людську природу” (1734-1737 рр.) заклав основи іншого погляду на власність, відомого сьогодні як „економічна теорія власності” або „теорія рідкості”. Юм вважав приватну власність не природним правом, а явищем, що має відношення тільки до обмежених благ. Він пише, що „...власність можна визначити як таке відношення між особою та предметом, яке дозволяє цій особі, але забороняє будь-якій іншій вільно користуватися та володіти предметом, не порушуючи законів справедливості та моральної правомірності” [16, С. 360]. На його думку, встановлення власності на речі, які наявні у необмеженій кількості, є позбавленим змісту. Пізніше неокласики продублювали цю методологічну посилку: благо можна розглядати як економічне тільки за тієї умови, що воно є рідкісним. У такому випадку між людьми виникає конфлікт з приводу використання цього блага, і власність покликана йому запобігти, формуючи певні правила поведінки. Іншими словами, умовно можна вважати, що функцією власності є те, що вона дає суспільству етичні правила, які регулюють використання обмежених ресурсів, вона встановлює механізм надання виключних прав на контроль над такими ресурсами [98, Р. 19-20].

Теорія рідкості була покладена в основу теорії прав власності неінституціональної школи. Остання розглядає власність у контексті її специфікації, тобто як систему виключень із прав доступу до благ. Відповідно до неї, є можливим розщеплення прав власності на окремі «пучки», які можуть продаватися окремо; цінним є не стільки сам товар, скільки сукупність тих прав на нього, які здобуває покупець. Ця відома ідея активно використовується в сучасному праві ІВ, про що нижче.

Таким чином, аналогічно до двох основних теорій вартості, трудова концепція вказує на причини та процес утворення власності, а концепція рідкості пояснює втілення власності на практиці, і в тому числі у праві. Звідси зрозуміло, що проводити прямий зв'язок між вихідною працею та



результуючу рідкісністю стосовно до власності невірно, тому що в цьому випадку поєднуються дві якісно відмінні ідеї. Що дає можливість відповісти на запитання, яке на перший погляд може видатися очевидним: власне, чи може інформація бути об'єктом власності? Як не дивно, і так, і ні. З погляду трудової теорії – скоріше так, адже люди витрачають свої інтелектуальні зусилля на створення нової інформації та знань, на продукування оригінальних ідей. Але одна „теорія зусиль” не дає можливості обґрунтувати необхідність одержання творцями інформації доходу від своєї діяльності, необхідно переходити і до другої концепції. Можна сказати, що праця, зусилля по створенню блага – це необхідна передумова утворення власності, а рідкісність одержуваного блага – достатня для цього вимога. Власність може існувати повноцінно тільки при виконанні обох зазначених умов.

Тут і виникає проблема. Вона пов'язана із тим, що (на відміну від звичайних товарів, до яких однаково легко можна застосувати обидва аспекти власності) інформація не є рідкісною. Адже якщо інформацією не ділитися, не розкривати її зміст іншим економічним суб'єктам, то для економіки ця інформація ніби не існує взагалі. Але як тільки нею ділишся, вона перестає бути рідкісною, оскільки, на відміну від матеріальних благ, коли інформація переходить до покупця, вона залишається і у продавця, її кількість постійно та неминуче збільшується. На підставі чого можна робити висновок про те, що класичне повне трактування власності до інформації застосувати не можна в принципі або, як висловився В. Ільїн, „не може бути власності на інформацію – у тому-то й суть” [19, С. 180].

Але залишимо цей небезспірний висновок поза увагою та припустимо, що власність на інформацію (саме в значенні обмеження доступу, себто згідно „теорії рідкісності”), по-перше, можлива і, по-друге, необхідна для одержання доходу її творцем. Тобто – що вартість інформації, яка є основою доходу виробника, ґрунтується на її відносній рідкісності. Для її забезпечення необхідні жорсткі юридичні обмеження, що закріплюються у

правовому режимі ІВ. І в той же час: „Саме право власності на інформацію припускає можливість її максимального поширення, оскільки саме це слугує джерелом доходу володаря такого права” [86, С. 23]. Таким чином, для одержання доходу необхідні як поширення інформації, так і її відносна рідкісність. Одночасне задоволення цих двох важкосумісних умов суперечить економічній логіці. Тут приходиться на допомогу виключний правовий режим інтелектуальної власності. Він не дає одержувачам інформації змоги передавати її іншим особам, для чого право розпоряджатися інформацією залишається монополією єдиного її власника. В такий позаекономічний спосіб, а саме, за допомогою юридичного інституту права ІВ, вдається певною мірою сполучити необхідність поширення інформації та одержання від неї доходу, але очевидно, що здоровий економічний глузд тут принесений в жертву.

Із викладеного випливає кілька важливих спостережень. Перше стосується ролі ІВ: право ІВ перетворює внутрішню властиву інформації нерідкісність у її протилежність, аби власність на інформацію як така стала можливою. По-друге, оскільки право розпорядження, яке залишається у творця інтелектуального твору, вважається „вінцем” власності, існуючий порядок дозволяє не передавати (продавати) власність на продукт інтелектуальної праці взагалі (ніколи), і при цьому забезпечувати поширення останнього. По-третє, оскільки право ІВ означає наділення державою власника монополією на використання інформації, то, на відміну від матеріального виробництва, де держава має на меті забезпечення конкуренції, у сфері інформаційного виробництва держава проводить свідому промонопольну, антиконкурентну політику. У протилежному випадку, без створення державою відповідного правового поля, інформація не змогла би стати об’єктом власності. Виявляється, п’ять століть тому інтелектуальну власність називали „монополією” зовсім не випадково. Нарешті, четвертий висновок ґрунтується на тому, що інформація може бути об’єктом власності відповідно до трудової концепції, але, оскільки її

кількість необмежена, її дуже складно розглядати як власність згідно теорії рідкості. Тому те, що сучасний режим ІВ реалізований у правових актах на основі висновків економічної теорії рідкості, а не трудової теорії власності, в неінституціональному контексті є принциповою методологічною помилкою. До того ж, у цьому випадку відбувається навмисне спотворення „рідкісної” теорії власності. Як вказувалося вище, метою специфікації власності за цією теорією є запобігання конфліктам між людьми з приводу використання певного блага – і все. А щодо ІВ цю теорію (у вивернутому навиворіт вигляді!) намагаються використати для обґрунтування необхідності отримання доходів авторами інформаційних продуктів – себто для того, для чого вона не призначена в принципі. Адже задачу обґрунтування отримання людиною доходу від власності цілком успішно вирішує трудова теорія власності. „Рідкісна” ж теорія власності історично виникла як конкурент до трудової, і вона зміщує наголос на зовсім інші аспекти, такі як порядок використання людьми обмежених благ. Однак трудова теорія каже „один раз продав – і все”, а це власників авторського права не задовольняє. Тому і виникло таке спотворення теорії, яке зводиться до того, що теоретична економічна наука сьогодні насправді не надає адекватного теоретичного обґрунтування існуючому режимові інтелектуальної власності, за нею відносини щодо власності на інформацію мали б мати зовсім інший вигляд.

Фактично, це – цікавий теоретико-практичний парадокс. У теорії власність на інформацію є правомірною з економічного погляду, а юридичне підґрунтя цього явища є вкрай сумнівним. На практиці – з точністю до навпаки. Юридична практика ІВ є давньою та усталеною. А економіка „інформаційної власності” викликає набагато більше сумнівів і питань, ніж надає обґрунтованих відповідей.

Наступна теза полягає в тому, що індивідуальні інтереси завжди слід зіставляти із суспільною ефективністю. Випадок із матеріальними благами досить простий: ефективно захищена приватна власність, її чітка

специфікованість вигідна як окремим індивідам-власникам, так і суспільству в цілому. Відповідно, відсутність такого правового (державного) захисту веде до класичного радянського „що спільне, те нічиє” із усіма відомими наслідками. Перекладаючи це в економічну термінологію, йдеться про те, що захист власності пов’язаний із суспільними втратами у вигляді трансакційних витрат на специфікацію власності. Специфікація власності, своєю чергою, зменшує аж до повного усунення інші трансакційні витрати – а саме суспільні втрати від:

- конфліктів, що виникають з приводу використання благ, власність на які не є специфікованою;
- неефективного використання речей, суб’єкт власності на які не є чітко відомим та ін.

Отже, одні суспільні втрати усуваються за допомогою інших, менших за своєю величиною, і добробут суспільства поліпшується. У цьому сенсі інститут власності можна розглядати як один з механізмів „оптимізації” суспільних втрат через зміну характеру трансакційних витрат.

Інтелектуальна власність має справу із інформацією. Те, що інформацію легко можна тиражувати і поширювати, призводить до так званого „несуперництва” або „неконкурентності” (англ. non-rivalrousness) у споживанні. Це означає, що використання інформації одним суб’єктом не заважає її ж використанню іншими. Про це йшлося вище, але у синонімічних термінах рідкісності (тобто суперництва) / нерідкісності (несуперництва). Тоді, за відсутності ексклюзивних прав ІВ, інформація фактично перетворюється у суспільне благо.

„Клубний” режим доступу до неконкурентного блага є єдиним, за якого досягнення Парето-ефективності є неможливим у принципі. Це очевидно за визначенням Парето-ефективності, оскільки безперешкодний доступ на дорогу іще одного автомобіля міг би покращити добробут його водія, не погіршивши добробуту інших. (Тільки коли дорога стане перевантаженою, а отже, її споживання стане конкурентним і з’являться додатні граничні

витрати споживання, можна буде говорити про можливість досягнення ефективності за Парето. Але суспільні втрати все одно матимуть місце. Детальніше див.: [17, С. 75-94].)

За відсутності прав ІВ створене людиною нове знання є надбанням суспільства, воно є суспільним благом, поширення якого веде до пропорційного поліпшення суспільного добробуту. Права ІВ як інститут, який виникає поза відносинами власності на інформацію та знання, але стає їх частиною, шляхом обмеження доступу до знань перетворюють знання із суспільного надбання у клубний товар. Це має наслідком, з одного боку, виникнення економічних стимулів для виробництва даного блага приватним сектором, але, з іншого, зниження Парето-ефективності. А отже – наявна розбіжність суспільних та приватних інтересів.

