



## ЕКОНОМІКА ЗНАНЬ: ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ

**СКОТНИЙ** Павло Валерійович - кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки та менеджменту Дрогобицького державного педагогічного університету ім. І.Франка

---

*В статті досліджується проблема економіки знань, результати розвитку постіндустріального общества. Показано, каким образом происходит становление знания как товара, анализируются его основные характеристики, раскрывается взаимосвязь знания-товар с основными параметрами рыночного общества и его институтов.*

*Ключевые слова: экономика знаний, общество знаний, знание-товар, научная рациональность, нематериальные активы, интеллектуальная собственность.*

### Постановка проблеми

В постіндустріальній фазі розвитку цивілізації генерування знань набуває масштаби як системно організованої фундаментальної науки, так і прикладних розробок самого різного призначення. Економічна і політична могутність, конкурентоспроможність стають неможливими без розвинених сфер науки і освіти, які забезпечують виробництво і застосування знання. Перехід до «суспільства знань» пов'язаний в першу чергу з «інформатизацією суспільства», основою чого є небачений прогрес в інформаційно-комунікаційних технологіях, зокрема, появі і розвитку глобальної мережі Інтернет. Інформатизація суспільства стала першою стадією становлення економіки знань. Виникає питання: як відбувається процес трансформації від економічного знання до економіки знань?

### Стан дослідження

Проблемі розвитку сучасної економічної методології, велику увагу приділяють як зарубіжні, так і вітчизняні вчені. Безпосередньо аналізу новітніх методологічних концепцій приділяють увагу Ананьїн О.І., Афанасьєв В.С., Базилевич В.Д., Берков В.Р., Гальчинський А.С., Лукашевич В.К., Рузавін Г.І. Економіко-теоретичні дослідження сучасності, враховуючи множинність методологічних інновацій в економічній науці вимагають застосування не лише традиційного методологічного підходу. Тому дана проблема потребує подальшого дослідження.

**Метою даного дослідження** є поглиблення теоретичних положень й обґрунтування «економіки знань» з урахуванням цивілізаційних змін, які відбуваються в постіндустріальному суспільстві.

### Виклад основного матеріалу дослідження

Концепт «економіки знань» починає формуватися в контексті теорії «постіндустріального суспільства», яка була спочатку сформульована Д. Беллом в 60-х роках і здобула зрілість в середині 70-х років минулого століття в фундаментальних працях Е. Тоффлера. Починаючи з 80-х років дана теорія повністю визначала погляд світового наукового співтовариства на сучасний соціум. Це сталося тому, що теорія «постіндустріального суспільства» не тільки пояс-

нювала історію людства, структуру сучасного західного суспільства і рушійні сили його розвитку, але й дозволяла прогнозувати майбутнє, що робило її справжньою науковою теорією по всім епістемологічним стандартам. Зокрема, «економізація методології і основних положень теорії постіндустріального суспільства допомагає прояснити реальні зміни в сучасному соціумі, котрі, безумовно, здійснюють величезний вплив не лише на інститути держави, але і на всі сфери життєдіяльності суспільства» [4, с. 24]. Що особливо важливо, на людину.

Потрібно зазначити, що теорія постіндустріального суспільства є надзвичайно широким науковим узагальненням. «Її смисл може бути зрозумілий легше, – писав Д. Белл, – якщо виділити п'ять компонентів цього поняття: 1. В економічному секторі: перехід від виробництва товарів до розширення сфери послуг. 2. В структурі зайнятості: домінування професійного і технічного класу. 3. Осьовий принцип суспільства: центральне місце теоретичних знань як джерела нововведень і формулювання політики. 4. Майбутня орієнтація: особлива роль технології і технологічних оцінок. 5. Прийняття рішень: створення нової «інтелектуальної технології» [2, с. 18].

