

внутрішніх водних шляхів для налагодження логістики перевезень пасажирів і вантажів, відновлення експорту і забезпечення продовольчої безпеки у світі [3].

Звичайно при залученні інвестицій виникає безліч проблем, одною із головних є правове регулювання процесу залучення. Виходячи з цього, необхідна розробка положень по створенню інфраструктури, що забезпечує реалізацію геополітичних і економічних аспектів транспортної політики і сучасних стратегій розвитку транспортної інфраструктури.

Отже, головною умовою для залучення інвестицій у транспортний сектор, є внесення змін до чинного законодавства України, бо це є передумовою реалізації не тільки розвитку державного, а і європейського рівня життя нашої країни.

Список використаної літератури

1. Дяченко Т.О. Особливості залучення інвестицій у авіаційну галузь України / Т.О. Дяченко [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://jrn1.nau.edu.ua/index.php/PPEI/article/download/241/230/> (дата звернення 19.03.2023).
2. Сич Є.М. Інноваційно-інвестиційні комплекси транспорту: методологія формування та розвитку : [монографія] / Є.М. Сич, В.П. Ільчук. – К. : Логос, 2006. – 264 с.
3. Розпорядження Кабінету Міністрів «Про схвалення національної транспортної стратегії України на період до 2030 року» [Електронний ресурс] - URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/430-2018-%D1%80#Text> (дата звернення 21.03.2023).

*Жданова Л.Л., д.е.н., доцент,
професор кафедри загальної економічної теорії та економічної політики
Одеського національного економічного університету
Видобра В.В., к.е.н., доцент,
декан факультету менеджменту, обліку та інформаційних технологій
Одеського національного економічного університету
l_zhdanova@ukr.net*

ПЕРЕТВОРЕНІ ФОРМИ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН В ІНФОРМАЦІЙНОМУ СУСПІЛЬСТВІ

Розвиток економіки і суспільства призвели віддзеркалюються у розвитку теоретичного відображення процесів, що відбуваються. Особливий інтерес дослідників різних наук, що вивчають суспільство, почали викликати зміни капіталу у інформаційному суспільстві та інформаційній економіці. Не тільки економісти, а також і філософи, соціологи, політологи, культурологи західних країни і вітчизняні вчені зробили свій внесок у дослідження нових соціальних явищ інформаційної економіки, в результаті чого з'явилися такі категорії як людський капітал, інтелектуальний капітал, соціальний капітал, культурний капітал, адміністративний капітал, політичний капітал, інституціональний капітал, символічний капітал і інші визначення пов'язані зі словом капітал. Таке багатство визначень, пов'язаних зі словом капітал є відображенням проникнення товарно-грошових відносин у сфери, де такі відносини раніше не існували. Одночасно таке різноманіття визначень відображає спроби категорією «капітал» висловити відношення, які за своїм змістом товарно-грошовими не являються.

Серед найбільш значущих публікацій можливо виділити роботи американського економіста, лауреата Нобелівської премії Гери Беккера (1930-2014), присвячені дослідженню людського капіталу, та роботи французького філософа і соціолога П'єра Бурдіє (Pierre Bourdieu, 1930-2002), присвячені відтворенню соціальних ієрархій. Важливими вехами у цьому напрямку досліджень стали публікації Е. Агацці, А. Горца, Л. Едвідсона, М. Кастельса, Дж. Коулмана, К. Мей, Р. Нельсона та С. Дж. Уинтера, Х. Робертсона, Т. Стоуньєра, Л. Турроу, Ф. Уєбстера, К. Хеннінга та ін. Свій внесок у дослідження суспільства, враховуючи проникнення у всі його сфери економічного образу смислення зробили вітчизняні вчені О. Білорус, А.А. Гриценко, Л.Г. Мельник, Г.Г. Почепцов, А.А. Чухно і ін.

У фундаментальному трактаті, П. Бурдіо виділено такі види капіталу: економічний, культурний, соціальний, символічний. Інші автори ще більше примножили визначення, пов'язані зі словом капітал. Щоб зрозуміти сенс нових визначень, пов'язаних зі словом капітал, розглянемо їх послідовно.