Для конкурентних у споживанні матеріальних благ необхідність несення суспільством трансакційних витрат на захист власності пояснюється як необхідністю забезпечити дохід виробника, так і потребою знизити інші, більш вагомі втрати суспільства від „розмивання” власності. Однак втрати суспільства від розмитості власності на інформацію відсутні. Більш того, суспільство виграє, а не програє від цієї неспецифікованості. Отже, пояснити необхідність існування жорстких прав ІВ критеріями суспільної ефективності не можна: забезпечення прав ІВ – це не тільки власне трансакційна витрата, але й, на противагу до матеріальної власності, втрата, а не виграш у суспільній ефективності.

Натомість індивідуальна сторона суспільної ефективності полягає у тому, що за відсутності можливості отримати адекватну грошову винагороду за створення інформаційного продукту, яка забезпечується правовим механізмом надання цьому продуктові інтелектуальної праці „клубного” статусу, людина, можливо, не створюватиме його взагалі. Можливо – тому що можуть діяти інші, нематеріальні стимули.

Звідси зробимо висновок про те, що, по-перше, суто економічні механізми не здатні владнати суперечність між індивідуальними та

суспільними інтересами навколо створення та розповсюдження продукту діяльності людського інтелекту. Отже, по-друге, відтворення інтелектуальної сфери завжди пов'язане із певними суспільними або індивідуальними втратами, позбавитися яких неможливо у принципі, оскільки вони є обернено залежними. Тому, по-третє, необхідними стають зовнішні, юридичні механізми, які регулюватимуть відносини у сфері ІВ. При цьому питання ступеня жорсткості цих юридичних механізмів є гостро дискусійним і воно фактично зводиться до довільного обрання певного рівня балансу між забезпеченням індивідуальних та суспільних інтересів (та, відповідно, втрат!). Оскільки, по-четверте, слід вважати, що найбільш ефективно використання (споживання) інформації, у тому числі з метою створення нових знань, досягається саме в умовах нечіткої, розмитої специфікації власності на неї, у той час як творцям нової інформації бажано мати можливість обмежити її поширення. Національне та міжнародне законодавство ігнорує цю відмінність інтелектуальної власності від власності на матеріальні речі.

Іншими словами, якщо для матеріальних речей індивідуальний і суспільний інтерес збігаються та полягають у практично однозначному захисті власності (адже так мінімізуються суспільні втрати), то щодо ІВ існує явний конфлікт економічних інтересів, результат якого визначається іззовні, а саме правовими нормами, які в кожній окремій державі сьогодні встановлюються під значним впливом міжнародних домовленостей. Історично (читай: насправді випадково) склалось так, що в результаті ці норми діють на користь окремих суб'єктів, які створюють інформацію (або, гірше, у випадку музики та фільмів – на користь тих суб'єктів, які виконують функцію видавця, тобто посередника між виробником та споживачами), і на шкоду інтересам суспільства в цілому. До цього варто додати таку порівняно незначну деталь, що такі норми ІВ неефективні і з інших міркувань: у теорії прав власності стверджується, що однією з умов їхньої ефективності є можливість їх передачі іншим суб'єктам ринку для того, щоб забезпечити

найбільш ефективно використання ресурсів-предметів власності, а вище було зазначено, що права ІВ, як правило, ніколи не передаються покупцеві повністю.

З іншого боку, прийняти позицію окремого суб'єкта, який закликає максимально специфікувати ІВ, на практиці досить непросто, оскільки цьому заважає легкість дублювання інформації; отримуємо замкнене коло. Уявно можна сказати, що ідеї та інформація в силу своєї природи внутрішньо опираються бар'єрам, що створюються на шляху їх поширення; вони прагнуть потрапити на волю або вмирають. Аби компенсувати цей опір, й стають необхідними вкрай жорсткі, драконівські, на перший погляд зайві обмеження, що надаються правом ІВ. У іншому випадку, якщо правовий захист інформації не буде набагато більш жорстким, ніж режим власності на звичайні матеріальні блага, ефективно специфікувати інтелектуальну власність просто не вдасться, оскільки їй іманентно властиві значно послаблені права власності. Якщо не робити право ІВ максимально виключаючим, немає сенсу створювати його взагалі. Адже у випадку свого пом'якшення воно в сучасних умовах надзвичайної технологічної легкості тиражування та розповсюдження інформації просто не працюватиме.

Незважаючи на наявність низки аргументів, противники існуючого порядку в сфері ІВ, які стверджують, що класичні економічні підходи неможливо застосувати до власності на інформацію (зокрема, цитований вище С. Кінселла, Р. Ніжегородцев, О. Антипіна й В. Іноземцев та ін.), сьогодні перебувають у меншості. Очевидно, цьому факту можна знайти багато пояснень. Одна з причин має методологічну природу. Більш широка та системна критика ІВ, ніж викладена вище, найчастіше спирається на те, що творча праця, яка створює інформацію, якісно відрізняється від традиційної праці, яка виробляє матеріальні блага, а тому її аналіз не може ґрунтуватися ані на постулатах трудової теорії вартості, ані на висновках теорії граничної корисності [19, С. 181; 33, №5, С. 136-137]. Але цей контраргумент справедливо не береться до уваги, оскільки він є

половинчастим та не пропонує альтернативу. Річ у тім, що теоретики інформаційної економіки дійсно показали незастосовність до інформації традиційних концепцій вартості. Однак, як вказувалося у п. 2.1.3, альтернатива класичним теоріям у вигляді інформаційної теорії вартості та всебічного економічного аналізу особливостей творчої діяльності людини поки що не набула логічно стрункого, цілісного і закінченого вигляду, тому аргументи, що спираються на неї, апріорі є слабкими та недостатньо обґрунтованими.

В рамках існуючих концепцій було б більш логічно звернути увагу на те, що продукт матеріальної праці продається виробником лише один раз, після чого виробник його втрачає. З іншого боку, творець може продавати плоди своєї творчості, що підпадають під дію авторського права (літературні твори, музику і пісні, кінофільми, програмне забезпечення тощо), багаторазово, одержуючи дохід від кожного продажу (підкреслимо, вартість тиражування інформації дуже мала у порівнянні із витратами на її створення!). Якщо твір геніальний та стає класикою, то доходи від його продажу одержуватимуть й онуки автора, які на момент створення шедевра могли ще не народитися, а отже, не мають до його створення ані найменшого відношення. Адже авторське право діє протягом 50-70 років (період залежить від країни) після смерті автора, і цей термін періодично збільшується новими міжнародними конвенціями. Тобто більш явний відрив вартості продукту праці від самої праці, ніж той, що виникає за допомогою авторських і суміжних прав, важко уявити.

Якраз із цим пов'язане певне коло проблем, що чекають на своє рішення. По-перше, ймовірно, що парадокс, пов'язаний із можливістю необмеженого та вкрай дешевого тиражування інформації, є однією із істотних перешкод, що заважають розвиткові інформаційної теорії вартості, що, у свою чергу, не дає вирішальних аргументів проти права ІВ. По-друге, за умови значних, часто величезних первісних витрат на створення інформаційного продукту та практично нульової вартості його подальшого



тиражування існуючий порядок утворення ціни на нього виглядає практично безальтернативним. Це або орієнтація ціни на прийнятій у суспільстві стандартний рівень, визначений виходячи з купівельної спроможності людей (застосовується до аудіозаписів, квитків у кінотеатр, розсилання новин по електронній пошті, ЗМІ та ін.), або довільне, волонтаристське ціноутворення (на програмне забезпечення, різноманітні інформаційні послуги тощо). На що, по-третє, прийнято заперечувати, що суспільство успішно розвивалося й до того, як виникло право ІВ, яке надало людям монополію на інформацію, а тому нічого страшного не трапиться, якщо люди знову відмовляться від ІВ. Але двічі ввійти в одну ріку не можна саме тому, що вже існує історичний досвід функціонування ІВ, і відмова від нього могла би означати не тільки збитки для певних суб'єктів і галузей, але й зміну структури економіки в цілому. Крім того, питання надання суспільством адекватної компенсації за інтелектуальну працю, за інтелектуальні послуги індивідів стоятиме усе більш гостро, ніж раніше, оскільки ця сфера зайнятості стає основною для все більшої кількості людей.

Критикам існуючої практики захисту інтелектуальної власності варто це враховувати. Вектори об'єктивних особливостей ідей, інформації і знань та суб'єктивно створюваних для них правових рамок сьогодні спрямовані в протилежні напрямки. Очевидно, поки теорія інформаційної економіки та, зокрема, інформаційна теорія вартості не набудуть цілісного і переконливого вигляду, прихильники суб'єктивного вектора будуть у більшості.

