

КОНЦЕПЦИЯ СТОИМОСТИ ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОДУКТА ФИНАНСОВОГО СЧЕТОВОДСТВА

© 2016 РЯЗАНОВА Н. С.

УДК 336.011; 336.012.23

Рязанова Н. С. Концепция стоимости информационного продукта финансового счетоводства

Целью статьи является определение основ формирования стоимости информационной продукции института финансового счетоводства (финансового эккаунтинга). Такая продукция представлена различными аналитическими, прогнозными и справочными материалами по вопросам финансов корпораций, отраслей экономики, фондового и других сегментов финансового рынка, хозяйства территориальных общин, местных и государственных органов власти, а также других составляющих рыночной экономики на национальных, международном и глобальном уровнях. Исследованы существующие подходы представителей зарубежной и украинской экономической науки к познанию процесса формирования стоимости (цены) продукции, которая создается человеческими знаниями (интеллектом, умственной деятельностью). Обосновано, что в структуре информационного продукта института финансового счетоводства существуют три органично связанные составные, которые воспринимаются пользователями как единое целое: 1) содержательная составная; 2) человеческий фактор; 3) различного рода инструментарий, оборудование, информационные технологии и другие компоненты, расходы на которые классифицируются в финансах как затраты на основные средства, материалы и текущие расходы.

Ключевые слова: институт открытой финансовой информации, финансовый эккаунтинг, финансовая информация, стоимость информационного продукта, стоимость информационной услуги, стоимость информации, созданная знанием стоимость.

Рис.: 1. **Формул:** 4. **Биб.:** 14.

Рязанова Надежда Сергеевна – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры финансовых рынков, Киевский национальный экономический университет им. В. Гетьмана (пр. Победы, 54/1, Киев, 03680, Украина)

E-mail: nryazanova@yahoo.com

УДК 336.011; 336.012.23

Рязанова Н. С. Концепція вартості інформаційного продукту фінансового рахівництва

Метою статті є визначення основ формування вартості інформаційної продукції інституту фінансового рахівництва (фінансового еккаунтингу). Така продукція представлена різноманітними аналітичними, прогнозними та довідковими матеріалами щодо фінансів корпорацій, галузей економіки, фондового та інших сегментів фінансового ринку, господарства територіальних громад, місцевих та державних органів влади, а також інших складових ринкової економіки на національних, міжнародному та глобальному рівнях. Досліджено існуючі підходи представників зарубіжної та української економічної науки до пізнання процесу формування вартості (ціни) продукції, яка створюється людським знанням (інтелектом, розумовою діяльністю). Обґрунтовано, що у структурі інформаційного продукту інституту фінансового рахівництва існують три органічно поєднані складові, що сприймаються користувачами як єдине ціле: 1) змістовна складова; 2) людський чинник; 3) різноманітного роду інструментарій, обладнання, інформаційні технології та інші компоненти, витрати на які класифікуються у фінансах як витрати на основні засоби, матеріали та поточні витрати.

Ключові слова: інститут відкритої фінансової інформації, фінансовий еккаунтинг, фінансова інформація, вартість інформаційного продукту, вартість інформаційної послуги, вартість інформації, створена знанням вартість.

Рис.: 1. **Формул:** 4. **Біб.:** 14.

Рязанова Надія Сергіївна – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри фінансових ринків, Київський національний економічний університет ім. В. Гетьмана (пр. Перемоги, 54/1, Київ, 03680, Україна)

E-mail: nryazanova@yahoo.com

UDC 336.011; 336.012.23

Ryazanova N. S. The Conception of Cost of Information Product in Terms of Financial Accounting

The article is aimed at defining the bases of establishing the cost of information products by the Institute for financial accounting. Such products are represented by different analytical, forecasting and reference materials on corporate finance, economy sectors, stock market and other financial market segments, economies of local communities, local and the State authorities, as well as other components of the market economy at the national, international and global levels. Existing approaches by representatives of both foreign and Ukrainian economic science to cognition of the process of establishing the cost (price) of products, which is created by human knowledge (intellect, mental activity), have been explored. It has been substantiated that in the structure of information product by the Institute for financial accounting there are three organically associated constituents, which are perceived by users as a single unit: 1) content; 2) human factor; 3) various kinds of instrumentarium, equipment, information technology and other components, costs of which are classified in finance as costs of fixed assets, materials and operating expenses.

Keywords: Institute for open financial information, financial accounting, financial information, price for information product, price for information service, cost of information, cost created by knowledge.

Fig.: 1. **Formulae:** 4. **Bibl.:** 14.

Ryazanova Nadiya S. – PhD (Economics), Associate Professor, Associate Professor of the Department of Financial Markets, Kyiv National Economic University named after V. Hetman (54/1 Peremohy Ave., Kyiv, 03680, Ukraine)

E-mail: nryazanova@yahoo.com

Финансовое счетоводство как институт открытой финансовой информации представляет собой деятельность, результатом которой является определенный законченный информационный продукт, содержащий в себе необходимые и надлежащим образом представленные пользователю данные¹. В обществе XXI века возрастает спрос на качественную, понятную и актуальную финансовую информацию как со стороны корпораций, так и других экономических агентов. При

этом их интересуют данные не только в виде таких стандартизированных четырех форм финансовой отчетности, как баланс, отчет о финансовых результатах, отчет о движении денежных средств и отчет об изменениях в собственном капитале, а также примечаний и пояснений к ним, но и широкий круг другой финансовой информа-

¹ Подробно о финансовом счетоводстве как институте открытой финансовой информации см. [4–6].

