

В.В.Білоцерківець, к.е.н., **М.О.Ясева**,
Національна металургійна академія України,
м. Дніпропетровськ

ДО ПИТАННЯ ПРО МЕТОДОЛОГІЮ ДОСЛІДЖЕННЯ ВАРТОСТІ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОДУКТУ

У статті здійснена спроба розкрити методологічні аспекти дослідження вартості інформаційного продукту у контексті системно-структурного підходу, який дозволяє визначити структуру і елементи вартості інформаційного продукту, а також діалектику взаємодії останніх у процесі її саморуху як системи.

In this article the attempt to expose the methodological aspects of researching of cost of information product in context of system and structural approaching had realized. This allows to determine the structure and the elements of cost of information product, and also to show the dialectics of co-operation of elements, in the process of its selfmotion as system.

Будь-яке дослідження, незважаючи на детальність розгляду тієї чи іншої проблеми, навряд чи в змозі претендувати на адекватне відображення дійсності за умови відсутності заздалегідь визначеного методу дослідження. Але визначення такого методу не є довільною операцією, актом, який має забезпечити певну формальну легітимізацію дослідження. Насправді такий вибір є суворо детермінованим специфікою предмета дослідження, оскільки саме метод виступає інструментом, що має забезпечити стрункість дослідження, його внутрішню несуперечливість у термінах базового методу, а отже, й відповідність дійсності. Як предмет дослідження визначає метод, що має використовуватися для його проведення, так і метод визначає результати пошуку відповідей, їх адекватність реальності. Зрозуміло, що розгляд тієї чи іншої проблеми не виключає можливості задіяння цілої низки інших методів, відмінних за властивостями від обраного. Але використання кожного з них вплине певним чином на результати проведеного дослідження, підвищуючи або знижуючи їх вірогідність, а, як наслідок, і ступінь придатності для практичного використання. Отже, першочерговим завданням будь-якого наукового дослідження є вибір адекватного предмета методу дослідження, або комплексу взаємопов'язаних методів.

Проблема вибору методу дослідження вартості товару як ключової категорії товарного виробництва завжди опинялась у центрі уваги науковців. Особливо запекла дискусія щодо цього

точилася між прихильниками розуміння вартості товару-блага з позицій його корисності та їх супротивниками, що визначали вартість товару через витрати на його виробництво. Спроби пом'якшити суб'єктивізм першого підходу в межах ординалізму не послабили запал наукового дискурсу, оскільки вихідні позиції мало змінились. Водночас поступова ерозія ортодоксальності та посилення толерантності, почастищення випадків відмови від монофундаментального сприйняття дійсності сприяють розгортанню певного взаємоспрямованого дрейфу поглядів дослідників, хоч сподівання щодо отримання узгодженого розуміння даної категорії, утворення спільної методологічної платформи її дослідження викликають виправданий скепсис. Особливої сили проблематика доцільності синтезу зазначених підходів набуває в працях сучасних вітчизняних та російських економістів (А.Гриценко, Т.Артъомова, В.Афанасьєв, Р.Гайсин, Е.Дунаєв, Р.Зяблюк, Р.Нижегородцев та ін.).

Онтологічні зміни обумовлюють і зміну акцентів у вивченні категорії вартості. Так, відбуття інформаційної революції радикально змінило ландшафт наукових досліджень. Розповсюдження сучасних інформаційно-комунікаційних технологій, поява нових товарів, що задовольняють потреби, які ще донедавна мали настільки глибоко латентний характер, а прояви були настільки імпліцитні, що саме їх існування важко було уявити, ставить перед науковим світом питання адекватності наявних підходів мінливій реальності. Деяка інша проблематика має посісти чільне місце в нових програмах досліджень. І одним з таких найбільш нагальних завдань сучасної економічної теорії стає розв'язання проблеми формування вартості інформаційного продукту, особливостей визначення її величини. Дискусійний характер цього питання посилює складність вибору методу відповідного предмета дослідження.

Відомо, що об'єктивна реальність та метод її дослідження, наукова теорія та її методологія становлять єдність. Розкриваючи всезагальні закони суспільного розвитку, методи пізнання природи та суспільства, діалектична філософія служить методологічною основою методу економічної теорії. Водночас наряду із загальним методом дослідження містить і ті

способи пізнання, які обумовлюються специфікою предмета дослідження. Зберігаючи те загальне, що є притаманне методам економічної теорії в цілому, вони повинні враховувати те особливе, що визначається предметом дослідження і відображається у нових рисах і нових підходах [1].

Метою даної статті є висвітлення методологічних аспектів дослідження вартості інформаційного продукту у контексті системно-структурного підходу.

Саме останній, на наш погляд, дозволяє розкрити структуру вартості інформаційного продукту, визначити її елементи та співвідношення між ними, діалектику взаємодії елементів у процесі її саморуху як системи.