Як не дивно, на багато з вищевикладених проблем ще двісті років тому звернув увагу третій президент США Томас Джефферсон. Противники сьогоденішнього статусу-кво в захисті прав на інформацію, так само як і теоретики інформаційної економіки взагалі, цитують короткий витяг із його знаменитого листа [27] достатньо регулярно. Але відповідний параграф з тексту Т. Джефферсона гідний того, аби навести його повністю:

– «Деякі люди (і, особливо, в Англії) висунули ідею, що винахідники

мають природне й ексклюзивне право на свої винаходи, і не просто протягом свого життя, а з можливістю передачі його своїм спадкоємцям. Але в той час як питання про те, чи може взагалі який-небудь вид власності бути природним, є спірним, було б дивно визнати природне і навіть успадковане право за винахідниками. Ті, хто серйозно займався даною проблемою, визнали, що жоден індивід не може ексклюзивно володіти, наприклад, акром землі. Дійсно, відповідно до універсального права, що-небудь, рухоме або нерухоме, що рівним чином належить усім людям, в даний момент є власністю того, хто ним користується; але коли користувач змінює рід занять, він одночасно позбавляється і власності. Постійна власність – це дар суспільного права, і він виникає за достатньо високого рівня розвитку суспільства. Тоді було б цікаво, якби ідея, швидкоплинне утворення окремого мозку, могла відповідно до природного права стати ексклюзивною і постійною власністю. *Якщо природа створила щось найменш придатне для виняткової власності, то це дія розумової сили, звана ідеєю, якою індивід може володіти виключно до тих пір, поки він приберігає її для себе; але в той момент, коли вона оприлюднюється, вона вторгається у володіння кожного, і одержувач не може неї позбавитися.* Її дивність ще і в тому, що ніхто неї не позбавляється, оскільки кожен володіє всією ідеєю. *Той, хто отримує від мене ідею, отримує нову думку сам, не віднімаючи її від мене; так само той, хто запалює свою свічку від моєї, отримує світло, не зменшуючи мого.* Здається, природа в своєрідний і благодущний спосіб задумала, щоб ідеї вільно розповсюджувалися по всій земній кулі від однієї до іншої для морального і взаємного навчання людини і поліпшення її життя, коли вона зробила їх, подібно до вогню, поширюваними в просторі, такими, що не втрачають своєї щільності в будь-якій своїй точці і, як повітря, в якому ми дихаємо, рухаємося та фізично існуємо, непридатними для полонення або ексклюзивного привласнення. Тому винаходи через свою природу не можуть бути предметом власності. Суспільство може надавати ексклюзивне право на прибуток, що ними створюється, як стимул для створення ідей, які мають

корисність, але може по своїй волі і для власної зручності цього і не робити, і ніхто на це не може скаржитися. Відповідно, наскільки мені відомо, є фактом те, що Англія, до того як ми її скопіювали, була єдиною країною на землі, яка коли-небудь надавала ексклюзивні права на використання ідей. У деяких інших країнах це іноді робиться в особливих випадках і згідно спеціальному індивідуальному правовому акту, але, взагалі кажучи, інші нації вважали, що ці монополії приносять суспільству більше ускладнень, ніж користі; і можна бачити, що нації, які відмовляють в монополіях на винахід, створюють нові і корисні речі так само активно, як і Англія» (виділено мною часто цитовані уривки. – *Є.Н.*).

Загальний висновок із викладеного аналізу полягає у тому, що в сфері інтелектуальної власності сьогодні існує надто багато суперечностей, переплетінь інтересів, складностей та не зовсім логічних історичних традицій для того, аби з'явився один достатньо виважений та загальновизнаний підхід до врегулювання цих суперечок. Дискусії навколо інтелектуальної власності та авторського права залишатимуться дуже гострими та запеклими, оскільки діапазон пов'язаних із ними інтересів є надзвичайно широким та таким, який охоплює часто несумісні речі. Зрозуміло, що авторові не вдалося розкрити усі аспекти цих дискусій, він вирішив зосередитися на основних економічних особливостях та деяких принципових протиріччях авторського права (юридичного механізму закріплення власності на продукт інтелектуальної праці людини). Тим не менше, прогалина в економічній теорії щодо ІВ залишається незаповненою, глибокого наукового аналізу економічних суперечностей як авторського права, так і інших інструментів ІВ сьогодні конче не вистачає, а отже, подальша робота над таким аналізом здатна сприяти скорішому розв'язанню вищевисвітлених проблем.

### 3.3. Неузгодженості сучасної методології теорії інформаційної економіки

Проведений у даній роботі аналіз основних проблем, що порушуються та розв'язуються у межах сучасної теорії інформаційної економіки (ТІЕ), дає можливість здійснити більш поглиблений аналіз самої цієї теорії, її логіки та внутрішніх особливостей. У попередньому тексті продемонстровано неусталеність та суперечливість багатьох теоретичних побудов, що відбивають процеси, пов'язані із становленням, розвитком та функціонуванням інформаційної економіки у розвинених країнах світу. Фактично, суперечливість є однією із визначальних особливостей сучасної теорії інформаційної економіки. Ця риса є наслідком складності, багатогранності, порівняної новизни та швидкої зміни тих феноменів, що їх прагне відобразити та описати дана теорія.

Неоднозначність змісту теорії інформаційної економіки підштовхує до розгляду особливостей методології дослідження явищ інформаційної економіки із дещо нестандартної точки зору. На нашу думку, методологія аналізу інформаційної економіки сьогодні найбільш повно розкривається в апофатичній площині. З погляду аналізу змісту теорії ІЕ увагу привертають не стільки її наявні елементи, скільки ті складові, яких даній концепції поки що бракує.

Говорячи про „методологію” (у даному випадку – теорії інформаційної економіки), ми вживаємо цей термін у широкому сенсі. Під поняттям „методологія” сучасні науковці розуміють не тільки теорію методу, але й сукупність різноманітних онтологічних та епістемологічних характеристик будь-якої теорії. Іншими словами, методологія у широкому сенсі є „теорією теорії”.

Ми розглянемо основні методологічні риси ТІЕ виходячи саме із такого широкого тлумачення поняття „методологія”. Серед інших проблем, увагу буде приділено аналізу особливостей ТІЕ крізь призму схем,

розроблених постпозитивістським напрямом філософії науки. Адже постпозитивістські моделі структури та розвитку наукового знання сьогодні привертають достатньо широку увагу дослідників методологічних проблем.

В останні роки дослідженням методології економічної теорії в Україні приділяється недостатньо уваги, що, на наш погляд, спричинене кількома факторами. Методологічні проблеми є вельми складними для вивчення, оскільки вони пов'язані із філософією науки, яка є непростою матерією. Глибоке занурення у методологію дослідження не є життєво необхідним для розв'язання практичних, прикладних задач, тому відповідне питання часто залишається „за дужками”. Нарешті, специфічна спрямованість методологічних дискусій радянських економістів робила методологічні проблеми вкрай непривабливими. У цих дискусіях не тільки обговорювалися малопродуктивні проблеми, на що вказує В. Автономов, але й відбувався перекис у бік детального розгляду діалектичної теорії (а саме, її законів взаємопереходу кількості та якості, заперечення заперечення, єдності та боротьби протилежностей; методів аналізу та синтезу, індукції та дедукції, абстракції тощо) із одночасним ігноруванням інших проблем методології науки

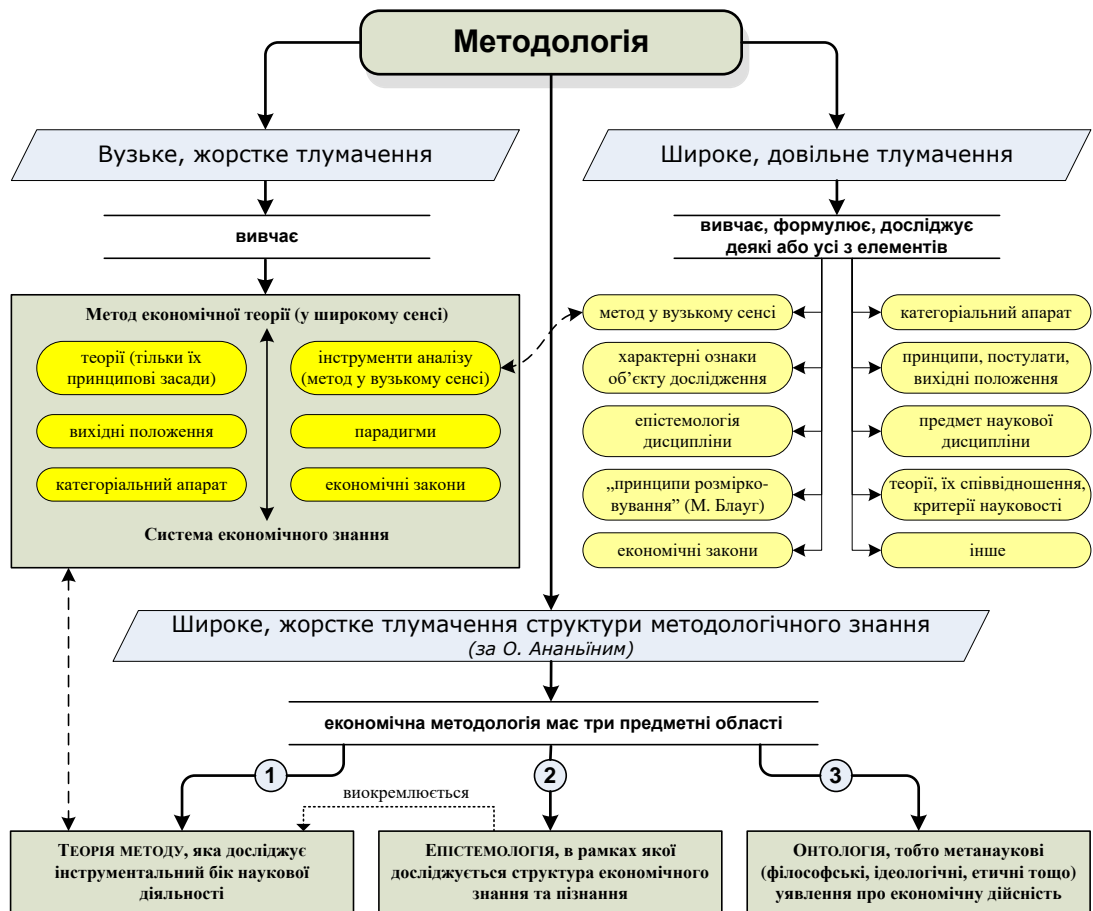
Ця особливість відбилася у визначеннях поняття „методологія”, наявних у науковій літературі, а точніше, в одній із трьох груп тлумачень та структурування цього поняття (рис. 2.3), коли поняття методології тісно пов'язується із поняттям методу.

Методологія є галуззю філософії науки. У першому випадку, назвемо його „методоцентричним”, вона визначається через метод, як вчення про метод наукового пізнання. Методологія структурно включає два елементи: сам метод та його теорію.