ции. Она представлена разнообразными аналитическими, прогнозными и справочными материалами относительно финансов отдельных корпораций и отраслей экономики, фондового и других сегментов финансового рынка, хозяйства территориальных общин, местных и государственных органов власти, а также других составляющих рыночной экономики на национальном, международном и глобальном уровнях. При этом финансовая информация может формализоваться в виде абсолютных сумм определенных денежных единиц, индексов, коэффициентов, процентов, рейтингов, ранжирование), формул, финансовых моделей, таблиц, диаграмм и графиков (включая современную инфографику, позволяющую быстро и четко предоставлять сложную информацию), текстовом описании и других формах. Такие материалы подаются как в визуальной, так и звуковой формах, что с легкостью обеспечивается современными информационными технологиями, включая компьютеры, Интернет, всемирную сеть (всемирную паутину, англ. – world wide web, www) и мобильную связь. Будучи предназначенной для обмена и передачи пользователям, такая информационная продукция является товаром, но товаром особенным, поскольку основы формирования его рыночной стоимости отличны от традиционных товаров. Это обусловлено особенностями информационного генезиса института финансового счетоводства, то есть характерными свойствами финансовой информации как таковой, а также тем, что в его создании значительную роль играют человеческие знания, то есть осознанная информация.

В информационном обществе информация, в частности финансовая, становится чрезвычайно весомым экономическим ресурсом, важным фактором в производстве, распределении, обмене и использовании экономическими агентами создаваемых благ. С дальнейшим развитием информационной экономики ее роль в создании стоимости других товаров и услуг неизбежно будет расти, что признается современной финансовой и общеэкономической наукой, в том числе отечественной [2, с. 109–160; 7, с. 315; 8, с. 18, 247, 455–469], и подтверждается практикой. Финансовое счетоводство является информационной составляющей финансовой инфраструктуры экономики, и его информационный продукт содержит данные относительно стоимостного аспекта экономических отношений общества. В рыночной экономике этот информационный продукт пользуется растущим спросом со стороны разных экономических агентов. Поскольку он становится все более востребованным товаром, актуальность вопросов формирования его стоимости возрастает, приобретая дальнейшее наполнение с развитием информационной сферы общества XXI века. Именно поэтому исследование стоимостного аспекта информационного продукта финансового счетоводства является актуальным. На сегодняшний день в экономической науке уже существует немало работ, посвященных вопросам стоимости товаров в информационном обществе, в том числе стоимости услуг, в создании которых важную роль играют информация и человеческие знания. Среди их авторов

можно выделить, прежде всего, ученых из США и Японии – Г. Саймона, Т. Сакайя. Дж. Стиглера, Э. Тоффлера, а также представителя украинской экономической науки – А. Чухно. В то же время финансовой и экономической наукой пока не исследовались вопросы стоимости услуг финансового счетоводства и их информационного продукта, и в настоящее время пока отсутствуют адекватные концепции стоимости информации и информационных продуктов. По этому поводу представители современной отечественной экономической науки констатируют, что на сегодня информация и знания уже заявили о себе как о новом и эффективном факторе производства, но «попытки приложить традиционные стоимостные категории познания к качественно новым процессам оказались несостоятельными и неуклюжими [9, с. 461–466]. Поэтому целью данной статьи является краткий обзор существующих научных концепций относительно особенностей формирования стоимости товаров в информационном обществе и, основываясь на них, выделение возможных подходов к пониманию механизма формирования стоимости информационного продукта финансового счетоводства.

Тема стоимости и цены информации вошла в поле исследований финансово-экономической науки со второй половины 1950-х годов, когда начался новый этап развития нашей цивилизации, характеризующийся стремительным развитием информационных технологий, глобализацией информационного обмена и наращиванием его скоростей. В 1959 году увидела свет работа Герберта Саймона (*Herbert A. Simon*, 1916–2001) – лауреата Нобелевской премии по экономике (1978 г.), известного ученого в области социальных и политических наук, одного из разработчиков гипотезы искусственного интеллекта – «Теория принятия решений в экономической теории и науке о поведении». Рассматривая в ней различные теории фирмы, ученый среди прочего исследовал и вопрос цены и оптимального объема информации, относительные преимущества альтернативной схемы поиска и оценки [12]. Г. Саймон высказал мнение, что информацию экономически целесообразно собирать до того момента, пока предельные затраты на сбор дополнительной порции информации станут равными предельной прибыли, которую можно получить в результате владения такой дополнительной порцией. Напомним, что предельными (маржинальными, от англ. – *marginal*) расходами являются расходы, идущие на изготовление каждой следующей единицы продукции; а предельным доходом (доходом) является его прирост, связанный с выпуском и реализацией каждой дополнительной единицы продукции.

Основываясь на подходе, предложенном Г. Саймоном, можно сделать следующие обобщения относительно оценки стоимости продукта финансового счетоводства. Суть их будет заключаться в том, что корпорации экономически целесообразно увеличивать свои расходы на сбор финансовой информации до того момента, пока ее затраты на сбор дополнительной порции такой информации не сравнятся с величиной прироста ее прибыли от владения этой дополнительной порцией

информации. В математических формулах данная зависимость формализуется следующим образом:

$$ЗФИ(n) = ПФИ_n - ПФИ(n-1), \quad (1)$$

$$ЗФИ(n) = ЦФИ(n) \cdot ФИ(n), \quad (2)$$

$$ЦФИ(n) = [ПФИ_n - ПФИ(n-1)] / ФИ(n), \quad (3)$$

где $ФИ(n)$ – дополнительная (то есть новая, n) порция финансовой информации (информационного продукта финансового счетоводства); $ЗФИ(n)$ – затраты на дополнительную порцию финансовой информации; $ЦФИ(n)$ – цена дополнительной порции финансовой информации; $ПФИ(n-1)$ – прибыль до получения дополнительной порции финансовой информации; $ПФИ_n$ – прибыль, полученная в результате владения и использования дополнительной порции финансовой информации.

