ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ ПРОДУКЦИЯ БИБЛИОТЕКИ И РЫНОЧНЫЕ ОТНОШЕНИЯ

В решении проблемы «библиотека и рынок» возможны две крайности, в которые никоим образом не следует впадать. Первая — безудержная коммерциализация информационно-библиотечной деятельности, стремление извлекать доходы из любого возможного источника. Речь идет отнюдь не о гипотетических ситуациях. Такого рода процессы, если их не остановить, губительны для библиотечного дела страны. Для предотвращения такой перспективы требуется создать хоть сколько-нибудь удовлетворительные материальные условия, способствующие возрождению и подъему библиотек.

Но такую поддержку не следует доводить до полного изъятия библиотек из сферы рыночных отношений, до насаждения атмосферы безмятежного иждивенчества, когда ма-

териальное благополучие работников зависит не столько от эффективности и признаваемой обществом полезности нашей деятельности, сколько от произвольных решений в распределении. Это и было бы второй крайностью.

Результаты деятельности библиотек могут быть представлены в двух формах: социально-культурной, которая не может быть выражена какой-либо мерой, поскольку таковой не существует, и экономической, которая находит свое выражение в соотношении издержек библиотечного обслуживания и доходов от платных услуг. Обе эти формы результатов деятельности библиотек тесно связаны между собой. Стремление развивать платные услуги (и таким образом получать доходы) не должно приходить в противоречие с социально-культурной целью деятельности библиотек, которая не может ни исходить только из целевой установки максимизации прибыли, ни игнорировать действие закона стоимости. Это относится и к специфической — интеллектуальной продукции, которую производит библиотека.

Интеллектуальная продукция — это информация в комбинации с материальными носителями (бумага, магнитный диск), с информационно-поисковой системой (библиотечные каталоги), со средствами сервиса (библиотечное обслуживание). Она легко копируется.

Говоря о производстве того или иного продукта, мы имеем в виду тиражирование копий, а не создание самого первого экземпляра, образца. Этот первый экземпляр называется интеллектуальным продуктом. Он результат интеллектуального труда, материальное воплощение знаний, интеллектуального потенциала.

Специфичность интеллектуального продукта состоит в том, что он принимает форму и материальных, и нематериальных ценностей и услуг. Часть этого продукта не покидает пределы производящего его подразделения; а та часть, которая выходит за его пределы, обычно обращается как товар, хотя и с определенными особенностями. Библиотечная интеллектуальная продукция все шире выходит на мировой рынок. Наши ресурсы, интеллектуальный потенциал и перспективы в этом отношении весьма значительны.

Можно ли говорить о советской экономике интеллектуальных продуктов, есть ли она у нас?

Прежде всего нельзя не обратить внимание на то, что интеллектуальным продуктам не нашлось места в системе общественного производства. Но сегодня уже невозможно ограничиваться схемами воспроизводства из «Капитала» Маркса — необходимо выделение воспроизводства интеллектуального продукта в качестве самостоятельного подразделения общественного воспроизводства. Разработка этой идеи требует отдельных специальных исследований экономистов, мы же ограничимся самим утверждением идеи.

Применительно к экономике интеллектуальных продуктов требуют существенного уточнения такие понятия, как себестоимость, прибыль, стоимость, цена, производительность труда, товарная продукция, собственность.

Нам предстоит научиться экономически оценивать производство и накопление запаса этих продуктов, определять структуру, долю и вклад экономики интеллектуальных продуктов в развитие общества.

Включение данной области в общую структуру общественного производства ставит, естественно, вопрос о количественных параметрах и оценках. Последние могут сейчас мыслиться преимущественно как стоимостные. Вместе с тем специфика интеллектуального производства заключается в том, что далеко не весь его продукт принимает товарную форму, тем более классическую, отправляющуюся от материального производства.

Надо иметь в виду, что наше отставание здесь проявляется в отсутствии информации о составляющих стоимости в сфере библиотечной деятельности. Экономические измерения — важнейшая органическая часть хозяйственного механизма. Проводя его радикальную реформу, необходимо разработать систему экономических показателей интеллектуального производства.

Оценить (в стоимостном выражении) производство и запасы интеллектуальных продуктов достаточно трудно и теоретически, и практически. Действующих цен на интеллектуальные продукты либо нет, либо они заведомо искажены.

Например, в БАН разрабатывается программа создания системы каталогов на историко-культурные фонды и коллекции. Затраты на оплату труда сотрудников и материально-техническое обеспечение этой программы легко подсчитать. А вот сами уникальные фонды БАН, их научное описание, а значит, и информацию экономически оценить трудно. И сами фонды, и научная информация о них — интеллектуальный продукт. Историко-культурные фонды БАН аналогичны такой интеллектуальной продукции, как уникальные произведения живописи, зодчества. Но существует возможность изготовления и продажи копий (факсимильные издания) или переизданий. Информация о составе этих фондов — новый интеллектуальный продукт, но зависящий от ценности фонда. Тенденции таковы,

что подобная продукция интеллектуального производства выходит на рынок и обращается на нем.

В зарубежных странах накоплен солидный опыт организации рынков интеллектуальных продуктов, в том числе информационных. На рынке подобной продукции имеются две цены: одну платит продавец базы данных (БД) или каталога их создателю (т. е. библиотеке) за право продажи, по другой БД или каталоги-копии (т. е. тираж) реализуются покупателям. Продавец устанавливает цену за копию (экземпляр тиража) так, чтобы получить наибольшую выручку. Создателю БД или каталога он заплатит такую ее часть, при которой у него останется примерно средняя прибыль на вложенный капитал.

Таким образом, чем больше спрос на информацию о наших фондах, тем выше цена каталога, но вовсе не обязательно — выше цена копий (экземпляра тиража). Скорее, наоборот. Массовые копии (экземпляры массового тиража) стоят дешевле. При неопределенности продавец и создатель каталога используют способ, когда библиотека получает не всю цену, а лишь часть, остальное добирается с продаваемых копий.

Этот стандартный рыночный механизм установления цен на интеллектуальный продукт хорош тем, что стимулирует производителей создавать нужные продукты. Чем нужнее продукт (больше спрос), тем выше поощрение.

В нашей стране нет ни методологии, ни практических методик по ценообразованию на большинство интеллектуальных продуктов, включая базы данных. За рубежом подобные исследования ведутся в рамках концепции так называемого информационного общества.

Экономика наших библиотек несет на себе отпечаток всех проблем, которые стоят перед обществом в период социально-экономических преобразований. Ключевые проблемы, определяющие судьбу перестройки — экономическая реформа, демократизация общественной жизни, изменения духовно-нравственной сферы — имеют непосредственное отношение и к библиотекам. Важнейшим компонентом этих процессов является переход от преимущественно административных к экономическим методам управления и руководства на всех уровнях, к управлению интересами.

Загорская Е. И.,
зам. директора БАН