Для визначення соціально-економічного сенсу суспільства необхідно зрозуміти соціально-економічну форму особового фактору виробництва. З цією метою необхідно звернутися до трактовок фактору «праця» в сучасних концепціях економіки та суспільства. Інформаційна економіка потребує кваліфікованої, освіченої праці фахівців. Таку працю віддзеркалює концепція *людського капіталу*. Сутністю людського капіталу вважаються інвестиції в людські ресурси з метою підвищення їх продуктивності у майбутньому. Як і у випадку з будь-якими іншими інвестиціями, виникає питання про їх економічну доцільність. Відповідь залежить від того, чи будуть прибутки достатньою мірою перевершувати витрати і чи задовольняються стандартні інвестиційні критерії. При такій постановці питання існує пряма аналогія між інвестиціями в людський капітал і інвестиціями у фізичний капітал, проте є і розбіжності. Зокрема людський капітал не може бути забезпеченням при позиції, тому що він не може бути проданий. Крім того, індивід не може розподілити або диверсифікувати свій ризик, як це може зробити власник фізичного капіталу. За винятком цих факторів людський і фізичний капітал дуже близькі за своєю природою, наприклад, людський капітал, так само як і фізичний, підлягає амортизації.

Ідея капіталовкладень людини в саму себе може мати дуже широку сферу застосування. Вона може бути покладеною у трактування не тільки інвестицій у середню і вищу освіту, навчання без відриву від виробництва, але також і у трактування інвестицій у дошкільне виховання в сім'ї, поліпшення здоров'я й отримання інформації про ринок праці в процесі пошуку роботи і т. ін. Економічний сенс теорії людського капіталу спрямований на пояснення диференціації заробітної плати за віком і професіями, нерівномірного розподілу безробіття в різних рівнях кваліфікації.

Головним недоліком цієї теорії, навіть з економічної точки зору, є те, що людина у яку втілений людський капітал, не може відділити свій людський капітал ввід себе як фізичної істоти, не може залишити свій людський капітал діяти самостійно, у відриві від фізичної істоти і приносити їй прибуток. Ця людина має працювати – як звичайний найманий працівник, відповідно до рівня своєї кваліфікації у фірмі, або як простий товаровиробник за власною ініціативою, без залучення найманих працівників.

Завдяки критиці концепції людського капіталу, спочатку широко визнаної, згодом дослідники-економісти відмовилися від цієї категорії як такої, що не віддзеркалює економічну реальність. Вже багато років використовують поняття «людський потенціал». Це поняття точніше відображає сутність сучасної економіки, коли у людини потенціал є, інвестиції в освіту зроблені, але роботи нема і її людський потенціал не приносить ніякого доходу. В результаті категорія «людський капітал», а потім «людський потенціал» по сенсу нічим не відрізняється від категорії здатність людини до праці, тобто від робочої сили. Але саме категорію людський капітал і сьогодні використовують філософи, соціологи, політики, публіцисти [1, с. 10-11]

Категорія людський капітал прикрашає дійсність, приховуючи її неприємну сутність: робочу силу купують для використання в процесі створення додаткової вартості. Про людський капітал така думка не виникає. Здається, що він сам і є капіталом, він самозростає завдяки своїй освіті та творчим здібностям.

Категорії, які не розкривають економічну дійсність, а маскують її, відображають не такою, якою вона є, називаються перетвореними формами. Ці форми є формами сутнісних категорій, проте проявляють сутність у викривленому виді. Такі перетворені форми властиві не лише економіці, тобто соціальному світу, вони властиві і фізичному світу. Ми бачимо рух Сонця по небу, тобто обертання Сонця навколо Землі, але ж фізика доводить, що у дійсності сенс протилежний і це Земля обертається навколо Сонця. Відділення форми від сутності, розуміння соціального статусу форми: це форма, яка розкриває сутність, чи це форма, яка маскує сутність, – є головною місією науки про суспільство, у тому числі і науки про економіку.

