

# ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ПОНЯТИЮ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО ПРОДУКТА И ЕГО ВЗАИМОСВЯЗИ С НАУЧНЫМИ ИССЛЕДОВАНИЯМИ ВЫСШЕЙ ШКОЛЫ РЕГИОНА

УДК 334.021

**Андрей Борисович Ильин**,  
к.э.н., ст. преподаватель каф. Общего менеджмента и предпринимательства Московского государственного университета экономики, статистики и информатики (МЭСИ)  
Тел.: (495) 442-23-98  
Эл. почта: ABllin@mesi.ru

В статье выявлена сущность интеллектуального продукта, его взаимосвязь с научными исследованиями высшей школы региона, роль интеллектуальной деятельности в развитии инновационного потенциала региона. Дается также авторское определение интеллектуального продукта высшей школы, приведена классификация интеллектуальных продуктов. На основе анализа существующих теоретических подходов и региональной практики автором выделены особенности соотношения понятий «интеллектуальный продукт», «интеллектуальный труд», «интеллектуальный капитал», «интеллектуальная собственность».

**Ключевые слова:** интеллектуальный продукт, интеллектуальный труд, интеллектуальный капитал, интеллектуальная собственность, регион, инновационный потенциал, высшая школа.

**Andrej B. Ilin**,  
PhD in Economics, Senior lecturer of the Department of General Management and Enterprise Development, Moscow State University of Economics, Statistics and Informatics (MESI)  
Tel.: (495) 442-23-98  
E-mail: ABllin@mesi.ru

## THEORETICAL APPROACHES TO THE CONCEPT OF INTELLECTUAL PRODUCT AND ITS RELATIONSHIP TO SCIENTIFIC RESEARCH OF HIGHER EDUCATION OF THE REGION

The article reveals the essence of the intellectual product, its relationship with research of higher schools in the region, the role of intellectual property in the development of innovative capacity of the region. It also contains the author's definition of an intellectual product of Higher Education, a classification of intellectual products. Based on the analysis of existing theoretical approaches and regional practices, relations between concepts «intellectual product», «intellectual work», «intellectual capital» and «intellectual property» are especially highlighted by the author.

**Keywords:** intellectual product, intellectual work, intellectual capital, intellectual property, region, innovation potential, high school.

### 1. Введение

В условиях модернизации инновационной экономики в Российской Федерации назрела необходимость создания и реализации большого спектра интеллектуальных продуктов. Мировая практика показывает, что в конце XX – начале XXI вв. наблюдается увеличение объемов интеллектуального труда в различных сферах его использования. Интенсивный процесс развития интеллектуального производства, и, соответственно, расширение ассортимента интеллектуальных продуктов, а также многообразия сфер его применения, по мнению многих исследователей, являются основными факторами экономического, научно-технического и социального прогресса в мире. Среди таких ученых – экономисты Э. Брукинг, М. Мэлоун, Л. Эдвинссон, В. Гойло, В.Л. Иноземцев, С.А. Ленская, Б.Б. Леонтьев, Л.С. Шаховская, М.Л. Эскиндаров.

Согласимся с мнением авторов и отметим, что интеллектуальное производство в России на определенном этапе экономического развития достигло точки бифуркации, после достижения которой наиболее комфортными для интеллектуальной и инновационной деятельности стали такие анклавы, как высшие учебные заведения (вузы) и научно-исследовательские институты (НИИ). В этой связи рассмотрим систематизацию подходов к термину «интеллектуальный продукт».

### 2. Сущность интеллектуального продукта

Понятие «интеллектуальный продукт» появилось в научном обороте в 90-е годы XX в. В экономической литературе существуют следующие трактовки данной категории (табл. 1).