Зазначені характеристики відрізняють постіндустріальне суспільство від індустріального і доіндустріального, або, мовою Е. Тоффлера, цим відрізняється «Третя хвиля» від перших двох. Найхарактерніша відмінність – домінування сектору послуг як з точки зору кількості зайнятих в ньому працівників, так (не відразу і не скрізь) і по долі ВВП. Для розуміння таких результатів потрібно пояснити, що під сферою послуг в теорії постіндустріального суспільства є послуги, безпосередньо пов'язані як з виробництвом (транспорт, будівництво, торгівля), так і з фінансовими страховими послугами. А також послуги по соціально-культурному обслуговуванню населення (туризм, шоу-бізнес, ЗМІ). Нарешті, соціальні послуги (охорона здоров'я, освіта і адміністративна служба). Причому саме останнє демонструє бурхливе зростання, починаючи з середини ХХ ст. У всіх цих сферах і видах послуг переважна частина

зайнятих сильно відрізняється від представників класичного робітничого класу, і головним чином тим, що образ їх життя не залежить від ручної праці або маніпуляцій машин. Вони більшу частину часу живуть «в світі інформації і управлінської ієрархії (бюрократії)» [4, с. 25], і, звичайно, не можуть існувати без технічних знань.

Таким чином, сутнісною рисою теорії постіндустріального суспільства є центрація (актуалізація) знання в якості його рушійної сили. Д. Белл визначає знання «як сукупність субординованих факторів або суджень, котрі являють собою аргументоване твердження або експериментальний результат, здатний бути переданий іншим людям з використанням засобів зв'язку в певній систематичній формі. Таким чином, я відрізняю знання від новин і повідомлень розважального характеру. Знання складається як із нових суджень (досліджень), так і нового викладення відомих суджень (підручників)» [2, с. 235]. Або, як пишуть Х. Тоффлер і Е. Тоффлер: «В повсякденному вжитку слово «знання» – це коротке означення всього, що ми вважаємо істинним... Але тільки наука являє собою самокорегуюче знання» [7, с. 187]. Саме наукове знання, в тому числі й економічне, в умовах постіндустріального суспільства стає основним ресурсом виробництва, культури, управління, творення нових технологій і нової соціально-економічної реальності.

Зазначимо, що на відміну від інших ресурсів знання володіє сьогодні деякими специфічними рисами. Перша – знання по своїй суті не є конкурентним ресурсом, тобто воно є загальнодоступним. Тепер ним можуть користуватися одночасно багато людей, а не так, як раніше, коли доступ до нього був обмежений. Друга риса – знання як таке є нематеріальне, а тому вічне, «нетлінне» (Платон). Третя – для знання не існує «прямої» дороги, знання накопичується нелінійно, тобто завдяки відкриттям і осяянням воно зростає стрибкоподібно. Четверта риса – знання відносне, тобто кожний окремих фрагмент знання набуває значення лише в системі інших фрагментів, які утворюють контекст. П'ята – знання кумулятивне, оскільки може поєднува-

тися з іншим знанням. Чим більше знань, тим більш різні і корисні з них комбінації. Шоста риса – знання є найбільш мобільним ресурсом. Сьома – знання може бути «стиснено» до ряду абстракцій і символів (тобто воно компактне). Восьма риса – знання невичерпне і накопичується із зростаючою швидкістю. Але сама головна характеристика знання – воно унікальне на відміну від товарів, на які існує ринкова ціна, а також вибіркове. Останнє означає доступність знання тільки тим, хто може завдяки своїм здібностям і освіті його засвоїти, а отже володіти ним і користуватися [4, с. 25]. Іншими словами, знання – елітарний продукт науки і культури, хоча і доступне сьогодні загальній системі освіти.

Тим не менше, знання стає безпосередньою виробничою силою постіндустріального суспільства. Власне, що і є умовою створення «економіки знань», оскільки виробництво, розподіл, обмін, використання (споживання) знань складає її основу в тому смислі, що людська діяльність в цій сфері стає переважним джерелом суспільного багатства і такої його частини, як нематеріальні активи. Зазначимо, що не існує усталеного або загальноприйнятого визначення цього типу економіки, яке містило б всі найважливіші його характеристики. Це пов'язано не тільки з непізнаною до кінця природою знання, проблемністю його оцінки і виміру як самого знання, так і ефекту його застосування. Тому пояснення сутності «економіки знань» дослідниками здійснюється як з тими чи іншими характеристиками знання, так і характеристиками цивілізаційних змін, які відбуваються в постіндустріальному суспільстві.