Итак, речь идет о том, что корпорация определяет допустимую для себя максимальную цену приобретения новой порции финансовой информации как величину прироста своего дохода в результате владения (использования) дополнительной порцией информации. Напомним, что пользователю информация может поступать в различных форматах, например: в виде устной консультации, видеоинформации, письменного описательного отчета и многочисленных статистических данных. При этом следует подчеркнуть, что понятие «дополнительная порция» финансовой информации является условным, поскольку финансовая информация не может быть выражена в каких-то универсальных (единых) натуральных величинах. Ведь наукой и практикой пока не найдено единого натурального измерителя для всего информационного массива. В то же время уже существуют способы измерения информации, представленной в электронном формате. Примером тому является двоичная система чисел (цифры один «1» и ноль «0»), при которой каждый символ счисления содержит один бит информации, а объем символьной информации измеряется в байтах (1 байт = 8 бит, что соответствует восьми разрядам двоичного числа). Кроме того, существует практика подсчета печатной информации в количестве условных печатных листов. Но для информационного продукта финансового счетоводства, носителями которого на практике являются далеко не только печатные листы и электронные носители, указанные выше количество бит и количество условных печатных листов не могут служить универсальными измерителями. Поэтому можем констатировать, что на сегодняшний день единственным сопоставимым критерием измерения информационного продукта финансового счетоводства является его меновая стоимость, а единственным сопоставимым мериллом такой стоимости – деньги (денежное измерение). Принимая это во внимание, для финансового счетоводства формулы (1) и (3) по сути являются тождественными.

В начале 1960-х годов вопросы рыночной цены информации были исследованы лауреатом Нобелевской премии по экономике (1982 г.) Джорджем Стиглером (*George Joseph Stigler*, 1911–1991) на примере рекламы (рекламной информации). В работе «Экономическая теория информации» (1961 г.) [13], обосновывая важ-

ность установления цены информационного товара в зависимости от его качества, ученый пришел к выводу, что это является проблематичным, поскольку в экономической теории пока отсутствует надлежащая дефиниция понятия «качество информации».

Дефиниция качества информации не определена и поныне, но в начале XXI века в Концептуальной основе финансовой отчетности (англ. – *Conceptual Framawork for Financial Repporting*), подготовленной Советом по разработке IFRS (Международных стандартов финансовой отчетности), формализованы подходы к определению критериев полезности финансовой информации. То есть качество финансовой информации рассмотрено в плоскости ее полезности для пользователей [10]. Между качественными характеристиками полезности финансовой информации, выделенными Концептуальной основой финансовой отчетности, существует определенная иерархичность, и на *рис. 1* представлена структурно-логическая схема общей архитектуры этих характеристик.

Качественные характеристики полезной финансовой информации, приведенные в Концептуальной основе финансовой отчетности, могут применяться не только к информации финансовых отчетов, но и финансовых данных, представленных любым другим способом. Полезность финансовой информации определяется двумя основополагающими характеристиками, которыми являются уместность информации и ее правдивое представление. При этом полезной признается только такая финансовая информация, в которой обе эти характеристики присутствуют одновременно. Например, результатом только лишь правдивого представления не обязательно является полезная информация. То есть финансовая информация окажется бесполезной, и пользователь не сможет принять эффективные решения, если будет иметь место или правдивое представление неуместного явления, или ложное представление уместного явления.

Для обеспечения надлежащей полезности финансовой информации следует придерживаться определенной последовательности в применении указанных основополагающих характеристик финансовой информации. Самым эффективным и самым результативным этот процесс будет в такой последовательности: сначала идентифицируется экономическое явление, которое потенциально может быть полезным для пользователей финансовой информации; затем идентифицируется тип информации об этом явлении, которая будет самой уместной, если она доступна и если ее можно правдиво подать; и наконец, определяется, доступна ли такая информация и можно ли ее правдиво подать. Если удастся идентифицировать наиболее подходящий тип информации, и она является доступной и может быть правдиво представлена, то процесс обеспечения основополагающих качественных характеристик на этом заканчивается. Если нет, он должен повторяться для следующего самого подходящего типа информации.

Каждая из основополагающих характеристик полезности финансовой информации, в свою очередь,