Как следует из анализа научной литературы, в настоящее время общего концептуального представления о том, что такое интеллектуальный продукт, не существует. Такие ученые как Т.И. Волкова [3], И.А. Иванюк [2] определяют его как продукт исключительно творческого труда, но, на наш взгляд, интеллектуальный продукт нельзя рассматривать только как результат творческой деятельности. Его можно трактовать и как результат научных исследований высшей школы, и как комплекс мероприятий по оформлению, продвижению и последующей коммерциализации результатов научных исследований. Некоторые авторы рассматривают интеллектуальный продукт как результат коллективного труда, а не индивидуального. Так, Б.В. Дроздов [5] считает, что даже если интеллектуальный продукт (книга, статья) произведен отдельным человеком, то автор должен осознавать обусловленность и взаимосвязь данного продукта со всей окружающей интеллектуальной и культурной средой. На результат его труда (интеллектуальный продукт) может распространяться только моральное право авторства, то есть моральная обязанность других безусловной ссылки на автора при цитировании.

В.Ф. Попондопуло [6], напротив, рассматривает интеллектуальный продукт как абсолютное право лица и рассматривает данную категорию в юридическом аспекте.

Б.В. Дроздов также отмечает, что если к интеллектуальному продукту подходить как к товару, тогда само интеллектуальное пространство представляется как рынок интеллектуального товара (продукта), в котором должны действовать все законы рыночных отношений. Главный и принципиальный вопрос состоит в том, можно ли к интеллектуальному продукту подходить как к товару.

Среди отечественных и зарубежных авторов нет четкого мнения на этот счет. Так американский ученый и аналитик Томас ДеМарк [1] утверждает, что интеллектуальный продукт понятие намного более широкое, чем товар. Поскольку товар – это изделие, приобретающее товарную форму непосредственно на рынке, а интеллектуальный продукт начинает существовать, когда еще только становится вопрос о его производстве и реализации. Отечественные авторы В.А. Швандар и В.Я. Горфинкель [4] считают, что интеллектуальный продукт может выступать как в товарной, так и в нетоварной форме. В.Ф. Попондопуло [6] рассматривает интеллектуальный продукт в качестве объекта торговых сделок.

Согласимся, что как явление интеллектуальный продукт выступает товаром в силу того, что он есть продукт труда, предназначенный для обмена на рынке. В то же время можно выделить по крайней мере три основных различия товара и интеллектуального продукта:

1. Товар есть овеществленная форма труда частных производителей, тогда как интеллектуальный продукт может быть неовеществлен.

2. При потреблении интеллектуального продукта его полезность не исчезает как у традиционного товара.

3. В основе стоимости интеллектуального продукта лежат не общественно необходимые, а индивидуальные затраты труда, так как продукт интеллекта неповторим.

Таким образом, интеллектуальный продукт может быть выражен как в товарной, так и в нетоварной форме.

### 3. Особенности соотношения понятий «интеллектуальный продукт», «интеллектуальный труд», «интеллектуальный капитал», «интеллектуальная собственность»

В рамках данной тематики нам видится необходимым выделить основные различия между понятиями «интеллектуальный продукт», интеллектуальный труд», «интел-

лектуальный капитал» и «интеллектуальная собственность».

В первую очередь обозначим различие между интеллектуальным продуктом и интеллектуальной собственностью. Специфика интеллектуального продукта требует особого подхода при работе с ним. Прежде всего, это касается создания адекватной правовой защиты интеллектуального продукта, которая должна заключаться в защите его собственника (изобретателя, автора) от недобросовестной конкуренции, незаконного копирования собственности. Интеллектуальная собственность – четкое юридическое понятие и определяется в терминах права.

Согласно Гражданскому кодексу РФ [8], интеллектуальная собственность – исключительное право гражданина или юридического лица на результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации юридического лица (фирменное наименование, товарный знак и тому подобное). Понятие «интеллектуаль-

Таблица 1

Определение понятия «интеллектуальный продукт»