У свою чергу, метод розглядається як „сукупність способів пізнання економічних відносин” [100, С. 10], „спосіб досягнення цілі, сукупність прийомів і операцій теоретичного або практичного освоєння дійсності, а також людської діяльності, організованої у певний спосіб” [80], „у науці

спосіб та порядок дослідження предмета для одержання найбільш повного та відповідного істині результату”. Класичний для вітчизняної науки спосіб тлумачення методу передбачає розгляд таких інструментів, принципів та законів діалектики, як аналіз та синтез, індукція й дедукція, єдність історичного та логічного, перехід кількості у якість тощо.

На нашу думку, таке тлумачення методу та методології є дещо розмитим та неконкретним. „Методологія” визначається як явище, похідне від „методу”, внаслідок чого замість категорії „методологія” постає необхідність наповнити конкретним змістом поняття „метод”, отже, замість однієї термінологічної проблеми утворюється інша. В умовах деідеологізації науки виникає потреба тлумачити категорію методу широко, не тільки як сукупність пізнавальних діалектичних інструментів. Елементами методу економічної науки також доводиться вважати теорії, категоріальний апарат, парадигми економічного знання тощо.



Ри

### с. 2.3. Поняття та структура методології економічної науки.

Не всі спроби перенести таке розуміння методу на визначення методології є вдалим. Зокрема, С. Мочерний узагальнив „методоцентричні” визначення методології у такий спосіб, що, у розгорнутому (так вказано у тексті С. Мочерного. – Є.Н.) вигляді, „методологія – це система різноманітних методів, засобів і прийомів наукового пізнання (передусім принципів, законів та категорій) та наука (або вчення) про цю систему” [60, С. 43]. До такого узагальнення виникає кілька зауважень. По-перше, методи, засоби та прийоми – це, виходячи з визначення методу, фактично одне й те саме. По-друге, автор розширює зміст методу тільки за рахунок принципів, законів та категорій. В результаті тлумачення категорії „метод” С. Мочерним за шириною поняття є посереднім між вузьким та широким. Тобто деякі елементи розгорнутого розуміння методу (або методології) з наведеного визначення випали. По-третє, ступінь новизни такого визначення уявляється низькою, оскільки воно зводиться до початкового, до того, що методологія – це метод та його вивчення.

Другий підхід до розуміння методології є більш довільним. Згідно з ним, економічна методологія тлумачиться широко: „термін „методологія” інколи розуміють як сукупність технічних процедур дисципліни, як більш переконливий синонім її методів. Однак частіше він позначає дослідження концепцій, теорій і основних принципів розмірковування, прийнятих у тій чи іншій науці (виділено автором. – Є.Н.)” [11, С. 35]. Ця галузь знання включає метод у вузькому сенсі, тобто логічний інструментарій аналізу, а також низку інших елементів. Такими елементами можуть бути:

- 1) „основоположні (фундаментальні) світоглядні позиції, на яких базується... система... науки” [28, С. 52];
- 2) філософські та економічні поняття (категоріальний апарат);
- 3) „правильні принципи розмірковування” [11, С. 36];
- 4) економічні закони в їх функції пояснення існуючого економічного буття;

- 5) дослідження предмета, теоретичних засад, задач економічної науки [100, С. 10];
- 6) виявлення найважливіших властивостей об'єкта дослідження [4, С. 58];
- 7) засоби, передумови та принципи організації пізнавальної діяльності;
- 8) опис і аналіз етапів наукового дослідження, мови науки;
- 9) виявлення сфери застосовуваності окремих процедур і методів [43, С. 146];
- 10) та інше.

Тут методологія може включати як складові, що належать до методу в першому, широкому сенсі, так і компоненти, які не стосуються методу науки. Цей підхід можна охарактеризувати як методологічний плюралізм, що має вияв у самій методології. Остання як розділ філософії науки розвивається у дуже широкому полі. Дуже різноманітним є бачення складу методології, основних її проблем, шляхів, механізмів, моделей, принципів, форм розвитку наукового знання тощо. Загалом методологія має своїм предметом засоби наукового пізнання дійсності, і водночас вона є гнучкою, оскільки не впроваджує обмежень на обрання цих засобів. Тому кожен дослідник, як не дивно, має свободу до певної міри довільно обирати та структурувати елементи методології, виділяючи з них ті, які, на його думку, є необхідними для розв'язання тієї чи іншої дослідницької задачі.

Третя можливість структурування методологічного знання була запропонована О. Ананьїним у його статті 1999 р. „Економічна наука у дзеркалі методології” [2], яка пізніше лягла в основу монографічного дослідження [1].

На думку О. Ананьїна, методологію не слід догматизувати та вводити у раз і назавжди задані рамки (наприклад, обмежувати її проблемами наукового методу). Ними є: епістемологія як напрям, який досліджує структуру та шляхи формування економічного знання; теорія методу, яка є частиною епістемології, однак, будучи історично першою та найвагомішою



складовою методології, розглядається окремо; онтологія, в рамках якої досліджуються передумови появи економічної науки, її предмет, категоріальний апарат та ін. Тобто пропонований О. Ананьїним шлях структуризації сучасного методологічного знання посідає проміжну позицію між двома вищевикладеними тлумаченнями методології, він не є ані надто звуженим, ані розпливчатим. Перший блок проблем („теорія методу”) збігається із вузьким визначенням методології як науки про метод. Онтологічна та епістемологічна області методології пов’язані не стільки з аналізом дослідницького інструментарію, скільки із розглядом структури та змісту самих економічних теорій та умов їх формування.

Критику такого підходу, яка ґрунтується на тому, що структура та функції теорії певної науки є предметом самої цієї науки, а не її методології [81], слід вважати непереконливою, оскільки бачення структури та задач методології формується історично самими дослідниками-методологами, і диктат та нав’язування однієї схеми є у цьому зв’язку недоречним.

Більшість методологічних рис теорії інформаційної економіки відображають той факт, що дана теорія є відносно молодого, її „вік” ще не перевищує п’яти десятиліть. Перш за все, сьогодні не можна говорити про те, що дослідженнями ролі інформації в економіці займається якась окрема економічна школа. Умовно вважається, що вивчення інформаційної економіки є одним із відгалужень (нео)інституціональної течії сучасної економічної думки. Однак якщо подивитися глибше, то виявиться, що при вивченні різних проблем, пов’язаних із участю інформації у функціонуванні економіки, застосовуються абсолютно різні підходи та теорії. Зокрема, наприклад:

1. Коли йдеться про періодизацію історичного розвитку людства та його поділ на аграрне, індустріальне та інформаційне суспільство, то ця схема укладена згідно із принципами, обґрунтованими марксистською школою. А саме, критерієм поділу, періодизації в цій схемі є марксовий спосіб виробництва, але не з погляду характеру домінуючих у даній формації

виробничих відносин (цей погляд характерний для самого Маркса та його послідовників), а у розрізі характеру розвитку продуктивних сил. До уваги в цій періодизації береться не суспільний, а технологічний чинник, при цьому критерій способу виробництва як принцип, використаний у марксистській схемі, зберігається (див. [66]).

2. Аналіз економічних проблем, що породжуються власністю на інформацію, можна найлегше та найпродуктивніше здійснити за допомогою неінституціонального вчення про права власності та особливості їх специфікації, і майже неможливо – користуючись неокласичним інструментарієм. Річ у тім, що однією із методологічних посилок неокласиків є теза про те, що права власності є чітко відомими, екзогенно заданими, а тому вони не враховуються при аналізі.

3. Навпаки, коли розглядаються ринок інформації та інформаційна асиметрія, то неокласичні функціональні та математичні залежності, граничні величини, концепції надлишків виробника й споживача стають головним інструментарієм дослідника. Витрати на пошук та отримання інформації включаються до відомих мікроекономічних неокласичних моделей (на зразок того, як це вперше зробив Дж. Стіглер) – і отримуються нові нестандартні висновки. При цьому ігнорується питання про те, чи може за неокласичної методології інформація бути об'єктом досліджень взагалі. Адже однією із властивостей інформації є принципова необмеженість її наявної кількості, а неокласичні моделі мають справу виключно із обмеженими ресурсами (принаймні, неокласики декларують цю посилку).

Отже, вирішення різних проблем інформаційної економіки пов'язане із застосуванням принципово різних теорій. Цим викликана друга особливість сучасної теорії інформаційної економіки. Сьогодні немає єдиної стрижневої ідеї, яка б лягла в основу дослідження усіх економічних проблем, пов'язаних із інформацією. Йдеться про те, що, наприклад, в основі класичної політекономії лежить теза про головну роль матеріального виробництва в економіці. Вихідним положенням неокласиків, навколо якого побудовані усі

їх функціональні залежності, є суперечність між безмежними потребами людини та обмеженими ресурсами, що наявні для задоволення цих потреб. Маржиналістська течія, відповідно до своєї назви, широко застосовує аналітичний апарат граничних величин. І тому подібне.

Відповідної вихідної ідеї синтезуючого рівня, навколо якої б проводився аналіз усіх напрямків участі в економіці інформаційного чинника, наскільки відомо автору, сьогодні ніхто не виділяє. Навіть Д. Белл, який у своїй роботі „Прийдешнє постіндустріальне суспільство” окреслив майже всі важливі напрямки досліджень ІЕ, не виокремив такого стрижня.

Можна, наприклад, вважати, що особливості відповідного аналізу визначаються відмінностями інформації від традиційних матеріальних товарів. Такими визначальними відмінностями інформації слід вважати принципову необмеженість кількості наявної та доступної інформації, легкість її дублювання та тиражування. Діалектичною протилежністю до цієї риси є цілковитий суб’єктивізм у сприйнятті інформації. Іншими словами, ступінь корисності певної інформації, здатність її засвоїти та зрозуміти повністю залежить від конкретної людини. Інформація може бути наявною, але правильно скористатися нею людина не зможе.

Цю тезу, цей можливий вихідний методологічний принцип можна сформулювати як наявність суперечності між інформацією, що доступна взагалі, інформацією, що є релевантною і необхідною для вирішення конкретної задачі зокрема, та здатністю людини знайти релевантну інформацію, відокремити її від непотрібної та адекватно скористатися нею. Необхідна інформація, до того ж, може бути або взагалі відсутньою, або недоступною на даний конкретний момент, звідси проблеми вартості інформації та інформаційної асиметрії на ринках. Також слід пам’ятати про необхідність несення витрат грошей і часу на пошук необхідної людині інформації. Ці чинники суб’єктивно обмежують об’єктивну необмеженість, що іманентно властива інформації, породжуючи суперечність, у розрізі якої можна аналізувати ті чи інші проблеми, що виникають в економіці знань.