Іншою категорією у ланцюжку визначень специфіки сучасного етапу розвитку економіки і суспільства є категорія *інтелектуальний капітал*. Мова йде про інтелектуальні здібності людей у єдності зі створеними ними матеріальними і нематеріальними засобами, які використовуються у процесі інтелектуальної праці [2]. Інтелектуальним капіталом фірми вважають складну категорію,

яка сумує знання і творчі здібності працівників, що відіграють роль «колективного мозку», плюс інтелектуальну власність фірми, плюс організаційну структуру, соціальні зв'язки та інформаційні мережі фірми, що формують та підтримують її імідж. Як видно з розкриття сенсу категорії «інтелектуальний капітал» мова йде про найманих висококваліфікованих творчих робітників і інтелектуальну власність фірми. За своїм економічним сенсом категорія інтелектуальний капітал об'єднує найману робочу силу творчих робітників і створені ними в процесі праці інформаційні продукти або придбані фірмою інформаційні товари [3, с. 10]. За економічним сенсом всі ці витрати – це витрати фірми на придбання засобів виробництва і робочої сили з метою створення прибутку. Соціально-економічний сенс факторів виробництва не змінився. Категорія інтелектуальний капітал, так само як і категорія людський капітал належить до числа перетворених форм, які не розкривають, а маскують сутність економічних явищ і процесів.

Розвиток інформаційно-комунікаційних технологій підвищив інтерес дослідників до інформації і до використання інформаційних ресурсів у процесі виробництва. В результаті викристалізувалася концепція *інформаційний капітал*. Концепція зводиться до наступних міркувань. Володіння інформацією може вплинути на ринкові ціни, в результаті це вплине і на ефективність капіталу [4, с.20]. Ну а якщо володіння інформацією дозволяє отримувати додатковий дохід, то цей приріст доходу є результатом витрат на отримання інформації, тобто така інформація, що здатна збільшувати прибуток фірми, є інформаційним капіталом.

Не можна сказати, що таке уявлення віддзеркалює абсолютне нове явище. Така форма ринкових угод звісна вже давно, але з розповсюдженням ІКТ і можливостями використовувати отриману ексклюзивну інформацію в режимі реального часу вона придбала великих масштабів [5, с. 24-51].

У продуктивному капіталі зростає питома вага засобів виробництва, пов'язаних з ІКТ (комп'ютери, програмне забезпечення, комунікаційне обладнання та ін.), здійснюється організаційна модифікація фірм, коли територіально роз'єднанні підрозділи, постачальники та споживачі об'єднуються у єдине ціле завдяки комп'ютерним мережам. Ринкові угоди все в більших масштабах здійснюються через Інтернет. В результаті зменшуються витрати виробництва і транзакційні витрати. Таким чином до інформаційного капіталу по суті справи відносять витрати фірми на придбання сучасного обладнання у тому числі офісного обладнання, його модернізацію, удосконалення роботи, а все це підвищує прибутковість капіталу. Але все ж таки – прибутковість звичайного капіталу, мета якого виробити прибуток.

Таким чином, інформаційний капітал, так само як і людський капітал, як і інтелектуальний капітал, є перетвореною формою, яка маскує дійсність, вводить у обіг поряд з реальними формами економічних відносин перетворені форми, які циркулюють у просторі знань про економіку і суспільство. Для відділення форм, що розкривають сутність, від форм, які її маскують, але які видимі на поверхні явищ і які надають цю економічну і соціальну дійсність у дуже приємному виді для суб'єктів економіки і суспільства, для такого відділення необхідна наука. Але і тоді, коли наука роз'яснює сенс перетворених форм, вони нікуди не зникають з простору знань про суспільство, бо вони видимі і легко сприймаються спостерігачами.

З наведеного можливо зробити висновок, що множина соціологічних трактувань економічних категорій не змінює сутність сучасної економіки і сучасного суспільства, властивих розвинутих країнам, у сутнісному соціально-економічному трактуванні. Соціально-економічна форма праці, мета виробництва залишаються незмінними. Інформаційна економіка – це економіка сучасного розвинутого капіталізму, інформаційне суспільство – це суспільство сучасного розвинутого капіталізму

Список використаної літератури

1. Жданова Л.Л. Промислова революція та індустріалізація: розвиток продуктивних сил та перетворення інститутів. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Економіка і менеджмент*. 2015. Вип. 11. С.8-11/
2. Мельник Л. Г. Сучасні соціально-економічні тренди: досвід ЄС та практика України у світлі промислових революцій: монографія. – Суми: Сумський державний університет, 2021. – 338 с.