Розкриття специфіки формування вартості інформаційного продукту вимагає, в першу чергу, виявлення об'єктивно існуючих взаємозв'язків та взаємозалежностей між процесами та явищами, що забезпечують появу інформаційного продукту як такого, особливостей їх функціонування та розвитку. Оскільки будь-яке справді наукове дослідження навряд чи може претендувати на таке звання, за умови відсутності визначення генетичних зв'язків об'єкта, передумов його появи, занурення в специфіку історичних процесів, що обумовили його формування та заклали, може й лише в латентній формі, але ключові алгоритми його подальшої еволюції, програму саморозвитку. Безумовно, фактична реалізація еволюційного руху об'єкта може піти за кількома сценаріями, а в межах кожного отримати декілька варіацій. Але програма саморозвитку імпліцитно, в зародковому вигляді включатиме весь їх загал, а можливі девіації проявів матимуть лише фенотипне віддзеркалення закладеного першопочатковими умовами коду саморуху. Набуття девіаціями розмаху позафенотипного характеру має свідчити не про неочікувану мутацію коду, а про неадекватність визначених алгоритмів дійсності, верифікувати помилку, закладену на початку дослідження, яка призвела до хибності всієї конструкції. Отже, дослідження інформаційного продукту є, насамперед, дослідженням системи економічних відносин, що забезпечують його створення. Розглядаючи таку систему як єдність організаційно-економічних та соціально-економічних

відносин, слід звернути увагу на те, що відносини вартості, які складаються між людьми з приводу тих чи інших продуктів праці, належать до соціально-економічних відносин, що виникають у процесі привласнення результатів виробництва. Таким чином, відносини вартості, які складаються між людьми з приводу інформаційних продуктів, обумовлюються відносинами власності на засоби та результати виробництва, а їх специфіка має бути пов'язаною з особливостями відносин власності, що складаються між особами, котрі вступають у взаємодію під час виробництва цього продукту.

Відповідно, дослідження сутності інформаційного продукту, особливостей формування його вартості є процесом розгляду системи, що є невід'ємною складовою іншої системи, більш високого порядку, а отже, фокусує увагу на застосуванні системного методу не як довільного акту, а як вибору, що детермінований специфікою об'єкта дослідження. Тоді вивчення об'єкта передбачає розгляд систем в їх взаємозв'язку за вертикальними каналами та у взаємодії з іншими системами за горизонтальними. Оскільки більш емна система вищого рівня задає загальну лінію руху даної системи, а рівнорівневі системи подають флуктуативні імпульси, то еволюція системи є коливальним процесом, з заданим діапазоном коливань (припускається, що дана система має найнижчий рівень). Імпульси, що провокують метаморфози системи, постійно демпфуються з боку системи вищого рівня, а отже, значне розширення амплітуди коливань виключається, а їх ковзання відбувається в напрямку розвитку надсистеми. З іншого боку, можливим є випадок, коли кілька горизонтальних імпульсів вступають у резонанс, детермінуючи зміни в атомарній системі, погасити які системі вищого рівня не до снаги. Це може призвести до виходу атомарної системи з-під керуючого впливу надсистеми як такої, логіка розвитку якої вступає в протиріччя з її власною логікою розвитку. Суверенізація атомарної системи може ототожнюватися з її виходом на новий рівень, з отриманням статусу рівноправного існування з колишньою материнською системою. Втім, такий вихід не є обов'язковим наслідком резонансу, а лише досить вірогідною ймовірністю. Навіть якщо такий стрибок на новий рівень відбувся, це зовсім не означає стабільності отриманого

статусу, генетичні взаємозв'язки з материнською системою залишаються та сприяють (але не фаталізують) її ієрархічній редуції.

Пізнання сутності інформаційного продукту як результату функціонування та розвитку такої системи і таких систем вимагає окремого розгляду як його онтогенезу, так і філогенезу. Справді, чи об'єктивізує рух системи фронтальну появу продукту з новими властивостями, що якісно відрізняє його від попередників, і, відповідно, філогенез продукту як такого визначає онтогенез інформаційного продукту? Чи, може, зазначений зв'язок відсутній, а онтогенез якісно нового продукту не є об'єктивно заданим і пов'язаний лише з особливостями еволюції окремих продуктів, специфікою умов розвитку конкретних підсистем? З'ясування генетичних зв'язків новоутвореного продукту з іншими продуктами, розгляд особливостей їх розвитку в межах прасистеми дозволить дати відповідь на це питання, визначити наявність внутрішніх детермінант саморозвитку. Але адекватність такого розгляду є можливою лише за безумовного дотримання примату системності, відмови від спроб обмежитись фрагментарним аналізом дійсності, пізнання окремих боків саморуху продуктів.