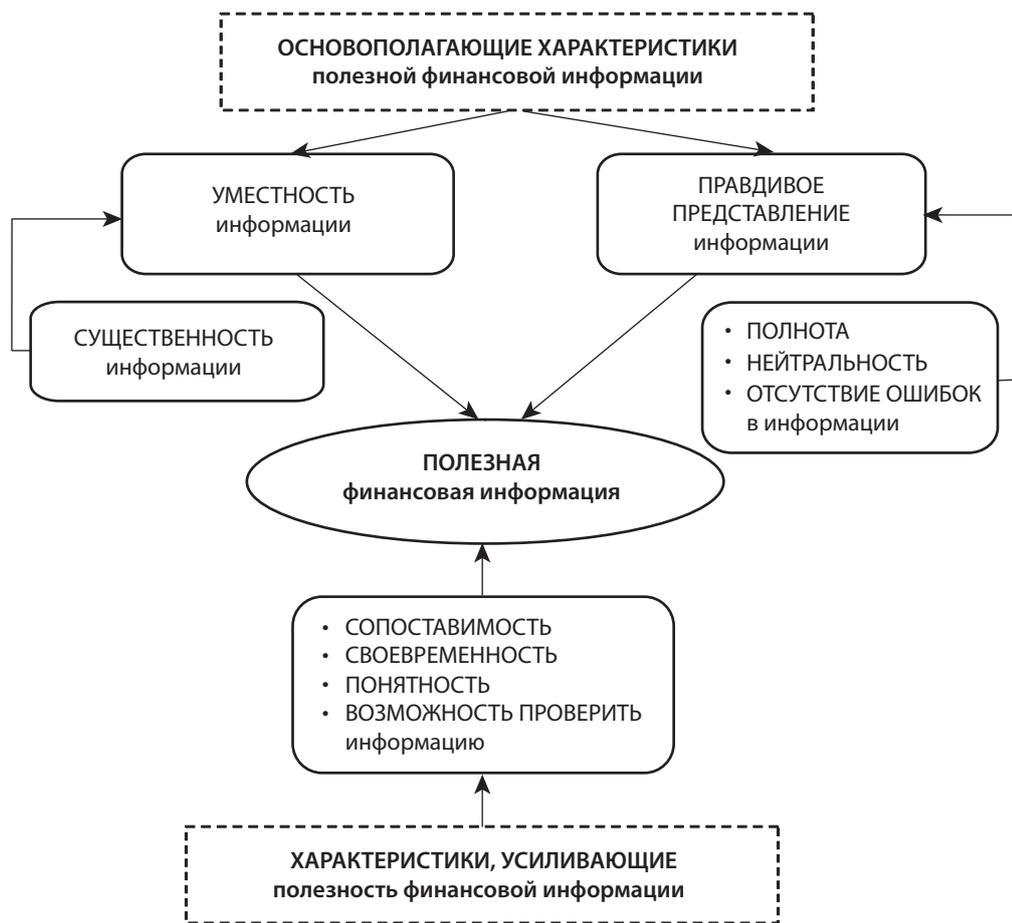


Рис. 1. Структурно-логическая схема архитектуры качественных характеристик полезности финансовой информации (согласно Концептуальной основе финансовой отчетности)

имеет в своей основе определенные характеристики. В частности, характерным аспектом уместности информации является ее существенность. Но в Концептуальной основе констатируется, что установить предельную качественную величину существенности или заранее определить, что именно может быть существенным в конкретной ситуации, невозможно. Что касается характеристик, признающих правдивое представление финансовой информации, то финансовые отчеты представляют экономические явления в словах и числах, и досконально правдивое представление информации характеризуется (а) полнотой, (б) нейтральностью и (в) отсутствием ошибок. *Полной* является такая подача финансовых данных, которая охватывает всю информацию, необходимую пользователю для понимания описываемого явления, в том числе – все необходимые описания и объяснения. Ими могут быть: описание природы и числовая характеристика активов субъекта хозяйствования, их первоначальная, скорректированная или справедливая стоимость, объяснение важных фактов о качестве и природе статей финансовой отчетности, факторы и обстоятельства, повлиявшие на их качество и природу, а также процессы, использованные для формирования числового описания. *Нейтральной* признается информация, в отборе и представлении которой отсутствует какая-либо предвзятость. Нейтральная финансовая информация должна быть неодносторонней

и свободной от манипуляций, нацеленных на формирование у ее пользователя одобрительного или неодобрительного восприятия. При этом понятие «*свободная от ошибок*» финансовая информация не тождественно понятию «идеально точная во всех отношениях» финансовая информация, поскольку под ним понимается отсутствие ошибок или пропусков в описании явления, в отборе и применении соответствующего процесса формирования его оценки.

Плезность финансовой информации может быть усилена, и для такого усиления существуют четыре, так сказать, «усиливающие характеристики»: финансовая информация должна быть сопоставимой, своевременной, понятной и проверяемой. Объяснение этих четырех характеристик состоит в следующем.

Во-первых, что касается сопоставимости, то важно, чтобы пользователи могли сравнивать финансовые данные одного или нескольких экономических агентов за различные промежутки времени. При этом необходимо различать понятия согласованности и сопоставимости финансовой информации, так как их суть разная. Согласованной является информация, для регистрации, накопления и обработки которой применены одинаковые методы. Если сопоставимость рассматривать как цель, то согласованность помогает достичь такую цель.

Во-вторых, в Концептуальной основе отмечено, что чем старше финансовая информация, тем меньше ее польза. Вместе с тем указывается, что и более древняя финансовая информация может быть полезной, например, в случае необходимости оценки тенденций развития финансовых процессов. В исследовании генезиса финансового счетоводства и выявления характерных особенностей финансовой информации было отмечено, что эта информация становится старше не потому, что течет время, а потому, что появляется новая, актуальная информация, которая уточняет, дополняет или отвергает полностью или частично предварительные данные. При этом старение финансовой информации обычно сопровождается уменьшением ее ценности (цены).

В-третьих, критерии полезности финансовой информации по сути коррелируют с уровнем финансовой грамотности пользователей. Важно, чтобы они имели желание, возможность и способность усердно изучать финансовую информацию. Чтобы такая информация стала понятной пользователям, необходимо, чтобы их финансовая грамотность была уже на определенном уровне: например, они должны обладать достаточными знаниями об экономике и бизнесе, финансах и счетоводстве. Несмотря на то, что для некоторых из них та или другая финансовая информация может оказаться сложной для понимания, Концептуальные основы подчеркивают, что ее не следует исключать из отчетности, поскольку другие пользователи могут ею эффективно воспользоваться.

В-четвертых, что касается возможности проверять финансовую информацию, то такая проверка может быть прямой и косвенной. Примером первой является проверка той или иной финансовой суммы непосредственным пересчетом ее составляющих. Во втором случае проверяются входные и выходные данные: например, проверка балансовой стоимости запасов по данным входных запасов и их остатков.