Однак даний ракурс навряд чи придатний до вивчення усіх аспектів економіки знань. Наприклад, такі проблеми, як характер виробничих відносин, розглядаються крізь призму технологічної концепції періодизації історичного розвитку суспільства, а також безпосередньо за допомогою теорії постіндустріального суспільства. А отже, відповідна методологічна проблема формулювання вихідної, основної тези теорії інформаційної економіки залишається відкритою. На сьогодні можна констатувати, що при вирішенні різних проблем, породжених інформацією, застосовуються різні вихідні ідеї.

Як третю особливість методології ІЕ слід виділити те, що, незважаючи на певну історію досліджень у цьому напрямку, досі не виявлено економічних законів функціонування і розвитку інформаційної економіки. Тут слід погодитися із Т. Ніколаєвою, яка вказує, що „темпи розвитку та розповсюдження [інформаційної економіки] настільки стрімкі, а її «вік» настільки історично малий, що говорити про якісь усталені закони функціонування цього явища було б вкрай необачно. Тому... усі процеси, явища, так чи інакше пов'язані із формуванням нового типу економіки, трактуються саме як тенденції, закономірності, але жодним чином не як жорстко визначені закони становлення [інформаційної економіки]” [64, С. 3]. Тим не менше, питання про виявлення законів функціонування інформаційної економіки порушується доволі регулярно.

По-четверте, аналізуючи участь інформаційного чинника в економічних явищах та процесах, теорія інформаційної економіки не розглядає самої сутності інформації. Інформація вважається екзогенно внесеним в економіку явищем, розуміння природи якого не є настільки важливим для аналізу відповідних процесів. Це пов'язано із тим, що природа інформації досі залишається до кінця незрозумілою науці та неусвідомленою людьми. Жодне з відомих визначень цього явища не є повністю задовільним. Цілком можливо, що природа інформації є більш глибокою, ніж її здатна осягнути людина. Одним із наслідків цього є певна непослідовність усього

категоріального апарату, специфічного для теорії інформаційної економіки.

До цього слід додати, що Н. Апатова вказує на такі риси методології теорії інформаційної економіки. „По-перше, недостатньо чітко відпрацьовано статистичний апарат: необхідні для якісних висновків статистичні дані або відсутні, або мають випадковий характер. По-друге, різні автори розглядають окремі аспекти об’єкта, що вивчається, формулюють часом суперечливі гіпотези про їх значущість і функції, а системного, узагальнюючого дослідження, яке б дозволяло зробити фундаментальні висновки і закласти основу для подальшого розвитку теорії, немає. По-третє... для інформаційної економіки практично неможливо знайти класичні підходи і рекомендації методологічного характеру – настільки швидко і комплексно вона розвивається, охоплюючи всі сфери людської діяльності” [4, С. 58-59].

Наступною ознакою ІЕ є радикальна зміна погляду на людину. Класична економічна теорія розглядає людину як *homo economicus*, як суб’єкта, який діє раціонально задля задоволення власних потреб. „В умовах індустріальної системи, – пише А. Чухно, – людина була додатком машини, машина визначала і характер, і темп роботи. Це означало, що машини як втілення минулої праці зумовлювали панування уречевленої праці над живою. Існування засобів виробництва як приватної власності класу [капіталістів] перетворювал[о] їх на засіб експлуатації робітників” [64, С. 419]. Натомість за інформаційної економіки, у постіндустріальному суспільстві людина стає не засобом, а метою виробництва, „людиною творчою” – *homo creator*. Її діяльність, спрямована на створення благ, перетворюється із праці у творчість. Провідна роль переходить від уречевленої, минулої до безпосередньо живої праці. Матеріальний аспект мотивації знижується та заміщується нематеріальними чинниками. Заперечуються відносини особистої та речової залежності. Унікальність знань як головного джерела соціально-економічного розвитку та визначального економічного ресурсу, творцем і носієм яких є (або, принаймні теоретично та політкоректно, може бути) кожна людина,

перетворює індивіда в унікальний ресурс, зміщує увагу із матеріального й фінансового на людський та інтелектуальний капітал. Соціальні аспекти розвитку суспільства починають домінувати над суто економічними. І тому подібне.

С. Дятлов пише про це так: „В інформаційному суспільстві людина є не просто «економічною людиною», під якою розуміється комплекс економічних функцій та ролей, що визначають раціональну поведінку людини в економіці індустріального типу, а багатогранною людською особистістю, яка є вирішальним творчим фактором і головним ресурсом суспільства із економікою інформаційного типу” [24, С. 499].

Нарешті, останньою відмітною рисою методології інформаційної економіки, на думку автора, є те, що особливості її функціонування настільки відрізняються від функціонування традиційної (аграрної чи індустріальної) економіки, що вони потребують чи не найбільшого і найрадикальнішого перегляду традиційних, „мейнстрімних” економічних поглядів. Останні не спрацьовують щодо інформаційної економіки значно більшою мірою, ніж щодо будь-якого іншого явища. При цьому маємо парадокс: хоча висновки традиційних теорій часто не є справедливими стосовно проблем інформації, однак дослідники не нехтують інструментарієм цих концепцій в аналізі відповідних питань.

І навіть більше за це. Дослідження інформаційної економіки поки що взагалі не мають власного унікального інструментарію, який не був би запозичений у якоїсь іншої теорії. Часто це не є проблемою. Як вказувалося вище, різні проблеми, пов’язані з роллю інформації в економіці, більш-менш успішно розв’язуються за допомогою існуючих методологічних ідей та теоретичних схем. Однак деякі аспекти інформаційної економіки не здатна задовільним чином пояснити жодна існуюча сьогодні в економічній науці теорія. Одним з таких яскравих прикладів є економічна вартість інформаційних ресурсів зокрема та інформації як такої (див. п. 2.1.3).

Цей парадокс приводить до думки дещо іншого характеру. Більшість

дослідників, як вказувалося вище, підходять до питань інформаційної економіки із інструментарієм вже усталених напрямків економічної думки (марксизму, неокласиків тощо). Оскільки ж інформаційна компонента економічної системи має якісно іншу природу, аніж її традиційно аналізована „матеріальна” й „капітальна” складова, то традиційні інструменти перетворюються на шори, які не дають можливості вийти за рамки класичних результатів, а висновки, отримані через застосування таких інструментів, багато в чому є заздалегідь хибними, оскільки вони неадекватно описують нову економічну реальність. Безліч спроб сформулювати інформаційну теорію вартості у категоріях трудової теорії вартості є яскравою ілюстрацією до цієї тези.

Можна зробити висновок, що використання теорією інформаційної економіки запозичених у інших гуманітарних наук методів і понять є не тільки рисою, але й достатньо серйозною проблемою методології теорії інформаційної економіки. Причому проблемою це є тільки для інформаційної економіки. У інших галузях знань, навпаки, вітається використання вже відомих, традиційних методів аналізу, а вигадання нового наукового інструментарію нашою наукою є справою справедливою перестороги. Теорія інформаційної економіки у цьому сенсі відрізняється від інших наукових дисциплін саме внаслідок радикальних, нетрадиційних особливостей її об'єкта дослідження (інформації).

Окрім неусталених засадничих принципів теорії інформаційної економіки, існують також зовнішні гносеологічні перепони та невизначеності, які заважають розвитку самої методології теорії інформаційної економіки.

Перш за все, незрозуміло, в якій із двох основних сучасних моделей пізнання (детерміністичній діалектичній чи протилежній до неї, недетерміністичній синергетичній) розвивається ця теорія. Що є головною метою аналізу – виявлення закономірностей розвитку нового, інформаційного типу соціально-економічної системи (діалектика) чи

пояснення невизначеностей, із якими пов'язана інформація (синергетика)? У першій пізнавальній моделі треба було б наголошувати на виявленні економічних законів ІЕ, для другої економічні закони не мають значення (між іншим, у цьому випадку маємо готову відповідь на одне із перелічених на початку параграфу питань), оскільки центральною проблематикою є варіативність характеру розвитку економічної системи. Чи, знову, для розгляду одних проблем ІЕ більш придатна діалектика, а інших – синергетика? Однак останнього не повинно бути, оскільки у цьому випадку матимемо дві відмінні теорії ІЕ, кожна зі своєю методологією та науковим апаратом. І кожна розглядатиме лише частину проблем свого об'єкта вивчення, причому, можливо, ці частини будуть перетинатися. Тобто, цю невизначеність також необхідно усувати, вводячи усі дослідження ІЕ в якусь одну модель наукового дослідження. Цим автоматично подолаються деякі із викладених вище проблем, із якими зіштовхуються дослідники ІЕ.

По-друге, прогностичний та порівняльний потенціал теорії ІЕ обмежений, як не дивно, тим, що вона виникла як складова та відгалуження концепції постіндустріального суспільства (так званої „технологічної теорії”). На перший погляд, останній концепції значною мірою притаманні історичний підхід та можливості обґрунтування футурологічних прогнозів. Однак це не зовсім так. По-перше, теоретики постіндустріалізму приділяють увагу виключно сучасній постіндустріальній стадії розвитку людства – й фактично ігнорують (за незначними винятками) аналіз індустріального та, особливо, аграрного суспільства, хоча й обирають саме таку періодизацію історії. Отже, погляд „назад” ця теорія майже не пропонує.

Так само немає у цій концепції й власного погляду „вперед”, у майбутнє, немає самостійних футурологічних прогнозів, зроблених не на основі ідей інших напрямків наукової думки. Ті розмірковування, які зустрічаються у роботах її авторів про майбутнє капіталістичної системи, про те, що мотивація отримання прибутку як рушійний чинник розвитку соціально-економічної системи зміниться на мотивацію максимальної



самореалізації людини, не надто відрізняються від прогнозів формаційної теорії, відомих досить давно.

