

УДК 330.142

Т.Р.Власова, к.е.н.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ,
м. Чернівці

ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ ПРОДУКТ ЯК ЕКОНОМІЧНЕ БЛАГО: СУТНІСТЬ ТА КЛАСИФІКАЦІЯ

У статті розглянуто сутність та запропоновано класифікацію інтелектуального продукту як економічного блага.

В статье рассмотрена сущность и представлена классификация интеллектуального продукта как экономического блага.

The essence and classification of intellectual product as economic goods is considered in the article.

Ключові слова: інтелектуальний продукт, інтелектуальна діяльність, багатство, знання, ідеї, технології.

Протиставляючи себе природі, людина протягом століть займалася її «підкоренням». В нашу епоху, здавалось би майже повного її опанування, людина дійшла усвідомлення необхідності не підкоряти собі зовнішній світ, а підкоритися своїй внутрішній природі. Модернізуючи методи та форми створення матеріальних благ, люди у кінцевому рахунку виявляють, що метою та орієнтиром діяльності є нематеріальне багатство, а вдосконалення власної сутності. Паралельно із нагромадженням економічного багатства повинні розвиватися духовні якості особистості. В іншому випадку зміст нагромадження багатства губиться, і цей процес може стати соціально небезпечним, оскільки «як біосоціальна істота людина живе і розвивається завдяки безпосередньому обміну не тільки органічних речовин, енергії, а й світової інформації, найперше духовної, соціальної, культурологічної, врешті суто фахової» [1, с.18].

Дослідженню окремих аспектів інтелектуального продукту присвячено праці таких вітчизняних вчених як В.Базилевича [2], С.Вовканича [1], Н.Голікової, М.Дворник, В.Кондрашової-Діденко [3], Х.Копистянської [1], В.Осецького, Л.Федулової та інших. Однак подальшої розробки потребує виявлення сутності та класифікації інтелектуального продукту як економічного блага, що й визначає мету даної статті. Досягненню даної мети сприятиме виконання наступних завдань дослідження: визначення сутності інтелектуального продукту як результату реалізації нового знання різного роду, виявлення матеріально-речової основи інтелектуального продукту, характеризування особливостей інтелектуального продукту, класифікування інтелектуального продукту за різними ознаками.

Світ людини як суб'єкта виробництва вже не протистоїть її самосвідомості як споживача і як особистості, яка вільно розвивається. Таким чином, створення нового знання може бути спрямоване як на перетворення зовнішнього світу, способів взаємодії з ним, так і на внутрішній світ людини, на способи взаємодії із самим собою. Таке знання також є результатом реалізації інтелектуального капіталу у процесі інтелектуальної діяльності та певною мірою об'єктивується в інтелектуальних продуктах.

Всі види інтелектуальних продуктів поєднує те, що вони є реалізацією ідей, думок та образів, що одержали своє вираження у доступній для сприйняття конкретній, об'єктивованій формі, що припускає можливість відтворення. Матеріально-речовою основою (тобто об'єктивованою у будь-якій формі) інтелектуального капіталу є інтелектуальні продукти, що характеризують різноманітні результати інтелектуальної діяльності. Інтелектуальним продуктом «...є не тільки матеріальний продукт, але і духовний» [3, с.11].

Нові знання, ідеї, технології, створені у процесі інтелектуальної діяльності, не тільки стають теоретичною основою виготовлення інтелектомісткою продукції, а й накопичуються як культурна спадщина, інтелектуальне багатство людства. У майбутньому саме вони можуть стати основою нових ідей, розробок, відкриттів. Частина інтелектуальних продуктів фіксується у фонді знання людства – це відноситься до того нового знання, що було створено в минулому і дійсність якого доведена практикою. На нашу думку, інтелектуальний продукт – це економічне благо, яке не тільки виражає його конкретну корисність для конкретних споживачів на ринку, але й володіє суспільною корисністю у вигляді накопичених людиною наукових знань. «Накопичення та розповсюдження знань призводить до загального підйому суспільної свідомості та культури народу, змінюючи його світогляд, побут, відношення до природного середовища» [5, с.22].

Складність класифікації інтелектуальних продуктів полягає в тому, що вони, як правило, є унікальними, відмінними від аналогів, оригінальними здобутками людського розуму.

Інтелектуальний продукт – це економічне благо, що має специфічні особливості:

- 1) представляє нове знання – результат цілеспрямованої інтелектуальної діяльності;
- 2) має ідеальну природу, специфічну форму втілення (об'єктивізації), закріплюється на матеріальному носії чи у знаковій формі;
- 3) відбиває визначений рівень новизни й оригінальності, що обумовлено унікальністю інтелектуальних продуктів, творчим результатом інтелектуальної діяльності;
- 4) забезпечує одержання матеріального або нематеріального зиску (культурного, соціального).

З точки зору суспільної корисності і функціонального призначення інтелектуальні продукти поділяються на:

- 1) літературні, художні, мистецькі та наукові здобутки, виконавська діяльність артистів; звуко- і відеозаписи, радіо- і телепередачі;
- 2) продукти комп'ютерних систем і програмного забезпечення, бази даних;
- 3) винаходи, технології, корисні моделі, промислові зразки, раціоналізаторські пропозиції;
- 4) товарні знаки, знаки обслуговування, фірмові найменування, географічні

зазначення;

5) інтелектуальні послуги.