Автор (ы)	Определение
Томас Р. ДеМарк [1]	Продукт деятельности человеческого мозга, реализованный в дальнейшем в изделие или услугу, принявшей в отдельных случаях материальную форму, обладающий собственным жизненным циклом. Интеллектуальный продукт необходимо исследовать не только как форму выражения взаимоотношений между производителем и потребителем, не только как совокупность потребительской стоимости, но и как естественно историческую категорию, как способ воплощения информации, научных знаний и производственного опыта в той или иной продукции.
И.А. Иванюк [2]	Интеллектуальные продукты – продукты творческой деятельности или, более широко, результаты интеллектуальной деятельности, создаваемые для нужд обновления любых общественных ценностей.
Т.И. Волкова [3]	Интеллектуальный продукт представляет собой результат интеллектуальной, мыслительной, духовной деятельности, включающий открытия, изобретения, патенты, научные труды, отчеты, доклады, методики, концепции, проекты, описания технологий, разнообразные литературные, художественные, музыкальные произведения и другие. Автор считает, что при характеристике интеллектуального продукта следует особо подчеркнуть, что это продукт творческого труда.
В.А. Швандар, В.Я. Горфинкель [4]	Интеллектуальный продукт является результатом инновационной деятельности, и его можно определить как результат деятельности в области духовного производства, предназначенный для удовлетворения потребностей (в товарной или нетоварной форме) его потребителей.
Б.В. Дроздов [5]	Интеллектуальный продукт – это продукт особого рода, который по своей сути не может быть отнесен к товару, на который распространялись бы законы рынка. К этому продукту не может быть отнесено и понятие собственности. Интеллектуальный продукт, который получен, зафиксирован и опубликован любым способом, есть всеобщее, общечеловеческое достояние.
В.Ф. Попондопуло [6]	Интеллектуальный продукт – это продукт, который имеет стоимостную оценку и может выступать объектом торговых сделок. Право на интеллектуальный продукт – это абсолютное право лица.
Большой экономический словарь [7]	Интеллектуальный продукт – продукт, созданный интеллектуальным трудом. Продукты умственного, интеллектуального труда принимают различные формы: мысль (идея), информация, новая технология, открытия, изобретения, алгоритмы и программы для ЭВМ, ноу-хау в различных отраслях, произведения искусства, литературы и других.

ный продукт» сочетается с такими понятиями, как уставный капитал, вид имущества, объект бухгалтерского учета, аудит. Вкладом участника в уставный капитал организации могут быть имущественные права, в том числе на интеллектуальный продукт. Права на использование интеллектуальных продуктов оцениваются в денежном выражении и учитываются на балансе предприятия в качестве нематериальных активов.

Отдельные ученые, такие как Б.В. Дроздов [5], предполагают, что к интеллектуальному продукту не может быть отнесено понятие собственности. Мы, в свою очередь, придерживаемся точки зрения К.А. Цветкова [9] и также как он считаем, что интеллектуальный продукт представляет собой более широкое понятие, он может не являться собственностью, поскольку его создатель может данный продукт отдать даром, подарить человечеству, то есть не каждый интеллектуальный продукт можно считать отчуждаемым.

Для того чтобы создать интеллектуальный продукт, первоначально необходим интеллектуальный труд – целесообразная деятельность по превращению интеллектуальных ресурсов человека в необходимые для личного и совместного потребления новые продукты и услуги [12, с. 122]. Воспроизводство интеллектуальной собственности, основанное на инвестиционных и трудовых затратах (затраты интеллектуального труда и организации интеллектуальной деятельности) – это уже результат процесса накопления интеллектуального капитала.

Из экономической теории известно, что капитал – это имущество, способное приносить доход. Соответственно, интеллектуальный капитал – это совокупность нематериальных благ, используемых для получения дохода. К. Маркс [11, с. 380–381] утверждал, что капитал – это не просто сумма материальных и производственных средств производства. Капитал – это не вещь, а определенное общественное, при-

надлежащее определенной исторической формации общества производственное отношение, которое представлено в вещи и придает этой вещи специфический общественный характер.

