

Исламгулова Альбина Филаритовна

Бурханова Резеда Руслановна,

студенты

Матягина Татьяна Владимировна,

Кандидат экономических наук,

доцент, научный руководитель

ФГБОУ ВО

“УГАТУ”

Республика Башкортостан, г. Уфа,

ул. Карла Маркса д. 12

ИНФОРМАТИЗАЦИЯ И ЭКОНОМИКА ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫХ ПРОДУКТОВ

***Аннотация:** В данной статье рассмотрены основные сферы экономики интеллектуального продукта. О том, как интеллектуальный продукт становится прибыльным товаром, безусловным и эффективным современным средством организации и управления общественным производством.*

***Ключевые слова:** интеллектуальный продукт, отрасли экономических интеллектуальных продуктов, рынок интеллектуального продукта.*

***Annotation:** This article examines the main areas of the economy of an intellectual product. About how an intellectual product becomes a profitable commodity, an unconditional and effective modern means of organizing and managing social production.*

***Key words:** intellectual product, branch of economic intellectual products, market of intellectual product.*

Сейчас много говорят об информационном обществе, на пороге которого стоит человечество. При этом упор делается на то, что информация играет все большую роль в повседневной жизни людей.

Под интеллектуальным понимается продукт, в котором воплощается новое знание. При этом важно именно воплощенное в продукте новшество, а не его материальный носитель. Например, интеллектуальным продуктом является изобретение, кинофильм, компьютерное ПО. При этом не очень существенно, в какой конкретно материальной форме они воплощены. Гораздо более существенно, какую правовую и товарную форму они принимают. Это может быть право на исключительное использование, право на однократное использование и т.п.

Что такое экономика интеллектуальных продуктов?

Экономику интеллектуальных продуктов удобно представить в виде четырех сфер деятельности, взаимодействие между которыми определяет основные части экономического механизма.

Первая сфера. Создание новшеств, которым занимаются творческие работники.

Вторая сфера. Производство интеллектуальных продуктов.

Третья сфера. Производство копий ИП¹, тиражирование.

Четвертая сфера. Потребление копий ИП. В этой сфере занято все население.

Приведем пример для иллюстрации данной схемы. Он указывает также на основные отрасли ЭИП². Они даются в последовательности описанных четырех сфер: новшество - готовое для коммерческого использования - копии ИП - конечное потребление копий ИП.

Алгоритм, математическая программа, компьютерная программа(1).
Компьютерная программа в товарной (коммерческой, рыночной) форме (2).

¹ Интеллектуальный продукт

² Экономика интеллектуальных продуктов

Производство и продажа (поставка) компьютерных программ (3).
Использование программ в повседневной и прочей жизни (4).

В первой сфере собственно творческого труда, где совершается таинственный акт творчества, экономические отношения не являются доминирующими и, по-видимому никогда таковыми там не будут. Однако было бы неправильно утверждать, что они не играют там никакой роли. Процесс экономизации этой сферы – явление неизбежное и явление прогрессивное в том смысле, что оно создает дополнительные, хотя и не решающие, стимулы к творчеству.

Рассмотрим в первую очередь область фундаментальной науки. Конечным результатом здесь являются теории, открытия, теоремы, алгоритмы и т. д. Перечисленные и им подобные продукты не имеют товарной формы, не продаются и не покупаются на рынке, не и имеют цены или какой-либо другой экономической оценки. Эти продукты являются сырьем, полуфабрикатами для второй индустрии, собственно производства интеллектуальных продуктов, которая производит товары из этих заготовок. Не будет сырья – не будет товара.

Рынки интеллектуальных продуктов. Здесь под рынками интеллектуальных продуктов понимаются несколько, а именно три отдельных рынка. Это рынок, который возникает при взаимодействии первой и второй сфер. Товаром на этом рынке являются новшества, новые знания, идеи. Выше говорилось, что этот рынок весьма ограничен, специфичен. В нем коммерческие отношения часто переплетаются с некоммерческими. Другой рынок возникает при взаимодействии второй и третьей сфер. Там товаром является собственно ИП. Вторая сфера их производит, а третья покупает. Наконец, последний, третий, рынок возникает при взаимодействии третьей и четвертой сфер, где товарами являются копии ИП.