Рассмотрев качественные характеристики финансовой информации, отметим, что, несмотря на детальное их описание, четкие критерии их оценки отсутствуют. Поэтому определение стоимости финансовой информации (информационного продукта финансового счетоводства) на основе качественных характеристик ее полезности остается проблематичным.

Дж. Стиглер, не ограничиваясь исследованием зависимости ценности информации от ее качества, предлагал определять цену информации величиной, на которую новая информация снижает ожидаемые (релевантные) затраты ее покупателя [13]. Опираясь на такой подход в оценке стоимости информации, напомним, что к релевантным относят расходы, которые могут быть изменены вследствие управленческих решений. Такие расходы, отличая одну альтернативу управленческих решений от другой, относятся к категории будущих (т. е. ожидаемых) расходов. В противовес им нерелевантные (безвозвратные) затраты не могут быть изменены в результате принятия управленческих решений, поскольку представляют собой расходы прошлых периодов. В контексте информационного продукта финансового счетоводства такой подход означает следующее: стоимость

такого информационного продукта следует измерять величиной, на которую пользователь сможет снизить свои ожидаемые (релевантные) затраты благодаря использованию данных этого продукта. Это нечто подобное рассмотренному ранее подходу на основе маржинальных затрат: корпорация, являясь потенциальным покупателем информационного товара, определяет максимально допустимую для себя цену такого товара на основе оценки изменений релевантных затрат, которые будут иметь место вследствие применения приобретенной информации. Чем больше уменьшаются эти издержки, тем более высокую цену корпорация будет готова заплатить за информационный продукт финансового счетоводства. Эта зависимость формализуется в математическом виде следующим образом:

$$СФИ = PЗ(n) - PЗ(n+1), \quad (4)$$

где СФИ – стоимость финансовой информации (информационного продукта финансового счетоводства); $PЗ(n)$ – релевантные затраты, которые имеют место в случае n -го управленческого решения, не учитывающего данные информационного продукта финансового счетоводства; $PЗ(n+1)$ – релевантные затраты, имеющие место в случае $n+1$ -го управленческого решения, которое, учитывая данные информационного продукта финансового счетоводства, позволяет снизить эти релевантные затраты.

Особой вехой в развитии концепций стоимости (цены, ценности) информации стала работа японского экономиста, одного из разработчиков стратегии проникновения японских компаний на внешние рынки – Тайичи Сакайя (*Taichi Sakaiya*) – «Стоимость, создаваемая знанием» (1985 г.) (на языке оригинала – «*Chika kakumei*»). На английском языке эта книга впервые была издана в 1991 г. в США [11]. Как отмечают составители антологии «Новая постиндустриальная волна на Западе» [3, с. 337–338], ключевой термин оригинала «*chika*» – от японских слов «с/и» (знание) и «*kah*» (стоимость, ценность) – соответствует понятию «ценность, воплощенная в знаниях, такая, что порождается знанием». На английском он наиболее точно переведен как «*knowledge-value*», но английский термин «*knowledge-value revolution*» – то есть революция, порожденная знанием, – не в полной мере совпадает с понятием «*chika kakumei*». В этом понятии подразумевается также то, что в современных условиях информация, а не традиционные факторы производства определяют ту ценность, которую пользователи признают за тем или иным продуктом, и это обстоятельство является одним из наиболее фундаментальных сдвигов современной экономики.

Основательно вопросы экономики информационного общества исследовал также известный философ, футуролог и социолог, советами которого пользуются правительства США и других экономически развитых стран, – Элвин Тоффлер (*Alvin Toffler*, 1928 г.). В работе «Революционное богатство» (2006 г.), анализируя особенности современного информационного общества и оценивая тенденции его дальнейшего развития, он приходит к выводу, что логика, регулирующая производ-

ство и обмен обычных (неинформационных) товаров в современной экономике, для информационных товаров не действует. Ярким примером тому является процесс ценообразования информационного продукта – он отличный от других традиционных товаров. Ведь в информационном обществе цена на информационный продукт при прочих равных условиях, и в отличие от других товаров, будет тем выше, чем меньше обществу известен информационный смысл такого продукта. В современных реалиях потеря той или иной информацией статуса новизны (секретности) влияет на процесс ее ценообразования. Для обычных товаров традиционно цена устанавливается в ходе их сопоставления между собой и более детального информирования потенциальных покупателей (пользователей) об особенностях таких товаров, то есть формирование соответствующего спроса и предложения на такие товары. Для информационного товара – дело другое. Информация не может распространяться, не теряя своей новизны и уникальности, на которой в значительной степени базируется ее цена в современном обществе. Например, корпорация, планируя купить какой-то информационный продукт, пытается оценить его приемлемую для себя цену, а поэтому старается узнать подробнее о содержании этого продукта. Но как только корпорация становится известно, какие именно данные содержатся в нем, товар как минимум немного теряет в цене, поскольку уже не кажется ей столь новым (незнакомым, уникальным, особенным), как до того. Касаясь темы цены информации, Э. Тоффлер приходит к выводу, что на сегодняшний день в теории цены (стоимости) информации существует неопределенность. Ученый констатирует, что такое положение дел порождает острую проблему для общества, в экономике которого информация все больше играет не вспомогательную, а ключевую роль, и отмечает, что перед обществом стоит важная задача глубокого политэкономического исследования темы стоимости информации [14, р. 150–154].