В этой связи в экономической литературе представлено большое количество определений «интеллектуального капитала». Наиболее точным суждением относительно классического определения К. Маркса и применительно к данной проблематике является, на наш взгляд, следующая трактовка: интеллектуальный капитал накапливается в результате взаимодействия человеческого капитала и интеллектуальных способностей. Помимо этого, он является основой формирования интеллектуального продукта региона [12, с. 105]. Стоит добавить, что действительно интеллектуальный капитал будет выражаться в какой-либо вещи. В данном случае конечным итогом интеллектуального производства будут являться результаты интеллектуальной и ин-



Рис. 1. Соотношение понятий «интеллектуальный труд», «интеллектуальный капитал», «интеллектуальная собственность» и «интеллектуальный продукт»

**Классификация интеллектуальных продуктов**

<i>1. Укрупненная систематизация [13]:</i>		
Интеллектуальный продукт первого рода – результаты рутинного (формального) умственного труда:	Интеллектуальный продукт второго рода как продукт творческой составляющей умственного труда – социальные и технологические новшества:	
– копии произведений искусства; – модели поведения; – расчеты (технические, экономические, статистические, естественнонаучные); – формализованные документы (учетные, плановые, инженерные, методические);	– объекты промышленной собственности: изобретения, полезные модели, промышленные образцы, товарные знаки и знаки обслуживания; – фирменное наименование; – селекционные достижения; – объекты авторского права; – научные концепции и открытия; – произведения искусства; – произведения литературы; – программы для ЭВМ и базы данных, топологии интегральных микросхем; – исполнения, постановки художественных произведений.	
<i>2. По тиражируемости [14]:</i>		
Тиражируемые (являются объектом массового производства);	Общественно-новые (товары-новации).	
<i>3. В зависимости от отрасли, в которой создан интеллектуальный продукт (основными поставщиками интеллектуальных продуктов могут являться предприятия и организации соответствующих отраслей (промышленные предприятия, НИИ, учреждения высшей школы, коммерческие предприятия, субъекты сферы искусства, кинематографии, эфирного и кабельного вещания)) [15, с. 136–143]:</i>		
Интеллектуальные продукты в науке и образовании:	Интеллектуальные продукты в промышленности:	Интеллектуальные продукты в искусстве, кинематографии, эфирном и кабельном вещании:
– научные достижения; – результаты научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ; – инжиниринговые услуги; – услуги по обработке информации; – образовательные услуги; – консультационные услуги; – научные публикации;	– изобретения; – полезные модели; – промышленные образцы; – товарные знаки; – знаки обслуживания; – наименования мест происхождения; – фирменные наименования;	– произведения: литературные, драматические, музыкальные, сценарные, аудиовизуальные, декоративного и прикладного искусства; – исполнение и постановка произведений литературы и искусства; – фонограммы; – радио- и телепередачи.
<i>4. В зависимости от специфических экономических отношений по поводу распоряжения, использования и ответственности за то, чем владеешь [16]:</i>		
Виды интеллектуальных продуктов, защищенные правовой охраной;	Виды интеллектуальных продуктов, которые не могут быть закреплены за конкретным физическим лицом или коллективом. Имеется в виду значительная масса информации, знаний, идей, поступающих в распоряжение общества и увеличивающих тем самым национальное богатство;	Виды продуктов, которые не могут быть зафиксированы патентами и лицензиями на какой-либо срок, так как возможна имитация созданной продукции в измененном виде. Их создатели являются собственниками, но в то же время они не обладают всеми правами, поскольку аналогичный или близкий результат может быть достигнут другими юридическими лицами.
<i>5. В зависимости от особенностей превращения в образовательный продукт [17]:</i>		
Научный продукт:	Инженерный продукт:	Образовательный продукт:
характеризует результаты собственно научного труда без учета его ориентации на практическое использование;	сюда включены результаты конструкторско-технологических разработок, опытные и промышленные образцы и некоторые другие;	это часть интеллектуального продукта, адаптированная к соответствующему сегменту рынка услуг.

Источник: составлено на основе анализа научной литературы.

новационной деятельности высшей школы, а также региона и страны в целом.

На рис. 1 схематично представлено соотношение понятий «интеллектуальный труд», «интеллектуальный капитал», «интеллектуальная собственность» и «интеллектуальный продукт».

#### 4. Классификация интеллектуальных продуктов

«Интеллектуальный продукт» является широким понятием. В этой связи он требует определенной систематизации. В табл. 2 нами классифицированы виды интеллектуальных продуктов, представленные в отечественной научной литературе.