Таким чином, правомірно піддати сумніву спроможність теорії ІЕ здійснювати адекватні історичні порівняння та прогнози, оскільки вона розвивається на основі теорії постіндустріального суспільства, історична перспектива в якій опрацьована недостатньо. Суперечливим залишається навіть таке не надто складне питання, як співвідношення постіндустріального суспільства із капіталістичним типом економіки [66]. Ця проблема, знову, пов'язана із сьогодишньою відсутністю у теорії інформаційної економіки власного наукового інструментарію. З часом, однак, ця проблема має бути подолана, вона не є найскладнішою у теорії інформаційної економіки.

Третім стримуючим чинником є той факт, що досі невирішеною залишається іще одна важлива наукова задача – вимірювання кількості нетехнічної інформації. Кібернетика виробила спосіб виміряти кількість інформації, яка характеризує стан невизначеності. Так само легко можна підрахувати кількість літер, слів чи сторінок у тексті, кількість байт у пам'яті комп'ютера. Однак намір кількісно виміряти новину або інформаційний виробничий ресурс чи продукт породжує не тільки питання про те, як це зробити, але й у яких одиницях і тому подібне. Зрозуміло, у даному випадку йдеться не про ціновий параметр інформації, хоча й виявлення останнього є не менш цікавою науковою проблемою.

І при цьому, зокрема, неокласичні моделі аналізу ринку інформації виглядають так, ніби цієї проблеми взагалі не існує. Графіки попиту та пропозиції на інформацію мають вигляд неперервних ліній – нібито є якийсь сенс пропонувати ринкові 3 цілих 68 сотих одиниць певної інформації (про питання „три яких одиниці”, що є одиницею виміру взагалі не йдеться). Дискретний, неподільний характер інформації відрізняє її від робочого часу людини або від матеріальних чи грошових ресурсів, які, в принципі, можна розділити на довільні складові частини – і цей факт в економічних моделях ринків інформації часто ігнорується.

З викладеного можна зробити узагальнюючий висновок, що чітко визначене коло проблем, якими займається теорія інформаційної економіки, та методологічний ракурс, під яким вона це робить, поки що не знайшли свого чіткого й однозначного формулювання, це – справа майбутнього. Р. Ніжегородцев оптимістично прогнозує, що тільки „у найближчому десятилітті відбудеться остаточне відособлення інформаційної економіки від інших економічних наук, ясно позначаться обриси предмету цієї науки, визначаться основні риси її методу” [62, С. 8]. Слід сподіватися, що цей стан певної методологічної невизначеності триватиме менше, ніж 10 років.

Однак великою є й імовірність того, що методологічного консенсусу в цьому напрямку економічної науки не відбудеться, оскільки сьогodнішня економічна теорія – це еkleктична сукупність різних ідей різних шкіл та течій, жодна з яких, взята окремо, не здатна цілісно пояснити логіку сучасного економічного буття, і зв'язки між цими ідеями інколи важко зрозуміти. І було б дивно сподіватися, що теорія такого надскладного соціально-економічного явища, яким є постіндустріальне суспільство та інформаційна економіка, буде винятком із цієї традиції. Сьогodні різні явища економічного буття інформації, як вказувалося вище, пояснюються різними теоретичними концепціями, і як їх зробити сумісними – дуже неоднозначна проблема сама по собі.

## Висновки до розділу 3

1. Інформаційним ресурсом у виробництві є наявна на мікро- чи макрорівні впорядкована економічна інформація, що здатна брати участь у виробничому процесі чи впливати на нього, а тому має певну економічну цінність. Економічні властивості інформаційних ресурсів помітно відрізняються від характеристик традиційних факторів виробництва. Так, інформаційним ресурсам властиві нечітка специфікованість прав власності, збереження і примноження у процесі використання, неоднорідність, підданість виключно моральному зносу, необмеженість потенційно наявної кількості, економічна неефективність впровадження обмежень доступу до інформації тощо.

2. Питання про необхідність розробки нової інформаційної теорії вартості було порушене на початку 1960-х років. У роботі проаналізовано причини, з яких усі існуючі спроби розв'язати цю проблему поки що є марними. На наш погляд, це пов'язано із тим, що інформаційну концепцію вартості намагаються викласти у логіці та термінах або маржиналістської, або трудової теорії вартості. Однак інформаційний чинник не вписується у рамки, які задаються кожною з цих двох теоретичних схем. Спроб відійти від цих схем у літературі не спостерігається. Відсутність же логічно завершеної теорії вартості, що ґрунтується на інформації та знаннях, ускладнює глибокий аналіз, зокрема, сутності власності на інформацію та ринків інформації.

3. Явище інтелектуальної власності має тривалу, багатовікову історію. У юридичному сенсі інтелектуальна власність є усталеною концепцією та практикою. Водночас, економічний аналіз інтелектуальної власності є фрагментарним та суперечливим. Він дозволяє сформулювати кілька важливих тез щодо характеристики економічної природи власності на інформацію. За своєю природою інтелектуальна власність є монополією, що надається державою авторам інтелектуальних продуктів, отже у цій сфері

проводиться антиконкурентна політика. Класичне повне економічне тлумачення власності, за якого умовами наявності власності на певний об'єкт є його рідкісність та витрачення людиною зусиль на його створення, до інформації застосувати не можна, оскільки інформації не властива рідкісність. Рідкісною інформацію робить правовий режим інтелектуальної власності, чим порушується логіка, оскільки причина та наслідок явища міняються місцями.

## ВИСНОВКИ

У роботі здійснене теоретичне узагальнення та запропоноване нове вирішення наукового завдання, яке полягає у характеристиці основних засад, підходів та суперечностей теорії інформаційної економіки як окремого напрямку економічної теорії. Результати дослідження дають можливість сформулювати такі висновки:

1. Інформаційною економікою є економічна система країни, в якій інформаційний сектор посідає центральне місце та визначальним чином впливає на функціонування всіх інших галузей. Інформаційний сектор утворюють ті сектори та галузі, в яких створюється інтелектуальний продукт (наука, освіта, телекомунікації тощо). Визначальними рисами цих секторів є застосування висококваліфікованої інтелектуальної праці, висока питома вага витрат на залучення інформаційних ресурсів порівняно із матеріальними витратами, створення нової інформації та знань як головний продукт виробничої діяльності.

2. Ідеї про особливу роль інформації та знань у життєдіяльності суспільства вперше з'явилися у науці понад чотири століття тому у працях англійського філософа Ф. Бекона. Системні дослідження постіндустріальних процесів, пов'язаних із різким зростанням ролі інформації в суспільному житті, почалися у другій половині ХХ ст. Основоположниками вивчення постіндустріального суспільства й економіки є Ф. Махлуп, Д. Белл, Дж. Стіглер.

3. Теорія інформаційної економіки виникла як один із напрямів соціологічної теорії постіндустріального суспільства. Разом з тим, до її поля уваги потрапили проблеми, які залишалися поза увагою соціологічної науки. Тому сьогодні теорія інформаційної економіки має дві лінії розвитку. Першою є дослідження сучасного стану соціально-економічних систем, місця й ролі держави в економіці, участі інформації й інформаційних ресурсів у виробничому процесі, що успадковані від постіндустріальної

концепції. Друга лінія – суто економічний аналіз проблем інтелектуальної власності, ринку, економічного зростання та відтворення, який здійснюється за допомогою неокласичного, інституціонального та неоінституціонального аналітичного інструментарію. Цей напрям теорії інформаційної економіки прямо не пов'язаний із постіндустріальною моделлю. «Побічним наслідком» цього є мультидисциплінарність цієї теорії. Її предмет не обмежується економічними проблемами, натомість завжди включає та враховує соціальні, політичні та інші процеси.

4. Предметом теорії інформаційної економіки є, з одного боку, процес відтворення інформації та інформаційних ресурсів в економіці, з іншого – вплив інформації на відтворення інших елементів економічної системи та, з третього, – суспільно-економічні відносини, що при цьому виникають. Її предмет можна визначити й тавтологічно. Предметом інформаційної економіки є всі аспекти участі інформації в економічних процесах або її впливу на перебіг цих процесів. Вперше за історію розвитку економічної науки об'єктом її вивчення став нерідкісний, необмежений ресурс. Натомість погляд неокласиків на предмет теорії інформаційної економіки як дисципліни, що вивчає лише участь інформації у ринкових процесах, уявляється недостатньо широким.

5. Поняття інформації пов'язане із іншими категоріями у такій ієрархічній послідовності: дані – інформація – знання – мудрість. Дані є базовим шаром. Інформація додає до них контекст. Вона утворюється шляхом аналізу зв'язків між різними даними. Знання виникають завдяки практичному застосуванню інформації. Вони пояснюють, «як» застосовувати інформацію. А мудрість є результатом застосування знань, спілкування користувачів знань та розмірковувань людини. Вона відповідає на питання, «чому» і «коли» здійснювати певні дії.

6. Ядром категоріального апарату інформаційної економіки як наукової дисципліни є співвідношення категорій «дані», «інформація» та «знання». На наш погляд, в економічному контексті їх доцільно розглядати як

послідовність понять, кожне з яких є більш вузьким порівняно до попереднього. Так, інформація розглядається як дані, що були впорядковані, організовані, збережені, тобто наділені певними властивостями, які дають змогу усувати наявну невизначеність («інформація – усунена невизначеність»). У свою чергу, принциповою відмінністю між інформацією та знаннями є те, що інформація зберігається на зовнішніх щодо людини матеріальних носіях та передається за допомогою технічних засобів, а знання є відображенням об'єктивно існуючої інформації у людській психіці. При цьому, незважаючи на значні відмінності між інформацією і знаннями, поняття «інформаційна економіка» та «економіка знань» вживаються як синоніми.