Відносно першої характеристики, то можна привести твердження вже цитованого Г. Клейнера: «Економікою знань ми називаємо такий стан економіки даної країни, при якому: а) знання стають повноцінним товаром; б) будь-який новий товар несе в собі унікальні знання; в) знання перетворюється в один з основних факторів виробництва» [3, с. 32]. Можна з повним правом вважати «економіку знань» як таку, котра заснована на ефективному використанні знань.

Стосовно другої характеристики, то вона пов'язана з особливостями постіндустріального суспільства, яке можна назвати техногенною цивілізацією, оскільки в її розвитку вирішальну роль відіграють знання. На їх основі відбувається застосування «нових технологій, причому не тільки виробничих, які забезпечують економічне зростання, але і технологій соціального управління і соціальних комунікацій» [5, с. 19]. Характерною рисою техногенної цивілізації є особливе уявлення про людину як діяльну істоту, розуміння діяльності як процесу, спрямованого на перетворення природи і підкорення її людині. Влада людини при цьому розповсюджується не лише на природні, але і на соціальні об'єкти. Природа розуміється в техногенній цивілізації як особливе, упорядковане поле об'єктів, які виступають матеріалами і ресурсами для людської діяльності. Передбачалось, що ці ресурси безмежні. В системі домінуючих життєвих смислів техногенної цивілізації займає особливе місце цінність інновацій і прогресу, які неможливі і немислимі без знання. Для постіндустріального суспільства інновації і прогрес стають самоцінністю.

Успіх перетворювальної діяльності, яка приводить до позитивних для людини результатів і соціального прогресу, розглядається в техногенній цивілізації як «обумовлений знанням законів зміни об'єктів. Таке розуміння органічно пов'язується з пріоритетною цінністю науки, яка надає знання про ці закони. В цьому типі культури наукова раціональність виступає домінантою в системі людського знання, здійснює активний вплив на всі інші його форми». Також серед ціннісних пріоритетів техногенної культури виділяється особливе розуміння влади і сили, котрі, як соціальні феномени, також стають об'єктами технологічного маніпулювання [5, с. 20]. Зазначені та інші цінності виступають «своєрідним геномом техногенної цивілізації, її культурно-генетичним кодом, у відповідності з яким вона відтворюється і розвивається» [5, с. 20], – підсумовує В.С. Стьопін.

Постіндустріальне суспільство є фазою розвитку техногенної цивілізації, головною

особливістю якої є зміна образу життя. Знання, наука, освіта, технологічний прогрес і всеохоплюючий ринок породили інший образ мислення, небувало збільшений ринок споживання. Власне, що й обумовило феномен «економіки знань». Природу економіки знань краще всього можна зрозуміти за допомогою аналізу приросту суспільного багатства, тобто зростання вартості на рівні окремого товару і компанії, а також виокремленням тенденцій розвитку економічного життя загалом в напрямку становлення економіки знань як нового способу осмислення і методологічного підходу до аналізу економічної реальності.