#### 5. Заключение

В различных классификациях интеллектуального продукта присутствуют результаты интеллектуального производства учреждений образования, однако четкая систематизация интеллектуального продукта высшей школы в современной литературе отсутствует. В этой связи мы дополняем данную классификацию видами интеллектуального продукта высшей школы и даем авторское определение.

**Интеллектуальный продукт высшей школы** – это совокупный результат интеллектуальной деятельности сотрудников, преподавателей, студентов, аспирантов или докторантов, выраженный в конечном результате и относящийся к таким сферам научной деятельности вуза, как:

- обучение (учебная и методическая литература);
- выработка новых знаний (конференции, статьи);
- обобщение и анализ научной информации (монографии, книги);
- подготовка кадров (защита диссертаций и оппонирование);
- выполнение НИОКР (отчеты по НИОКР);
- результат интеллектуальной деятельности (программы для электронных вычислительных машин, базы данных, патент на изобретение, патент на полезную модель, промышленные образцы, торговый знак, ноу-хау);

– материальный результат инновационной деятельности, продуцируемый в вузе и в малых инновационных предприятиях, а также в иных структурных подразделениях вуза, в виде созданных и освоенных новых разработок, оборудования, программ, изделий и других.

#### Литература

1. ДеМарк Томас Р. Технический анализ – новая наука / Томас Р. ДеМарк. – М.: Евро, 2006. – 280 с.
2. Иванюк И.А. Воспроизводство интеллектуального капитала в современных маркетинг-системах / И.А. Иванюк // Креативная экономика. – 2010. – №1. – С. 3–5.
3. Волкова Т.И. Институциональные основы создания конкурентоспособных интеллектуальных продуктов / Т.И. Волкова // Университетское управление. – 2004. – № 4. – С. 44–47.
4. Инновационный менеджмент: учебник / В.А. Швандар, В.Я. Горфинкель. – М.: Вузовский учебник, 2004. – 382 с.
5. Дроздов Б.В. Интеллектуальный продукт и собственность / Б.В. Дроздов. – М.: Инфра-М, 2007. – 145 с.
6. Попондопуло В.Ф. Международное торговое право: монография / В.Ф. Попондопуло. – М.: Омега – Л, 2005. – 472 с.
7. Большой экономический словарь / под. общ. ред. А.Н. Азрилияна. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Институт новой экономики, 1998. – 864 с.
8. Гражданский Кодекс Российской Федерации: [федер. закон: принят Гос. Думой 21 октября 1994 г.: по состоянию на 6 февраля 2013 г.]. – М.: Омега Л, 2013. – 479 с.
9. Цуриков С.В. Интеллектуальный капитал вузов – один из факторов инновационного развития / С.В. Цуриков // Аваль. – 2008. – № 1, 2008. – С. 112–116.
10. Бахтизин А.Р. Сравнительные оценки инновационного потенциала регионов Российской Федерации / А.Р. Бахтизин, Е.В. Акинфеева // Пробл. прогнозирования. – 2010. – № 3. – С. 73–81.
11. Маркс К. Капитал / К. Маркс, Ф. Энгельс // Собр. соч.: в 39 т. – М., 1961. – Т.25. – С. 380–381.

12. Леонтьева Л.С. Интеллектуальный труд в современной системе экономических отношений: монография / Л.С. Леонтьева, Т.В. Боровикова, В.А. Филинов. – М.: МИР-БИС, 2010. – 132 с.

13. Цветков К.А. Методы оценки коммерческого потенциала интеллектуального капитала дис... канд. экон. наук: 08.00.05 / Цветков Кирилл Алексеевич. – СПб., 2005. – 142 с.

14. Алексеева О.Л. Место интеллектуальной собственности в системе российского права / О.Л. Алексеева // Патенты и лицензии. – 1999. – № 11. – С. 19.

15. Валькова Н.С. Мобильный маркетинг: механика эффективных кампаний / Н.С. Валькова // Реклама. Теория и практика. – 2007. – № 2. – С. 136–143.