7. Інформаційна економіка демонструє особливості функціонування, не характерні для секторів матеріального виробництва. На відміну від матеріального виробництва, якому властива постійна або спадна віддача від залучення додаткових ресурсів, створення, тиражування, розповсюдження інтелектуальних продуктів демонструють зростаючу віддачу. Та частина інтелектуального продукту, що створюється з метою вільного розповсюдження (а отже, є чистим суспільним благом), може ефективно вироблятися приватним сектором. Через неоднорідність інтелектуальних продуктів, їх ринки апріорі не можуть бути конкурентними.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Апатова Н. Методологічні основи дослідження інформаційної економіки / Н. Апатова // Економіка України. – 2005. – №7. – С. 58-64.
2. Базилевич В. Д. Інтелектуальна власність : [підручник] / В. Д. Базилевич. – К. : Знання, 2006. – 432 с.
3. Башнянин Г. Політична економія : [навч. посіб.] / Г. Башнянин, Є. Шевчук. – Львів : Новий світ-2000, 2005. – 480 с.
4. Білоус В. Синергетика та самоорганізація в економічній діяльності : [навч. посіб.] / В. Білоус. – К.: КНЕУ, 2007. – 376 с.
5. Бородіна О. Людський капітал як основне джерело економічного зростання / О. Бородіна // Економіка України. – 2003. – №7. – С. 48-53.
6. Веймер Д. Аналіз політики: Концепції і практика / Девід Л. Веймер, Ейден Р. Вайнінг ; пер. з англ. – К. : Основи, 2000. – 654 с.
7. Гальчинський А. Віртуальне в економіці / А. Гальчинський // Економічна теорія. – 2010. – № 2. – С. 5-16.
8. Глобалізація і безпека розвитку : монографія / [О. Г. Білорус (кер. авт. кол. і наук. ред.), Д. Г. Лук'яненко, М. О. Гончаренко та ін.]. – К. : КНЕУ, 2001. – 733 с.
9. Економіка знань та її перспективи для України ; за ред. В. М. Гейця. – К. : Ін-т екон. прогноз., 2005. – 168 с.
10. Економічна енциклопедія : в 3 т. / [Редкол.: ...С.В. Мочерний (відп.ред.) та ін.] – К. : Видавничий центр „Академія”, 2000. – Т. 1. – 864 с.
11. Енциклопедія „Вікіпедія”, україномовна (<http://uk.wikipedia.org/>), та англomовна (<http://en.wikipedia.org/>) версії.
12. Єременко В. Економічна наука: проблема логіки, методології, класифікації / В. Єременко // Економіка України. – 2005. – №12. – С. 52-64.
13. Задорожна Н. Мікроекономічна теорія виробництва і витрат : [навч. посіб.] / Н. Задорожна. – К. : КНЕУ, 2003. – 219 с.



14. Зазимко А. Політична економія : [структурно-логічний навч. посіб.] / А. Зазимко. – К. : КНЕУ, 2005. – 358 с.
15. Інтелектуальна власність в Україні: правові засади та практика: У 4-х т. / За заг. ред. О.Д. Святоцького. – К. : Видавничий дім „Ін Юре”, 1999.
16. Картунов О. Ідеї прийдешнього інформаційного суспільства та суспільства знань у творчій спадщині Френсіса Бекона / О. Картунов // Політичний менеджмент. – 2007. – №1.
17. Лазня І. Економічний зміст інтелектуальної власності / І. Лазня, В. Рибалкін // Економічна теорія. – 2006. – №4. – С. 54-61.
18. Леоненко П. Сучасні економічні системи : [навч. посіб.] / П. Леоненко, О. Черепніна. – К. : Знання, 2006. – 429 с.
19. Маруховський О. Переваги та вади інформаційного суспільства. До 40 річчя виходу у світ „Комп’ютопії” Й. Масуди / О. Маруховський // Політичний менеджмент. – 2005. – №1. – С. 127-136.
20. Веретельникова Ю.О. Ринок Інтернет в Україні – чорна скринька з багатьма невідомими //Маркетинг в Україні. – 2001. – №3. – С. 6–7.
21. Вачевський М.В. Роль науково-технічної інформації в розвитку техніки і технології // Актуальні проблеми економіки. – 2004. – № 6 (36). – С. 192 – 205.
22. Благодетелева-Вовк Л.С., Благодетелев С.В. Оцінка росту числа потенційних користувачів Інтернету в Україні на період до 2005 року // Маркетинг в Україні. – 2002. – №1. – С. 21–24.
23. Ільницька У. Інформаційна безпека України: сучасні виклики, загрози та механізми протидії негативним інформаційно-психологічним впливам. Humanitarian vision. 2016. Vol. 2 № 1. P. 27–32. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/hv\\_2016\\_2\\_1\\_7](http://nbuv.gov.ua/UJRN/hv_2016_2_1_7) (дата звернення: 02.10.2020).
24. Войтко О., Кацалап В., Рахімов В. Аналіз особливостей маніпуляції як інструменту психологічного впливу на свідомість. Сучасні інформаційні технології у сфері безпеки та оборони. 2019. № 2(35).

25. Інформаційна безпека держави у контексті протидії інформаційним війнам : навчальний посібник / заг. ред. В. Толубка. Київ : НАОУ, 2004. 177 с.
26. Маслов А.О. Теорії постіндустріального та інформаційного суспільства в контексті інформаційної економіки / А.О. Маслов // Вчені записки Університету «Крок». – 2010. – Випуск 23. – С. 140-147.
27. Мельник О. Логіка економічного розвитку : [навч. посіб.] / О. Мельник. – К. : КНЕУ, 2004. – 228 с.
28. Мочерний С. Методологія економічного дослідження : [монографія] / С. Мочерний. – Львів : Світ, 2001. – 416 с.
29. Мочерний С. Предмет економічної теорії / С. Мочерний, О. Устенко // Економіка України. – 2003. – №9. – С. 4-12.
30. Ніколаєв Є. Глобальний перехід до постіндустріальної формації / Є. Ніколаєв // Формування ринкових відносин в Україні : Збірник наукових праць. Вип. 4 (59) / Наук. ред. І.К. Бондар. – К., 2006. – С. 25-29.
31. Ніколаєв Є. Економічний аналіз специфікації авторського права як форми інтелектуальної власності / Є. Ніколаєв // Економічна теорія. – 2007. – №3. – С. 13-20.
32. Ніколаєв Є. Інформація та знання як категорії економічної науки / Є. Ніколаєв // Формування ринкової економіки : Зб. наук. праць. Вип. 12. – К. : КНЕУ, 2004. – С. 137–147.
33. Ніколаєв Є. Логіка зростаючої віддачі в інформаційній економіці / Є. Ніколаєв // Стратегія економічного розвитку України : Наук. зб. – Вип. 4 (11). – К. : КНЕУ, 2002. – С. 236-242.
34. Ніколаєв Є. Методологічні особливості теорії інформаційної економіки [Електронний ресурс] / Є. Ніколаєв // Ефективна економіка. – 2010. – № 12. – Режим доступу до журналу: <http://www.economy.nauka.com.ua/>. – Назва з екрана.
35. Ніколаєв Є. Необхідність та реальність становлення інформаційного суспільства / Є. Ніколаєв // Матеріали міжнародного молодіжного

економічного форуму. – Київ, 5-10 травня 2003 р. – К. : КНЕУ, 2003. – С. 177-179.

36. Ніколаєв Є. Особливості державного регулювання економіки в інформаційному суспільстві / Є. Ніколаєв // Економічний і соціальний розвиток України в ХХІ столітті: національна ідентичність та тенденції глобалізації : зб. тез доп. 4-ї Міжнар. наук.-практ. конф. молодих вчених: м.Тернопіль, 23-24 лютого 2007 р. Частина 2. – Т. : Економічна думка, 2007. – С. 424-426.

37. Ніколаєв Є. Постіндустріальний процес як виклик для інституту держави / Є. Ніколаєв // Політичний менеджмент. – 2008. – №2(29). – С. 144-155.

38. Ніколаєв Є. Про властивості інформаційних ресурсів / Є. Ніколаєв // Формування ринкової економіки : Міжвідомчий науковий збірник. Заснов. у 1992 р. Вип. 11. – К. : КНЕУ, 2003. – С. 287–295.

39. Ніколаєв Є. Про предмет теорії інформаційної економіки / Є. Ніколаєв // Проблеми формування нової економіки ХХІ століття : матеріали ІІІ Міжнар. наук.-практ. конф., 23-24 грудня 2010 р. : В 6 т. – Дніпропетровськ : Біла К.О., 2010. Т. 1 : Національні стратегії розвитку в умовах глобалізації. – 2010. – С. 59-61.

40. Ніколаєв Є. Соціальні передумови інформаційного суспільства в Україні / Є. Ніколаєв // Друга міжнародна конференція молодих вчених „Економічний і соціальний розвиток України в ХХІ столітті: національна ідентичність та тенденції глобалізації”. ТАНГ, 24-25 лютого 2005 року. Збірник тез доповідей. Частина 2. – Тернопіль : Економічна думка, 2005. – С. 288-291.

41. Ніколаєв Є. Теоретичні суперечності інтелектуальної власності / Є. Ніколаєв // Теория и практика экономики и предпринимательства / Материалы ІІІ Международной научно-практической конференции. Алушта, 11-13 мая 2006 года. – Симферополь, 2006. – С. 224-225.

42. Ніколаєв Є. Теорія інформаційної економіки як парадигма економічної теорії: приклад методологічно сумнівного аналізу / Є. Ніколаєв // Економічна теорія. – 2008. – №4. – С. 19-30.

43. Ніколаєв Є. Транснаціоналізація та постіндустріалізація як головні чинники впливу на національні моделі розвитку / Є. Ніколаєв // Національні моделі економічних систем : навч. посіб. / [О. О. Беляєв (кер. авт. кол.), А. С. Бебело, В. І. Кириленко, В. І. Сацик та ін.]. – К. : КНЕУ, 2010. – С. 38-45.

44. Новицький В. Економічні ресурси цивілізаційного розвитку : [навч. посіб.] / В. Новицький. – К. : НАУ, 2004. – 268 с.

45. Окінавська Хартія глобального інформаційного суспільства від 22 липня 2000 р. – Режим доступу: <http://e-ukraine.org.ua/book/okinava-ukr.htm>. – Назва з екрану.