Информационный продукт финансового счетоводства относится к категории интеллектуальных продуктов, то есть таких, что создаются умственной деятельностью человека, его знаниями. А знания – это осознанная информация. Исследованием стоимости интеллектуального труда и его продуктов основательно занимался украинский ученый-экономист второй половины XX – начала XXI веков Анатолий Андреевич Чухно (1926–2012 гг.). В работе «Постиндустриальная экономика: теория, практика и их значение для Украины» (2003 г.) он писал, что в информационном обществе происходят существенные изменения в действии закона стоимости в ценообразовании. Интеллектуализация, распространение творческого труда обуславливают то, что цены на ее продукты определяются не затратами труда, а полезностью этих продуктов. Возникает новая категория – «стоимость, созданная знаниями» (т. е. стоимость, созданная осознанной информацией – *Н. Р.*), в которой, кроме названия, по сути, ничего нет от стоимости. По его мнению, характерным для информационного общества является

ослабление рыночных отношений, прежде всего их основного закона – закона стоимости, эквивалентных отношений. А. Чухно отмечал, что экономическая наука пришла к выводу, что в будущем обществе с утверждением творческого характера труда товарное хозяйство будет изменено [7, с. 19, 311]. Рассматривая в фундаментальной работе «Экономическая теория» (2010 г.) критерии оценки интеллектуального труда и его продукта, ученый подчеркивает, что выработка критериев оценки стоимости интеллектуального капитала может оказаться эпохальным событием. Ведь, заменяя прежние ценности новыми, человек меняет свою цель и методы ее достижения. В фундаментальном труде «Экономическая теория» (2010) А. Чухно высказывает мнение, что концепция оценки стоимости интеллектуального капитала (то же самое, что информационный капитал – *Н. Р.*) преодолет традиционное представление о коренном отличии коммерческих предприятий от некоммерческих, и такой совершенно новый взгляд на вещи даст возможность впервые в истории сравнить ценность всех организаций и учреждений, которые существуют в обществе. При этом интеллектуальный капитал может стать новой мерой стоимости, и методы его оценки могут повлечь возникновение новой формы обмена, в которой эта мера стоимости используется с целью торговли [8, с. 155–156].

По нашему мнению, исследуя стоимостный аспект информационного продукта финансового счетоводства, следует базироваться на особенностях генезиса этого института открытой финансовой информации и характерных свойствах финансовой информации как таковой. При таком подходе в структуре этого продукта выделяются три органично сочетаемые составляющие, воспринимающиеся пользователями как единое целое. *Первой составляющей информационного продукта финансового счетоводства является его содержательная составляющая – то есть финансовая информация как таковая.* Здесь имеется в виду информация в ее умственном, то есть интеллектуальном, ментальном плане. Она является содержанием того, что подается пользователям в различных удобных для него формах (форматах, видах, конфигурациях, методах и т. п.). *Второй составляющей информационного продукта финансового счетоводства является человеческий фактор – интеллект исполнителей соответствующих информационных услуг, то есть умственная деятельность, знания человека, его мудрость², благодаря чему пользователь получает необходимую для него информацию в надлежащей форме.* Проявления человеческого интеллекта можно наблюдать, например, при сборе данных для финансового счетоводства и проверке их достоверности, последующей обработке и анализе отобранного материала, формировании обобщений, представлении информации в понятных и удобных для использования форматах, а также в процессе представления результатов финансового счетоводства (готового

²Тайичи Сакайя употребляет в этом контексте понятие «мудрость».

информационного продукта) пользователям. *Третьей составляющей информационного продукта финансового счетоводства являются различного рода инструментарий, оборудование, информационные технологии и другие компоненты, затраты на которые классифицируются в финансах как расходы на основные средства, материалы и прочее.* В каждом конкретном случае все составляющие информационного продукта финансового счетоводства, сливаясь воедино, воспринимаются пользователями как тот или иной информационный продукт.

Ярким примером органичного сочетания всех трех составляющих в информационных продуктах финансового счетоводства являются разнообразные аналитические обзоры, регулярно готовящиеся информационно-аналитическими агентствами и другими институтами финансового счетоводства в отдельных сегментах экономики. Их содержательной информационной составляющей являются данные, содержащиеся в финансовых показателях, характеризующих динамику деятельности экономических агентов, их финансовое состояние, положение на рынке и прочее. Что касается человеческого фактора (интеллект, умственная деятельность), благодаря которому тот или иной информационный продукт появляется на свет, то к нему принадлежит, в частности, следующее: работы при обработке данных для аналитических отчетов; их обработка и анализ; визуализация и (или) озвучивание полученных результатов в удобных для восприятия пользователями формах (например, таблицы, графики, диаграммы, структурно-логические схемы, инфографика, видеoinформация, аудиоинформация); передача (продажа) информации пользователям (например, презентации, консультации, ответы и разъяснения). Такие работы выполняются профессиональными работниками с надлежащим уровнем квалификации. Что касается третьей составляющей, то информационные обзоры и другая продукция финансового счетоводства появляются на свет благодаря использованию определенных материальных ресурсов. Например, для записи, хранения, обработки и распространения информации нужны определенные носители (бумага, электронные носители и т. п.) и энергия (например, для приведения в действие носителей).

Несмотря на неразрывное единство всех составляющих информационного продукта финансового счетоводства, для исследования его стоимости целесообразно рассматривать их отдельно, поскольку стоимость каждой из них имеет свои особенности. При этом роль второй составляющей – интеллекта, мыслительной деятельности, знаний человека, осознанной человеком информации, человеческой мудрости – в создании информационной продукции финансового счетоводства является уникальной. Ведь именно творческая мыслительная человеческая деятельность работников отрасли финансового счетоводства обеспечивает создание необходимых и надлежащим образом оформленных для пользователя данных.