В контексті методологічного дискурсу економіки знань в іншому теоретичному і практичному вимірі постають звичні й установлені економічні поняття, категорії, гіпотези, закони, принципи тощо. Так, вартість товару в «суспільстві знання» може зростати як внаслідок застосування факторів виробництва, так і за рахунок додаткових властивостей продукту і додаткових послуг, котрі з'являються в результаті цілеспрямованого застосування знання як нового фактору виробництва. Як правило, подібне застосування знання відбувається у вигляді пошуку, ретельного відбору і реалізації ідей по покращенню якостей і споживчих властивостей товару, розширення можливостей його застосування тощо. Одержання таких «знанневих» характеристик пов'язано із значними інвестиціями компаній в активи, які одержали назву «непомітних активів» [8, с. 9]. Завдяки цим інвестиціям компанії, котрі випускають на ринок товари із «знанневими» властивостями, тобто компанії новаторські, які прагнуть йти по шляху інновацій і нового способу мислення, одержують конкурентні переваги. В сучасних умовах подібна стратегія, орієнтована на примноження «непомітних активів» і «людського капіталу», надає можливість компаніям вибудовувати найбільш ефективну конфігурацію конкурентних переваг, формувати і диктувати свої стандарти, удосконалювати управлінські і маркетингові технології і виробляти, таким чином, товари із зростаючою частиною постійно поновлюваних «знанневих» властивостей [11, с.

32]. В розрахунку, звичайно, на глобальний характер постіндустріального суспільства.

Важливою рисою товарного, отже, економічного світу «економіки знань» є те, що товаром, причому особливого типу, стає саме знання. Це пов'язано з деякими особливими властивостями знання як результату наукової, господарської та інших видів діяльності. Відповідно з традиційними уявленнями про товар таким є вироблений для продажу продукт, власник якого продає його покупцю (споживачу) по ринковій ціні – ціні рівноваги попиту і пропозиції, котра при цьому не повинна бути нижче граничних витрат. Коли ж мова заходить про товар-знання, то, здавалось би, стабільні економічні поняття – «виробити», «власник», «продати», «ціна», «спожити» і навіть такі, як «капітал», «інвестиції», «активи», «управління» та ін. – стосовно до знань втрачають свої звичні контури і образ. Адже нове знання не може виникнути, наприклад, при традиційних сільгоспроботах, або на конвеєрі, а є результатом, причому часто несподіваним, творчої мисленнєвої діяльності: чи то окремих дослідників, чи професійної скоординованої групи вчених [1, с. 412].

Досліджуючи специфіку економіки знань, в даному випадку акцентуючи увагу на знанні-товарі, важливо розрізнити процеси генерації та об'єктивізації знань. Генерація знань – процес «еманації», творення нового знання шляхом переробки інформації. Джерелом генерації нового знання є інтелектуальна активність. Об'єктивізація знань – процес перетворення знання із суб'єктивної в об'єктивну форму, пов'язану з різними матеріальними носіями (технічне обладнання, документація, бази даних, програми тощо). Тут ми і підходимо до знання-товару. Його розуміння виходить із загальноновизнаного факту, що в постіндустріальному суспільстві знання, інформація виступають не просто втіленою у засоби виробництва субстанцією, а безпосередньою продуктивною силою, стратегічним ресурсом, імпульсом приведення в дію енергії соціально-економічних систем. Стосовно знання-товару, то для знання сьогодні характерною є просторова необмеженість, бага-

томанітність форм втілення, взаємозв'язок та взаємовплив. В такому аспекті знання і може стати товаром.

Необхідно звернути увагу на знання як на ідеальне утворення, що й виокремлює його в якості знання-товару. Воно виходить за межі основних економічних законів ринкової економіки, оскільки «багато нематеріальних товарів, таких як консалтингові послуги, професійна підготовка, освіта, розваги, створюються виробниками і споживачами спільно. Хто ж тут покупець, а хто продавець? Ще одна причина полягає в тому, що виробничі можливості (пропозиція) часто визначаються споживачами, а не офіційними виробниками. Надлишкові виробничі потужності, наявність яких згубно впливає на ринки матеріальних благ, підвищують ефективність ринків нематеріальних активів» [6, с. 393]. Що цілком закономерно для «знанневої економіки».