46. Пенькова І. Інформаційна економіка: питання теорії : [монографія] / І. Пенькова. – Донецьк : ДонНТУ, 2006. – 296 с.

47. Політична економія: Навч. посібник / [К.Т. Кривенко, В.С. Савчук, О.О. Беляєв та ін.] ; за ред. д-ра екон. наук, проф. К.Т. Кривенка. – К. : КНЕУ, 2001. – 508 с.

48. Радченко Я. Знання як стратегічний ресурс сталого економічного розвитку : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук / Радченко Ярослав Юрійович ; Харк. нац. ун-т ім. В.Н.Каразіна. – Х., 2004. – 16 с.

49. Скаленко О. Глобальні резерви поступу : [монографія] / О. Скаленко. – К. : Основи, 2000. – 394 с.

50. Тищенко М.П. Інформаційний сектор в трансформаційній економіці : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук / Тищенко Марія Петрівна ; Київ. нац. ек. ун-т ім. В. Гетьмана. – К., 2010. – 19 с.

51. Трансформаційна економіка : навч. посіб. / [В.С. Савчук, Ю.К. Зайцев, І.Й. Малий та ін.]. – К. : КНЕУ, 2006. – 612 с.

52. Україна у вимірі економіки знань / [Геєць В.М., Александрова В.П., Бажал Ю.М. та ін.] ; за ред. акад. НАН України В.М. Гейця. – К. : Основа, 2006. – 592 с.
53. Федулова Л. Концептуальні засади економіки знань / Л. Федулова // Економічна теорія. – 2008. – №2. – С. 37-59.
54. Чухно А. Постіндустріальна економіка: теорія, практика та їх значення для України / А. Чухно. – К. : Логос, 2003. – 632 с.
55. Джозеф Стігліц. Глобалізація та її тягар: Пер. з англ. - К., Видавничий дім "КМ Академія", 2003.
56. Приймак, В. Становлення інформаційної економіки в Україні та світі. Вісник Львівського університету. Серія економічна. 2014. Вип. 51. С. 9 – 15.
57. Чубукова О.Ю. Аналіз зарубіжного досвіду побудови інформаційного суспільства // Проблеми науки. – 2001. – №6. – С.7 – 11.
58. Розвиток інформатизації в Україні: Стат. зб. – К.: Держкомстат, 1997. – 114 с.
59. Решодько Л.В. Інформатизація України у світлі концепції «Єдиної Європи» // Інформація і ринок. – 1993. – № 2. – С. 29 – 34.
60. Предик Г.А. Формування мережі інформаційних підприємств в Україні: Автореф. дис. ... канд. екон. наук / Терноп. акад. народ. господарства. – Тернопіль, 1998. – 17 с.
61. Пономаренко Н.Ш. Формування організаційних структур інформаційного ринку // Регіональні перспективи. – 2001. – № 5 – 6 (18– 19). – С. 171 – 172.
62. Павлуша Т. Національна бібліотека України ім. В.І.Вернадського [електрон. ресурс] – <http://www.nbuv.gov.ua>
63. Козаченко Г.В. Організаційно-економічний механізм як інструмент управління підприємством // Економіка, менеджмент, підприємництво: Зб. 210 наук. пр. – Луганськ: Східноукраїнський національний університет ім. В.Даля, 2003. – № 11. – С. 107–111.

64. Дейнеко Т.О. Інформаційний бізнес як інноваційний засіб розвитку економіки України: Автореф. дис. ... канд. екон. наук / Ін-т регіон. досліджень НАН України. – Львів, 1999. – 20 с.

65. Про інформацію : Закон України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2657-12>

66. Кушнерець В. І. Знання як стратегічний ресурс соціальних трансформацій : монографія / В. І. Кушнерець. – Київ : Знання України, 2002. – 248 с.

67. Чухно А. А. Інституціонально-інформаційна економіка : підручник / А. А. Чухно, П. М. Леоненко, П. І. Юхименко. – Київ : Знання, 2010. – 687 с.

68. Тардаскіна Т. М. Електронна комерція: навч. посібник / Т. М. Тардаскіна, Є. М. Стрельчук, Ю. В. Терешко. – Одеса : ОНАЗ ім. О. С. Попова, 2011. – 244 с.

69. Чирак І. М. Нова економіка : навч. посібник / І. М. Чирак ; відп. за вип. В. В. Козюк. – Тернопіль : ТНЕУ, 2016. – 236 с.

70. Економічна теорія: Політекономія: Підручник / За ред. В. Д. Базилевича. – К.:

71. В. Д. Базилевич. Інтелектуальна власність: Підручник. — К.: Знання, 2006.— 431с. Знання, 2006. – 631 с.

72. Аксютіна А.В., Нестерцова-Собакарь О.В., Тропін В.В. та ін. Інтелектуальна власність : навч. посібник Дніпро : Дніпроп. держ. ун-т внутр. справ, 2017. 140 с.

73. Жежнич П. І. Технології інформаційного менеджменту : навчальний посібник. Львів: Львівська політехніка, 2010. 260 с.

74. Захарова В. І., Філіпова Л. Я. Основи інформаційно-аналітичної діяльності. К. Центр учбової літератури. 2013. 336 с.

75. Мельник В. В. Інформаційний менеджмент як фактор розвитку інформаційного суспільства. Гуманітарний Вісник Запорізької Державної Інженерної Академії . 2018. №74. С. 39-47.

76. Arthur W.B. Increasing Returns and the New World of Business / W.B. Arthur // *Harvard Business Review*. – 1996, – July-Aug.
77. Bacon F. The Advancement of Learning / F. Bacon – Access mode: <http://www.gutenberg.org/etext/5500>. – Title from screen.
78. Chade H. Another Look at the Radner-Stiglitz Nonconcavity in the Value of Information / H. Chade, E. Schlee // *Journal of Economic Theory*. – 2002. – No. 103. – P. 421–452.
79. Cole G.H. Patents and Copyrights: Do the Benefits Exceed the Costs? / G.H. Cole // *Journal of Libertarian Studies*. – Vol. 15. – No. 4 (Fall 2001). – P. 79–105.
80. Crawford R. In the Era of Human Capital / R. Crawford. – L.-N.Y., 1991.
81. Glazer R. Marketing in an Information-Intensive Environment: Strategic Implications of Knowledge as an Asset / R. Glazer // *Journal of Marketing*. – 1991. – No. 55.
82. Hartigh E. A Managerial Perspective on the Logic of Increasing Returns / E. Hartigh, F. Langerak, H. Commandeur. – Erasmus Research Institute of Management Report Series „Research in Management”, November 2000.
83. Hartigh E. Increasing Returns and Firm Performance: An Empirical Study / E. Hartigh. – Rotterdam, 2005.
84. Hildreth P. The Duality of Knowledge / P. Hildreth, C. Kimble // *Information Research*. – 2002. – No. 8(1).
85. Jefferson Thomas, to Isaac McPherson, Monticello, August 13, 1813, letter, in *The Writings of Thomas Jefferson*, vol. 13, ed. A.A. Lipscomb and A.E. Bergh (Washington, D.C. : Thomas Jefferson Memorial Association, 1904). – P. 326–338. – Access mode: [http://pwp.detritus.net/works/writings/no\\_patent\\_on\\_ideas.html](http://pwp.detritus.net/works/writings/no_patent_on_ideas.html). – Title from screen.
86. Kinsella S. Against Intellectual Property / S. Kinsella // *Journal of Libertarian Studies*. – 2001. – Vol. 15. – No. 2. – P. 1-53.

87. Liebowitz S. Network Externalities (Effects) / S. Liebowitz, S. Margolis. – Access mode: <http://www.utdallas.edu/~liebowit/palgrave/network.html>. – Title from screen.

88. Marschak J. Economic Theory of Teams / J. Marschak, R. Radner. – New Haven, Conn., Yale University Press, 1972.

89. Nonaka I. The knowledge creating company / I. Nonaka // Harvard Business Review. – 1991. – Issue 69. – P. 96-104.

90. Pejovich S. Towards an Economic Theory of the Creation and Specification of Property Rights / S. Pejovich // Readings in the Economics of Law and Regulations. Ed. by Ogus A. I., Veljanovsky C. C. – Oxford, 1984.

91. Plant A. The Economic Theory Concerning Patents for Inventions / A. Plant // Selected Economic Essays and Addresses. – London : Routledge & Kegan Paul, 1974.

92. Нормативно-правова інформація для економічного аналізу. URL: <https://referatss.com.ua/work/normativno-pravova-informacija-dlja-ekonomichnogo-analizu/>

93. Pollack J. License to Bill: A Free Market Remedy to Information Property Abuse / J. Pollack. – Access mode: <http://www.jordanpollack.com/softwaremarket/license2bill.pdf>. – Title from screen.

94. Radner, R. A Nonconcavity in the Value of Information / R. Radner, J. Stiglitz // Bayesian Models in Economic Theory, M. Boyer and R. E. Kihlstrom (eds.), New York : Elsevier Science Publishers. – 1984. – P. 30-52.

95. Sheridan W. Sensible Signage / W. Sheridan. – Access mode: <http://www3.sympatico.ca/cypher2/PRINCIPIA.htm>. – Title from screen.

96. Stigler G. Nobel Lecture: The Process and Progress of Economics / G. Stigler // The Journal of Political Economy. – 1983. – Vol. 91. – No. 4. – P. 529-545.



97. Stiglitz J. Public Policy for a Knowledge Economy / J. Stiglitz. – Access mode: <http://www.worldbank.org/html/extdr/extme/knowledge-economy.pdf>. – Title from screen.

98. Stiglitz J. The Contributions of the Economics of Information to Twentieth Century Economics / J. Stiglitz // The Quarterly Journal of Economics. – 2000. – Vol. CXV. – Issue 4. – P. 1441-1478.

99. What in the World Happened to Economics? // Fortune, 15 March 1999.

100. Akerlof George A. The Market for "Lemons": Quality Uncertainty and the Market Mechanism // Quarterly Journal of Economics - Aug. 1970. - P. 488-500.