Для першої групи інтелектуальних продуктів характерне створення нового знання, що має загальне соціально-економічне значення, однак, без вираженої спрямованості на комерціалізацію, однозначної адресності використання. Ці здобутки у більшій мірі відбивають внесок їх творців у збільшення загального знання (наукового, художнього, тобто загальнолюдського значення) і призначено для широкого кола громадськості. Тому для творців у даному випадку настільки значимі особисті немайнові права (право на авторське ім'я, на захист репутації автора, право на опублікування). Безсумнівно, для частини продуктів цієї групи важливою у ринкових умовах є можливість отримання доходу, комерційного використання досягнень науки, літератури і мистецтва.

Друга група інтелектуальних продуктів призначена для забезпечення інформаційних потоків з використанням електронно-обчислювальної техніки: це комп'ютерні програми (представлені в об'єктивованій формі сукупності даних і команд, необхідних для функціонування ЕОМ та інших комп'ютерних пристроїв), операційні системи і програмні комплекси, мови програмування, способи організації інтерфейсу й алгоритмів. Ця група інтелектуальних продуктів – одна з тих, що найбільш динамічно розвиваються в сучасній економіці.

Наступна група – продукти інноваційної діяльності (винаходи, технології, корисні моделі, промислові зразки), призначені для творчого розв'язання конкретних, в основному виробничих, техніко-технологічних, художньо-конструкторських задач, пов'язаних з певним видом виробництва, мають більшу адресність. Загальна властивість цих продуктів – орієнтація на розв'язання конкретних практичних задач розвитку господарюючих суб'єктів у різних областях економіки (не тільки у промисловості, але й у будівництві, сільському господарстві, освіті тощо), насамперед, на основі технічних способів.

Технологія (від грец. «*techne*» – мистецтво, майстерність, уміння і «*logos*» – слово, вчення) є сукупністю методів, способів та засобів досягнення визначеного результату. На думку М.Кастельса, технологія – це «використання наукового знання для визначення способів виготовлення речей у відтворюваній манері» [6, с.76]. Прогресивні технології – це розробки, що характеризуються новизною і техніко-економічними перевагами у порівнянні з технологіями-аналогами, які використовуються різними фірмами у відповідних галузях виробництва. До новітніх технологій відносяться такі науково-технічні розробки, які пропонують альтернативний розвиток, спираються на досягнення науки в області інформатики, оптоелектроніки, біо- та генної інженерії, комплексної переробки сировини; змінюють всю структуру виробництва, можуть бути використані у виробництві на основі монополії.

Ціль науки – пізнання природи. Ціль технології – застосування знань про

природу на практиці. Наукове знання дає розуміння принципів, які лежать в основі феноменів природи. Таке знання необхідне для розвитку провідної технології. Зв'язок між наукою та технологією виникнув відносно недавно і призвів до науково-технічної революції та розвитку процесу модернізації.

Винахід – це нове оригінальне технічне рішення, що стосується певного продукту (пристрою, речовини, штаму мікроорганізму, культури клітин рослин і тварин) або способу (процесу здійснення дій над матеріальними об'єктами з допомогою матеріальних засобів), здатне забезпечити позитивний ефект [2, с.149].

Корисна модель є технічним нововведенням, що тільки за зовнішніми ознаками подібна до винаходу. Вона відбиває особливе конструктивне виготовлення засобів виробництва і предметів споживання та відрізняється від винаходу нижчим рівнем новизни й оригінальності.

Промисловий зразок – це особливе благо, результат творчої діяльності в галузі художнього конструювання, декоративно-естетичного вирішення зовнішнього вигляду виробу, втілений у конкретному матеріальному об'єкті.

Особливу групу інтелектуальних продуктів представляють товарні знаки, знаки обслуговування, фірмові найменування. За їх допомогою розв'язується обмежене коло задач комерційного характеру, але які, однак, мають велике значення для підприємств у сучасних умовах. Товарний знак – це умовне символічне позначення, яке дає можливість відрізнити товари одних фірм і підприємств від однорідних товарів інших юридичних або фізичних осіб. Це певний символ, який, наприклад, міститься на продукції, що випускається, або її упакуванні у супровідній документації, замінюючи довгу назву виробника товару. Знак обслуговування – це символ, умовне позначення, здатне відрізнити послуги одних юридичних і фізичних осіб від інших. Фірмове найменування є найменуванням юридичної особи, суб'єкта господарювання, слугує для розпізнавання підприємств і виділення їх серед інших фірм, характеризують репутацію і положення підприємства.

П'ята група – це інтелектуальні послуги (консалтингові, маркетингові, інжинірингові, послуги у сфері охорони здоров'я, освіти тощо). Вони забезпечують розв'язання специфічного кола задач.