Разом з тим в багатьох аспектах економічна діяльність суспільства економіки знань характеризується зростаючою, а не спадною дохідністю, оскільки для виробництва високотехнологічних товарів – ракет, літаків, комп'ютерів, програмного забезпечення – потрібні значні інвестиції в наукові дослідження й розробки. Але приріст виробництва після початку реалізації обходиться відносно дешево, прибуток від використання високотехнологічних продуктів зростає. Після завоювання певним товаром значної частини ринку «у населення з'являється сильний спонукальний мотив купувати його і далі, щоб мати можливість обмінюватись інформацією з тими, хто ним уже користується» [9, с. 3-4]. Тим самим визначається все більш зростаюча роль знання у взаємодіях попиту-пропозиції, купівлі-продажу.

Підкреслимо, що на відміну від інших товарів, виробництво яких можна збільшити, тобто тиражувати за рахунок автоматизації, зводячи до мінімуму участь людини, виробити знання без людини неможливо, а передача і можливість використання цього знання іншими людьми – питання не тиражування і продажу, а умов доступу. Тиражувати можна лише матеріальні носії

знання (точніше носії інформації про відчуване знання).

Знання, як уже зазначалося (за виключенням знання кодифікованого, секретного), по своїй природі є суспільним благом, тобто доступне всім. Споживання його іншими людьми не веде до зникнення знання. Однак значні зовнішні ефекти знання можуть виступати причиною обмеження доступу інших людей до знання з метою змусити їх «компенсувати творцю знань понесені ним затрати або збільшити його дохід» [8, с. 11]. Це досягається за допомогою нової галузі права – права інтелектуальної власності.

Прагнення конкурентів не поступитися компаніям, які на основі застосування знань одержали переваги, змушує шукати різні засоби по захисту прав – патенти, стандарти, ноу-хау, ліцензії тощо, які регулюють порядок на використання знань і винаходів у відповідності з нормами права в області інтелектуальної власності. В цілях захисту прав на інтелектуальну власність творцями і розробниками інновацій використовуються торгові марки і бренди, завдяки яким сукупність «знанневих» характеристик товару, котрі знову і знову підтверджуються попитом, надає виробнику можливість вводити націнку на свої товари, яка і означає визнання ринком їх зрослої вартості. В такому вимірі інтелектуальна власність – один з можливих механізмів стимулювання виробництва знання, які дозволяють автору (творцю) компенсувати затрати на інтелектуальну і творчу діяльність. В основі «цього механізму знаходиться специфікація прав власності на результати інтелектуальної і творчої діяльності, тобто закріплення відповідних прав за конкретним суб'єктом» [8, с. 268]. Хоча чіткого визначення інтелектуальної власності не існує, необхідне розуміння дає перелік відповідних прав. Зазначимо, що об'єкти права інтелектуальної власності досить різноманітні за своєю природою, що апіорі означає різну міру ефективності даного механізму до різних об'єктів.

Важливим аспектом даної проблеми є те, що внаслідок застосування власниками «знанневих» товарів норм права інтелекту-

альної власності технологічні можливості безмежного доступу до знань і створення ситуації їх множини не реалізується в повній мірі. «Якщо створення прав інтелектуальної власності виключає доступ інших потенційних користувачів, має місце марнотратство» [10, с. 12], – пишуть французькі економісти П.А. Давід і Д. Форє. Адже воно означає заборону доступу до знання не тільки як споживчого блага, але і як фактору виробництва, а отже, обмеження прогресу в області знання. У знання, таким чином, виникає «квазівласник», інститут якого може і дозволяє вирішити проблему «зовнішніх ефектів», однак ціною посилення нерівності в доступі до знань, котре в умовах «глобального світу приймає масштаби нерівності між країнами» [8, с. 11]. Як правило, дана нерівність виступає у виді високотехнологічної нерівності.

Разом з тим існують застереження відносно шкоди, яку може принести суспільству «приватне присвоєння» результатів наукового пошуку. Завдяки перетворенню знання із безплатного блага в товар, воно деперсоніфікується, виринається із контексту соціальних зв'язків, перетворюючись в інструмент «ринкової трансформації суспільства» (Ж. Азам). Проте подібні точки зору обумовлені скоріше методологією етичної економіки, і по своїй суті суперечать позиції економіки знань, згідно якої знання всього лише дає нові властивості і вдосконалені (покращені) характеристики всім іншим товарам. Якщо ж знання може визнаватися як товар з масою обмежень, то такий підхід взагалі заперечує товарний характер знання і наявність ринку знань.