16. Юрьева Т.В. Интеллектуальная сфера и предпринимательство; неприбыльный сектор: (Альтернатива бизнесу и государству) / Т.В. Юрьева. – М.: Анкил, 1994. – 54 с.

17. Аузяк Н.С. Особенности экономических отношений на рынке образовательных продуктов: автореф. дис... канд. экон. наук / Н.С. Аузяк. – Тамбов.: Тамбов. гос. ун-т им. Г.Р. Державина, 2005. – 24 с.

18. Коммерциализация интеллектуального продукта высшей школы как фактор развития инновационного потенциала региона: монография / А.Б. Ильин, Л.С. Леонтьева. – Ярославль: Аверс Плюс, 2013. – 100 с.

#### References

1. DeMark Tomas R. The technical analysis – new science / Tomas R. DeMark. – M.: Evro, 2006. – 280 s.
2. Ivanuk I.A. Reproduction of the intellectual capital in modern marketing systems / I.A. Ivanuk // Kreativna-ja ekonomika. – 2010. – №1. – S. 3–5.
3. Volkova T.I. Institutional bases of creation of competitive intellectual products / T.I. Volkova // Universitetskoe upravlenie. – 2004. – № 4. – S. 44–47.
4. Innovative management: textbook / V.A. Shvandar, V.Ja. Gorfinkel. – M.: Vuzovskij учебник, 2004. – 382 s.

5. Drozdov B.V. Intellectual product and property/ B.V. Drozdov. – M.: Infra-M, 2007. – 145 s.

6. Popondopulo V.F. International commercial law: monograph / V.F. Popondopulo. – M.: Omega-L, 2005. – 472 s.

7. Big economic dictionary / pod. obsh. red. A.N. Azrilijana. – 3-e izd., pererab. i dop. – M.: Institut novoj ekonomiki, 1998. – 864 s.

8. Civil Code of the Russian Federation: [feder. zakon: prinjat Gos. Dumoj 21 oktjabrja 1994 g.: po sostojaniju na 6 fevralja 2013 g.]. – M.: Omega L, 2013. – 479 s.

9. Curikov S.V. The intellectual capital of higher education institutions – one of factors of innovative development / S.V. Curikov // *Aval'*. – 2008. – № 1, 2008. – S. 112–116.

10. Bahtizin A.R. Comparative estimates of innovative capacity of regions of the Russian Federation / A.R. Bahtizin, E.V. Akinfeeva // *Probl. prognozirovanija*. – 2010. – № 3. – S. 73–81.

11. Marks K. Capital / K. Marks, F. Engels // *Sobr. soch.*: v 39 t. – M., 1961. – T.25. – S. 380–381.

12. Leonteva L.S. Intellectual work in modern system of the economic relations: monograph / L.S. Leont'eva, T.V. Borovikova, V.A. Filinov. – M.: MIRBIS, 2010. – 132 s.

13. Cvetkov K.A. Methods of an assessment of commercial potential of the intellectual capital dis... kand. je-kon. nauk: 08.00.05 / Cvetkov K. A. – SPb., 2005. – 142 s.

14. Alekseeva O.L. Place of intellectual property in system of Russian

law / O.L. Alekseeva // *Patenty i licenzii*. – 1999. – № 11. – S. 19.

15. Valkova N.S. Mobile marketing: mechanics of effective campaigns // *Reklama. Teorija i praktika*. – 2007. – № 2. – S. 136–143.

16. Jureva T.V. Intellectual sphere and business; non-profitable sector: (Alternative to business and state) / T.V. Jureva. – M.: Ankil, 1994. – 54 s.

17. Auzjak N.S. Features of the economic relations in the market of educational products: avtoref. dis... kand. ekon. nauk / N.S. Auzjak. – Tambov.: Tambov. gos. un-t im. G.R. Derzhavina, 2005. – 24 s.

18. Commercialization of an intellectual product of the higher school as factor of development of innovative capacity of the region: monograph / A.B. Ilin, L.S. Leonteva. – Jaroslavl: Avers Plus, 2013. – 100 s.