На нашу думку, різноманіття інтелектуальних продуктів узагальнено можна класифікувати за таким критерієм як об'єкт пізнання. У цьому випадку інтелектуальні продукти поділяються на три групи:

- ✓ інтелектуальний продукт як результат пізнання природи (це в основному – природничо-наукове знання);
- ✓ інтелектуальний продукт – результат розвитку людини, пізнання її внутрішнього світу (матеріальні, художні, культурні, релігійні та інші цінності);
- ✓ інтелектуальний продукт – результат пізнання «іншої» природи, усього того, що створено в ході розвитку людства: матеріально-речовий світ (тобто інструменти, матеріали, техніка, технологія, прогрес яких забезпечується,

насамперед, винаходами) і світ соціальних зв'язків та відносин людей (політичні, соціальні, управлінські, комунікативні та інші новації).

Між цими групами немає стійкого поділу. Ця класифікація відбиває структуру нового знання, утворюючи єдине ціле, яке має синергетичний потенціал. Виявлення нового знання у відношенні одного об'єкта сприяє розвитку досліджень в інших областях інтелектуальної діяльності.

Інтелектуальні продукти поділяються за ступенем новизни, що відбиває міру реалізації творчих здібностей людини. Новизна може відбивати різні рівні нового знання:

✓ нове – для визначеного, обмеженого рамками технологічного чи іншого процесу на підприємстві, у корпорації (економічно відособленої господарської одиниці). Звичайно це виражається у винаходах, топологіях мікросхем, комп'ютерних програмах, раціоналізаторських пропозиціях тощо. Завдяки цьому удосконалюються вже відомі технічні рішення, здійснюється модернізація діючого обладнання і його пристосування до конкретних умов виробництва;

✓ нове – для даної галузі виробництва, національного господарства: до них, як правило, відносяться значне число винаходів, нових технологій, корисних моделей, промислових зразків, ноу-хау тощо;

✓ нове з точки зору світового досвіду і накопичених знань. У значній мірі це такі винаходи і відкриття, що здійснюють внесок у науково-технічний прогрес, мають істотні відмінності від близьких аналогів, а також нові технології, товарні знаки і знаки обслуговування у випадку, якщо вони відбивають принципово нове та є символом нового підходу, що сформувався у бізнесі або новій технології.

Класифікація інтелектуальних продуктів за характером відчуження, доступності і способом включення в економічний оборот дозволяє зробити висновок про існування трьох груп цих продуктів, а саме:

✓ інтелектуальні продукти, що об'єктивуються на визначеному носії, відчужуються, представляють приватне благо, стають предметом відносин обміну і набувають товарної форми;

✓ інтелектуальні продукти, що також об'єктивуються, але представляють суспільну корисність, загальнодоступні для будь-якого бажаного їх використовувати (наприклад, наукові відкриття, накопичені знання тощо). У цьому випадку вони не набувають товарної форми, тобто не стають об'єктом купівлі-продажу. Ці інтелектуальні продукти виконують важливу функцію – під час використання слугують для відтворення нових інтелектуальних продуктів, підвищення якості інтелектуального ресурсу, одержання доходів чи іншої вигоди в масштабах суспільства. Таким чином, ці продукти здобувають не тільки суспільне, але й економічне значення;

✓ інтелектуальні продукти, що не відчужуються від особистості творця, представляють персоніфіковану інтелектуальну власність. Вони не мають

самостійного руху, їх використання здійснюється в процесі інтелектуальної діяльності, реалізується за допомогою ринку інтелектуальної праці, наймання працівників, що володіють інтелектуальними здібностями. У цьому випадку товарний характер інтелектуальних продуктів виявляється опосередковано, а вони самі по собі не стають об'єктом купівлі-продажу, не здобувають товарної форми. Таким чином, інтелектуальний продукт у сучасній економіці має дві форми соціально-економічного існування: товарну і нетоварну.

Список використаних джерел:

1. Вовканич С.Й. Аксиологічний підхід до оцінки духовно-інноваційного потенціалу регіональних суспільних систем / С.Й.Вовканич, Х.Р.Копистянська, С. О. Цапок // Регіональна економіка. – 2005. – №2 (36). – С. 15-29.
2. Базилевич В.Д. Інтелектуальна власність: Підручник / В.Д.Базилевич. – К. : Знання, 2006. – 431 с.
3. Кондрашова-Діденко В.І. Інтелектономіка: сутність, структура, особливості розвитку / В.І.Кондрашова-Діденко // Науковий вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту КНТЕУ. – 2005. – Вип. IV. Економічні науки. Ч.1. – С.7-17.
4. Дворник М.О. Інноваційні інструменти розвитку підприємства в ринкових умовах України / М.О.Дворник, О.І.Маслак, О.Д.Коноваленко // НТІ. – 2007. – №3. – С.19-24.
5. Климов С.М. Интеллектуальные ресурсы общества / С.М.Климов. – СПб.: Знание, 2002. – 197 с.
6. Кастельс М. Информационная эпоха: Экономика, общество и культура / Мануэль Кастельс ; пер. с англ. под науч. ред. О.И.Шкаратана. – М., 2000. – 606 с.