Однак обґрунтованість такої позиції зникає, якщо врахувати, що знання може відбутися як таке лише тоді, коли воно використовується (споживається), тобто коли на нього існує попит. Інновація, знання стають такими тоді, коли знаходять того, хто створює їм вартість (оцінює), прагнучи задовольнити попит з боку суспільства. Попит – це сутнісна характеристика ринку, і завдяки ринковому попиту знання, перетворюючись в товар, доходять до свого споживача і використовуються ним або для виробництва нового знання, або, пройшов-

ши складності інноваційного застосування, для виробництва нових виробів або послуг, «запліднених» новим знанням. Як в минулому, так і сьогодні лише «продані» знання знаходять застосування. Знання тільки тоді одержує статус геніальності або талановитості, коли знаходить споживача, покупця в економічному і суспільному житті. Механізм реалізації попиту є ринок. Іншого способу і механізму поки що не існує. Саме із-за неринкового характеру планової економіки бувшого СРСР країні не вдалося створити механізм розповсюдження необхідного для інноваційного виробництва і прогресу знання. Намагання покласти завдання комерціалізації знань на державу (тобто на чиновників), привели до технологічної відсталості країни».

### Висновки

Таким чином, попит на знання перетворює його в товар. Суспільне визнання самого існування знання відбувається тільки через ринок і його інститути. Потрібно враховувати і те, що чим частіше на ринку в якості товару з'являються самі знання і «знаннєві» товари, тим більше проявляє себе інформаційна сутність самого ринку, тим більш очевидним є перетворення ринку в інформаційний механізм по генеруванню, розповсюдженню і використанню знань.

### Література

1. *Базилевич В.Д., Ільїн В.В.* Інтелектуальна власність: креативи метафізичного пошуку. – К.: Знання, 2008.
2. *Белл Д.* Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования. – М.: Academia, 1999.
3. *Клейнер Г.* Микроэкономика знаний и мифы современной теории // Высшее образование России. – 2006. – № 9.
4. *Кочетков В.В., Кочеткова Л.Н.* К вопросу о генезисе постиндустриального общества // Вопросы философии. – 2010. – № 2.
5. *Степин В.С.* Философия и эпоха цивилизационных перемен.
6. *Стюарт Т.* Интеллектуальный капитал. Новый источник богатства организа-

**АНОТАЦІЯ**

В статті досліджується проблема економіки знань, результату розвитку постіндустріального суспільства. Показано, яким чином відбувається становлення знання як товару, аналізуються його основні характеристики, розкривається взаємозв'язок знання-товару з основними параметрами ринкового суспільства та його інститутів.

Ключові слова: економіка знань, суспільство знань, знання-товар, наукова раціональність, нематеріальні активи, інтелектуальна власність.

**SUMMARY**

The article examines the problem of knowledge economy and the result of the development of postindustrial society. It shows in what way the formation of knowledge as a commodity takes place, analyzes its main characteristics and reveals the relationship of knowledge-product with the main parameters of a market society and its institutes.

Key words: knowledge economy, knowledge society, knowledge-commodity, scientific rationality, intangible assets, intellectual property.

ции // Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология. – М., 1999.

7. Тоффлер Э., Тоффлер Х. Революционное богатство. – М.: АСТ: Профиздат, 2008.

8. Экономика знаний: Коллективная монография. – М.: ИНФРА-М, 2008.

9. Arthur W.B. Increasing Returns and Path Dependence in the Economy. – Ann Arbor (MI), 1994.

10. David P.A., Foray D. “Une introduction à l'économie et à la société du savoir”// Problèmes économiques, 2002, n. 2776, p. 8-14.

11. Wiig K. Knowledge Management. – Arling – Ton, 1993.