3. Жданова Л. Л. Високотехнологічний сектор світової економіки у глобальній конкуренції. *Науковий вісник Одеського національного економічного університету*. 2022. №11-12. С.7-13
4. Геєць В.М. Соціалізація та соціальні інновації у розвитку економіки. *Економічна теорія*. 2020. № 4. С.15-24.
5. Гриценко А., Бурлай Т. Вплив цифровізації на соціальний розвиток. *Економічна теорія*. 2020. №3. С.24-51.

*Жданова Л.Л., д.е.н., доцент,
професор кафедри загальної економічної теорії та економічної політики
Одеського національного економічного університету
l_zhdanova@ukr.net*

ІРРАЦІОНАЛЬНІ ТА ВІРТУАЛЬНІ ФОРМИ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН В ІНФОРМАЦІЙНОМУ СУСПІЛЬСТВІ

Однією з ключових проблем розуміння суті змін, що відбуваються в сучасній економіці і суспільстві є питання про співвідношення та взаємодію матеріальної та віртуальної сфер, про феномен «подвоєння соціальної реальності».

Віртуальний – це уявний об'єкт, стан або процес, які реально не існують, але можуть виникнути за певних умов. З появою обчислювальної техніки слово «віртуальний» використовується у сенсі: «не існує насправді, але з'являється завдяки програмному забезпеченню». Під впливом інформаційних технологій термін «віртуальність» розуміється як деякий стан, у якому суб'єкт втрачає різницю між реальним світом і світом сконструйованим (завдяки програмному забезпеченню). У цьому сенсі «віртуальність» застосовується у економіці, психології, культурології.

Реальною матеріальною основою феноменів економічних віртуальних явищ є капітал і його відносно самостійні форми, які відособлюються у процесі його кругообігу – продуктивний, товарний, грошовий, відповідно, промисловий капітал, торговельний та позичковий. Ці форми капіталу можуть і на практиці набувають риси віртуальних капіталів. Таким може бути в деякій мірі промисловий капітал, коли він організує віртуальні фірми, віртуальне виробництво, віртуальну зайнятість, бренди, які в умовах перенасичених ринків, з величезною різноманітністю взаємозамінних товарів, переводять конкуренцію зі сфери матеріального виробництва у віртуальну реальність, де створюються уявні особливі якості товару чи фірми, які цінуються споживачами чи інвесторами вище, ніж фактично зроблене. Бренд – це знак, символ, слова або їх поєднання, які допомагають споживачам відрізнити товари чи послуги однієї компанії від іншої. Бренд – це комплекс уявлень, думок, асоціацій, емоцій покупця щодо ціннісних характеристик товару, які відрізняють його від інших товарів, це ментальна оболонка, у яку покупець, завдяки нав'язаним масовій свідомості підказкам ЗМІ, одягає той чи інший товар.

Сам бренд стає об'єктом купівлі-продажу. Однак отримати вигоду від такої покупки інвестор може лише організувавши власне виробництво під маркою купленого бренду та підтримуючи і розвиваючи його імідж. Для споживача предмети споживання відомих брендів стають елементом демонстративного споживання, свого роду впізнаваним знаком соціального статусу, престижу, рівня доходу. Бренди перекладають індивідуальне споживання зі сфери задоволення потреб життя людини у сферу задоволення її соціальних претензій. Проте зміна моди зміняє і соціальний престиж брендів, робить деякі з них, які спочатку були ознакою високого соціального статусу, застарілими, використання яких стає ознакою збідніння.

З точки зору відношення до форм капіталу, бренд як об'єкт купівлі-продажу є елементом соціального капіталу. Це поняття входять в науковий обіг у зв'язку з теоретичним відображенням пошуків фірмами шляхів підвищення ефективності виробництва. Ідею соціального капіталу висловив П. Бурд'ю для визначення можливостей фірми отримати прибутки завдяки соціальним зв'язкам. Економічне значення соціальних зв'язків полягає в тому, що їх існування дозволяє зменшувати витрати на координацію спільної діяльності, формує відносини довіри, які скорочують витрати на бюрократичні процедури, забезпечує стабільні відносини з постачальниками ресурсів,