Что касается содержательной, то есть первой составляющей информационного продукта финансового счетоводства, то есть информации как «идеального

творения» [7, с. 311], то ни один из ныне известных человечеству подходов к определению стоимости – они предлагаются теорией трудовой стоимости и теорией предельной полезности – не подходит для этого. Теория трудовой стоимости, характеризуя товары с количественной стороны, отражает подход, при котором меновая стоимость товара определяется затратами труда на его создание. Но информация как продукт разума не поддается такому измерению. В противоположность этому теория предельной полезности, рассматривая товар преимущественно с качественной стороны, предполагает субъективное определение его стоимости каждым покупателем на основе ожидаемого им полезного эффекта от пользования товаром. Но, несмотря на то, что оценка стоимости финансовой информации по качественным характеристикам является вполне логичным подходом, четкие критерии качества отсутствуют, а для информации в ее умственном плане вообще не могут быть применены. То есть, говоря о стоимости первой – содержательной составляющей информационного продукта финансового счетоводства (информации как идеального творения), можно констатировать, что она в прямом смысле этого слова является бесценной, поскольку ее стоимость и цену установить невозможно. Вместе с тем содержательная составляющая информационного продукта способна быть использованной множество раз, и современная наука констатирует, что потребительная стоимость информации как идеального творения является неисчерпаемой [7, с. 316].

Если говорить об оценке стоимости второй составляющей информационного продукта финансового счетоводства – человеческого интеллекта (умственной деятельности, мудрости), то еще в середине 1980-х годов Т. Сакайя писал, что экономисты уходят от ответов на вопрос относительно определения стоимости информации и знаний, хотя по сути своей они принадлежат к числу наиболее масштабных социальных преобразований [3, с. 337–371]. Прошли десятилетия, но финансово-экономическая наука еще находится в творческом поиске ответов на эти нелегкие вопросы.

По поводу третьей составляющей информационного продукта финансового счетоводства – материальных ресурсов – можно сказать, что она является наиболее понятной с точки зрения традиционных для современного общества подходов к вопросам стоимости. На сегодняшний день именно она используется как объективная основа для расчета стоимости информационных продуктов [1, с. 63–64]. Но отметим, что доля этой составляющей в стоимости продукции финансового счетоводства не является определяющей и неуклонно будет уменьшаться с дальнейшим развитием информационного общества.

Основываясь на вышеизложенном и используя подходы, сформулированные Тайичи Сакайя в работе «Стоимость, создаваемая знанием, или История будущего», можно сделать следующие **выводы** относительно стоимости информационного продукта финансового счетоводства.

Во-первых, необходимо констатировать, что информационный продукт финансового счетоводства относится к товарам, имеющим элементы создаваемой знанием стоимости. То есть этот продукт также содержит в себе стоимость, созданную человеческим интеллектом, умственной деятельностью, знаниями человека, его мудростью. Исследуя создаваемую знаниями стоимость, Т. Сакайя приходит к выводу, что она не имеет никакого прямого или косвенного отношения к расходам, связанным с ее созданием, и рыночная цена (стоимость) созданного знаниями товара значительно превышает его себестоимость. Цены на такие товары мало зависят от затрат на базовые материальные ресурсы – основные средства, материалы, заработную плату и различные текущие расходы. При этом с дальнейшим развитием общества доля создаваемой знанием стоимости в товарах будет возрастать. Таким образом, для информационной продукции финансового счетоводства можно констатировать, что ее рыночная цена может значительно превышать ее себестоимость. При этом с развитием информационного общества в ней будет расти доля создаваемой знанием стоимости, а следовательно, отрыв ее рыночной цены от ее себестоимости станет больше.

Во-вторых, Т. Сакайя отмечает, что именно создаваемая знанием стоимость является тем компонентом каждого конкретного продукта, что существенно отличает его от других подобных продуктов. Рассматривая информационный продукт финансового счетоводства, мы также можем говорить о том, что та его составляющая, которая создается человеческим интеллектом, является определяющей в выделении новых, отличных от других информационных продуктов. С развитием информационного общества и его интеллектуального капитала будет происходить создание все новых и новых информационных продуктов. Развитие института открытой финансовой информации будет идти по пути создания большого разнообразия уникальных информационных продуктов, различных не только по содержанию, но и по форме подачи подготовленных данных пользователям.

В-третьих, определяющим и еще не до конца познанным является связь информации со временем. В этой связи Т. Сакайя приходит к выводу, что цены на создаваемую знаниями продукцию подвержены резким колебаниям. При этом каждая конкретная цена держится короткий период, и продолжительность таких периодов имеет неуклонную тенденцию к сокращению. Кроме того, при падении цен нет надежды на их повышение в будущем: если создаваемый знаниями продукт устарел, ни у кого не возникает желания купить его по низкой цене. Это дает основания отметить и уникальные временные особенности цен на продукцию финансового счетоводства: во-первых, эти цены подвержены резким колебаниям; во-вторых, каждая конкретная цена держится короткий период; в-третьих, существует тенденция сокращения продолжительности этих периодов; в-четвертых, падение цен на ту или иную финансовую информацию не сопровождается желанием людей скупать устаревшую информацию, ведь ее цена никогда не вернется к прежнему уровню, а только будет падать.

Такие временные особенности стоимости информационного продукта финансового счетоводства обусловлены как характерной чертой информации (неуклонное и быстрое старение), так и особенностями процесса творческой мыслительной деятельности создателей информационной продукции. По этому поводу Т. Сакайя отмечает: «Временный характер создаваемой знанием стоимости связан с временным характером самого творческого процесса. Создаваемая знанием стоимость подобна падающей звезде, которая светит ярко лишь в тот момент, когда проходит через пространство социальных обстоятельств и субъективных факторов, позволяющих ей светить ярче других» [3].