Дослідження інформаційного продукту в структурному розрізі дозволяє виявити в його складі дві субстанціональні одиниці, що становлять діалектичну єдність продуктів інтелектуальної (знання) і репродуктивної (інформаційного носія) діяльності, і обумовлюють інтелектуально-інформаційну природу продукту (далі за текстом – інтелектуально-інформаційного). Бінарна структура останнього є специфічною: з одного боку, вона не фіксує ієрархічність відносин між складовими, зміст та конкретна форма однієї не диктує особливостей змісту й форми відповідної їй субстанції, існування їх є автономним існуванням субцілісностей в межах цілісності, а, з іншого боку, складові не є цілком рівноправними за найважливішими властивостями інтелектуально-інформаційного продукту, навпаки, саме домінантна одиниця визначає критерії відокремлення даного продукту від загалу інших.

Домінантною субцілісністю в структурі інтелектуально-

інформаційного продукту виступає інтелектуальна складова. Саме вона обумовлює існування індивідуальної власності на робочу силу, а інформаційна революція створює передумови подальшого поширення власності робітника на засоби виробництва. Отже, сучасні інтелектуальні працівники вже не є тими залежними найманими працівниками, якими вони були в умовах індустріального суспільства. Це зовсім не означає, що залежність зникає, але ступінь експлуатації настільки зменшується, що остання периферизується. Так, тенденція відділення капіталу від робочої сили змінюється на їхнє злиття. За таких умов існування класичного підпорядкування живої праці уречевленій стає неможливим, оскільки змінюється природа експлуатації [2]. Але вона залишається, набуваючи, проте, дещо інших, закамфльованих форм, втрачаючи явний, у Марксовому значенні, вигляд.

При збереженні приватної власності на засоби виробництва, вплив уречевленої праці на живу дещо зменшується, що обумовлює модифікацію взаємозв'язків між структурними елементами вартості інтелектуально-інформаційного продукту. Так, у структурі останньої витрати виробництва на матеріальне втілення продукту займають другорядне значення на відміну від нового елемента, який характеризує його інтелектуальну природу і допомагає отримувати виробникам надприбуток. Отже, у загальному вигляді нову структуру вартості інтелектуально-інформаційного продукту можна представити таким виразом:

$$W = k + p_s + i,$$

де W – це вартість інтелектуально-інформаційного продукту в умовах приватної власності на засоби виробництва, k – витрати виробництва, p_s – надприбуток, i – елемент, який характеризує інтелектуальну природу продукту.

Інакше кажучи, структура вартості інтелектуально-інформаційного продукту представляє діалектичну єдність двох елементів: вартості інтелектуального продукту (знання) і вартості інформаційного носія. Причому перша є домінантною. Вартість інформаційного носія є обов'язковим, але другорядним елементом.

Що ж є субстанцією вартості власне інтелектуального

продукту?

З позицій загальної теорії вартості інтелектуальні продукти мають триєдину субстанцію вартості. Першим елементом є абстрактне олюднення (витрати СЛС на продукування знання безвідносно до їхньої специфіки), у структурі якого домінуюче місце займають власне витрати інтелектуальних здібностей людини. Другий елемент - це конкретне олюднення, яке проявляється як приріст сутнісних сил творця знання. Третім елементом субстанції вартості інтелектуальних продуктів є корисність, яку отримує споживач.

Як видно, триєдина субстанція вартості інтелектуального продукту має витратно-результатну природу. Між усіма її елементами існує діалектичний взаємозв'язок, який становить єдність витрат і результату. Так, абстрактна складова олюднення - це знання, вміння, навички, які витрачаються у процесі продукування інтелектуальних продуктів безвідносно до їхньої специфіки. Приріст сутнісних сил творця та корисність одержувача мають результатну природу. Останнє означає, що у процесі створення інтелектуального продукту здійснюється нарощування СЛС (нове знання збагачує внутрішній світ людини, отже, і людина, яка є його творцем, розвивається, самовдосконалюється), яке, у свою чергу, обумовлює корисність останнього. Необхідно зазначити, що корисність є індивідуальною характеристикою для кожного споживача інтелектуального продукту. У цьому випадку йдеться, в першу чергу, про гіпотезу неповної раціональності Г.Саймона, яка пов'язана з обмеженістю когнітивних можливостей економічних суб'єктів. Останні становлять природне обмеження на шляху сприйняття інформації та засвоєння знання, а також використання і продукування останнього.

Взаємозв'язок витратного і результатного елементів субстанції вартості інтелектуального продукту можна представити у вигляді прямої залежності: чим більші витрати інтелектуальних здібностей творця, тим значнішим є приріст СЛС, і тим потенційно більшу корисність отримає споживач (за інших незмінних умов). І навпаки. Менші витрати обумовлюють менший приріст СЛС і, відповідно, меншу корисність для споживача.

Список використаних джерел:

1. Чухно А.А. Диалектическая философия и методы экономической теории // Экономическая теория. – 2006. – №4. – С.3-16.
2. Иноземцев В.Л. Расколота я цивилизация. Наличествующие предпосылки и возможные последствия постэкономической революции. – М.: Academia - Наука, 1999. – 724 с.