Рассмотрим рынок ИП. Эта весьма сложное образование, которое ни в коем случае нельзя трактовать упрощенно. Рынок ИП распадается на ряд

подрынков, взаимодействующих между собой. С изобретательством наибольшим образом коррелирует рынок патентов и лицензий. Упрощенно лицензия представляет собой право на использование изобретения, защищенное патентом. Это означает, что купивший лицензию может использовать изобретение, как он хочет: усовершенствовать его, использовать в производстве или в какой-то другой деятельности, но не может перепродать это право другому, ибо он, купив лицензию, не становится собственником изобретения.

Таким образом, на рассматриваемом рынке фигурируют два вида товаров. Первый тип – патент, т.е. право собственности на изобретение, и второй тип – лицензия – право на его использование. Владелец (собственник) решает для себя, как ему выгоднее распорядиться своей собственностью: продать ее или продавать различным потребителям лицензии. В соответствии с теорией экономического равновесия цена пакета равняется цене лицензии, умноженной на число желающих купить ее.

Ценообразование на ИП и их копии имеет принципиальные особенности по сравнению с ценообразованием на традиционные продукты и услуги. Здесь данное взаимоотношение упоминается только для того, чтобы показать, что рынок патентов и рынок лицензий тесным образом связаны между собой. В тех странах, где рынок патентов и лицензий не существует, изобретения уподобляются результатами фундаментальной науки. И тогда автор изобретений может получить денежное вознаграждение лишь при условии, что его изобретение войдет в качестве сырья в следующую сферу – сферу производства интеллектуальных продуктов – и приобретет там товарную форму.

В настоящее время, когда быстро распространяются новые информационные технологии, стоимость отдельной копии становится пренебрежимо малой по сравнению со стоимостью “оригинала”. Копирование компьютерной программы определяется практически лишь

стоимостью материального носителя – диска. Как и всякая другая экономическая деятельность, производство копий ИП должно строиться на основе самоокупаемости, прибыльности, т.е. стоимость проданных копий должна превышать стоимость сырья – продукта творческого труда плюс все затраты, связанные с организацией производства и сбыта: превращение сырья в товарный вид, производство копий, затраты на внедрение (рекламу, сопровождение, обучение и т. п.).

Имеются свои специфические особенности и во взаимоотношениях данной сферы с четвертой сферой – потреблением копий ИП. Во-первых, интеллектуальный продукт покупается один раз, ибо для него, как правило, бессмысленно говорить о количестве. Во-вторых, поскольку копирование может быть очень простой акцией, то возникает искушение незаконной перепродажи.

В связи с этим полезно сделать следующие замечания. В дефицитной экономике, где практически нет проблем продать продукт, ибо у потребителя нет выбора, сложился стереотип отсутствия этой проблемы вообще. Раз продукт произведен, значит он будет куплен, об этом беспокоиться не надо. По отношению к интеллектуальным продуктам это не так даже в самой дефицитной экономике. Почему? Потому что у потребителя ИП всегда есть право выбора, которого у него нет применительно к традиционным продуктам.

Особенность интеллектуальных продуктов состоит в том, что предложение, как правило, является ведущим, а спрос следует за предложением, он является пассивным элементом. Потребители интеллектуального продукта надо воспитывать, надо ему навязывать новое. Для внедрения нового почти всегда нужен первоначальный толчок, чтобы процесс начался.

Для того чтобы создать и развить мощную индустрию интеллектуальных продуктов, нет другого пути, кроме экономического. Надо

иметь рынок этих продуктов, где необычно не выглядели бы покупка и продажа ценностей, которые многие привыкли видеть отнюдь не товарами.

Обычно с информатизацией связывается инфраструктура, в которой человек получает необходимый набор средств для получения, хранения, переработки информации, ее размножения, передачи и т.д. Знания (новшества), ИП, их копии представляют собой не что иное, как информацию, обычно на материальном носителе. Таким образом, информационная инфраструктура является необходимым элементом экономики ИП. Главное при производстве ИП - человеческий капитал, но не последнюю роль играют производственные фонды, обеспечивающие функционирование информационных технологий.

Экономика интеллектуальных продуктов, как отмечалось выше, требует максимальной самостоятельности экономических ячеек. Она не выносит управления сверху. Для нее важны горизонтальные неформальные связи, позволяющие устанавливать неожиданные сочетания, что и нужно для творчества.

Использованные источники:

1. В. Л. Макаров Компьютеры и экономика. Экономические проблемы компьютеризации общества. 1999, с. 16-38.
2. Machlup F. The production and distribution of knowledge in the United States. Princeton: Univ. press, 1962.
3. Staglin R., Sudfeld Er. The information sector defined according to information and communication goods: Transl. from Germ.// Vierteljahrsh. DIW. 2007. Н. 4. S. 272-277.