В-четвертых, цены на продукцию финансового счетоводства формируются не на основе их себестоимости, а в зависимости от того, как пользователи этой информационной продукции ее оценивают. Так, Т. Сакайя приходит к выводу, что цена продукта, который содержит создаваемую знанием стоимость, формируется не по его себестоимости, а на основе представления пользователей относительно цены для каждого конкретного продукта. Такое представление может формироваться, например, под влиянием цен на альтернативную продукцию. То есть в рыночной экономике информационного общества у пользователей продукции финансового счетоводства создается то или иное представление о «должной» для каждого информационного продукта цене. При этом такие представления могут складываться под влиянием цен на альтернативные виды продукции. Сформированная такими представлениями цена принимается как стоимость того или иного информационного продукта финансового счетоводства. ■

ЛИТЕРАТУРА

1. **Антонюк А. О.** Теоретичні основи моделювання та аналізу систем захисту інформації: монографія / А. О. Антонюк, В. В. Жора; Держ. податк. адмін. України, Нац. ун-т держ. податк. служби України. – Ірпінь: НУДПС України, 2010. – 309 с.
2. **Бабіченко В.** Корпоративні фінанси: сучасна парадигма розвитку: монографія / В. Бабіченко. – К., 2014. – 552 с.
3. Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология / Под редакцией В. Л. Иноземцева. – М.: Academia, 1999. – 640 с.
4. **Рязанова Н. С.** Інститут фінансового екзаунтингу (рахівництва) в архітектурі фінансово-економічних інститутів інформаційного суспільства // Проблеми економіки. – 2015. – № 2. – С. 226–239.
5. **Рязанова Н. С.** Новий погляд на фінансове рахівництво інформаційного суспільства / Н. С. Рязанова // Бізнес Інформ. – 2015. – № 4. – С. 244–254.
6. **Рязанова Н. С.** Особливості фінансової інформації як економічного ресурсу / Н. С. Рязанова // Ринок цінних паперів України. – 2015. – № 3-4. – С. 3–14.
7. **Чухно А. А.** Постіндустріальна економіка: теорія, практика та їх значення для України / А. А. Чухно. – К.: Вид-во «Логос», 2003. – 631 с.
8. **Чухно А. А.** Економічна теорія: [у 2-х т.] – К.: ДНУ АФУ, 2010. – Т. 2. – 628 с.
9. **Чухно А. А.** Сучасні економічні теорії / А. А. Чухно, П. І. Юхименко, П. М. Леоненко / За ред. А. А. Чухно. – К.: Знання, 2007. – 878 с.

10. Conceptual Framework for Financial Reporting [Electronic resource]. – Mode of access : <http://www.iasplus.com/en/standards/other/framework>

11. Sakaiya, T. The Knowledge-Value Revolution, Or a History of the Future / Taichi Sakaiya. – New York, 1991. – 157 p.

12. Simon, H. A. Theories of Decision-Making in Economics and Behavioral Science / H. A. Simon // *Microeconomics: Selected Readings*. – Edited by E. Mansfield. – New York, 1971.

13. Stigler, G. J. The Economics of Information / G. J. Stigler // *Journal of Political Economy*. – 1961, Vol. 69, № 3, June.

14. Toffler, A. Revolutionary Wealth. How it will be Created and How it will change our Lives / A. Toffler, H. Toffler. – Clutis Brown Ltd., 2006. – 576 p.

REFERENCES

Antoniuk, A. O., and Zhora, V. V. *Teoretychni osnovy modelivannia ta analizu system zakhystu informatsii* [The theoretical basis of modeling and analysis of information security]. Irpin: NUDPS Ukraine, 2010.

Babichenko, V. *Korporatyvni finansy: suchasna paradyhma rozvytku* [Corporate Finance: modern paradigm of development]. Kyiv, 2014.

Chukhno, A. A. *Postindustrialna ekonomika: teoriia, praktyka ta yikh znachennia dlia Ukrainy* [Post-industrial economy: theory, practice and their importance for Ukraine]. Kyiv: Lohos, 2003.

Chukhno, A. A. *Ekonomichna teoriia* [Economic theory]. Vol. 2. Kyiv: DNU AFU, 2010.

Chukhno, A. A., Yukhymenko, P. I., and Leonenko, P. M. *Suchasni ekonomichni teorii* [Modern economic theory]. Kyiv: Znan- nia, 2007.

“Conceptual Framework for Financial Reporting”. <http://www.iasplus.com/en/standards/other/framework>

Novaya postindustrialnaya volna na Zapade. Antologiya [The new wave of post-industrial West. Anthology]. Moscow: Academia, 1999.

Riazanova, N. S. “Instytut finansovoho ekkauntynhu (rakhivnytstva) v arkhitekturi finansovo-ekonomichnykh instytutiv informatsiinoho suspilstva” [Institute ekkauntynhu financial (accounting) architecture of financial and economic institutions of the information society]. *Problemy ekonomiky*, no. 2 (2015): 226-239.

Riazanova, N. S. “Novyi pohliad na finansove rakhivnytstvo informatsiinoho suspilstva” [A new look at financial Accounting Information Society]. *Biznes Inform*, no. 4 (2015): 244-254.

Riazanova, N. S. “Osoblyvosti finansovoi informatsii yak ekonomichnoho resursu” [Features financial information as an economic resource]. *Rynok tsinnykh paperiv Ukrainy*, no. 3-4 (2015): 3-14.

Sakaiya, T. *The Knowledge-Value Revolution, Or a History of the Future*. New York, 1991.

Simon, H. A. “Theories of Decision-Making in Economics and Behavioral Science” In *Microeconomics: Selected Readings*. New York, 1971.

Stigler, G. J. “The Economics of Information”. *Journal of Political Economy*, vol. 69, no. 3, June (1961).

Toffler, A., and Toffler, H. *Revolutionary Wealth. How it will be Created and How it will change our Lives*: Clutis Brown Ltd., 2006.