

тернистая дорога на рынок

*инновационная стратегия
управления коммерциализацией
интеллектуальной собственности вуза*

Сегодня отечественная промышленность остро нуждается в обновлении производства (прежде всего технологическом), и научно-техническая сфера обладает значительными капитальными фондами и интеллектуальными ресурсами для решения данной проблемы, однако в стране отсутствует сложившаяся система коммерциализации научных разработок и технологий.

Коммерциализация является важнейшим элементом инновационного процесса. Как полагает Дж. Казметский, «коммерциализация ... представляет собой процесс, с помощью которого результаты НИОКР своевременно трансформируются в продукты и услуги на рынке». По мнению Я.Н. Грика и Е.А. Монастырного, коммерциализация инновационной идеи представляет получение дохода от ее продажи или использования в собственном производстве. Большой экономический словарь даёт следующее определение: «Коммерциализация – это подчинение деятельности целям извлечения прибыли».

На наш взгляд, указанные определения недостаточны. В частности, определение Дж. Казметского указывает на возможность разрыва инновационного процесса на две части: собственно разработка новаций и их трансформация в рыночные продукты, в то время как процесс коммерциализации должен неразрывно связывать оба этих этапа. Кроме того, не указано, какие сроки коммерциализации стоит считать «своевременными».

В определении Я.Н. Грика и Е.А. Монастырного некоторую неясность представляет использование понятия «инновационная идея», пос-

Коваженков М.А.

*канд. филос. наук,
доцент,
заместитель
декана факультета
экономики
и управления
kovazhenkov@mail.ru*

Бганцева Я.В.

*аспирантка
факультета
экономики и
управления*

*Волгоградский
государственный
технический
университет*

кольку любой этап инновационного процесса, на наш взгляд, представляет собой определённую инновационную идею, не обязательно при этом предоставляющую возможность для коммерциализации. В связи с наличием указанных неточностей приведём собственное определение понятия «коммерциализация».

Итак, коммерциализация – это процесс трансформации результатов НИОКР, сохраняющих свою рыночную актуальность и востребованность, в продукты и услуги на рынке с целью получения дохода от их продажи, лицензирования либо самостоятельного использования. При этом процесс коммерциализации предполагает поиск, оценку (экспертизу) и отбор новаций для финансирования, привлечение средств, юридическое закрепление прав на будущую интеллектуальную собственность (новацию), внедрение новации в производство, а также дальнейшую модификацию и сопровождение интеллектуального продукта.

Поскольку коммерциализация неразрывно связана с инновационной деятельностью, очевидной становится необходимость обеспечения их тесной взаимосвязи. Сегодня такой возможностью обладают, прежде всего, высшие учебные заведения, на базе которых возможно создание инновационных фирм, венчурных наукоёмких структур различных форм собственности, а также таких качественно новых экономических образований, как бизнес инновационные центры, инкубаторы бизнеса, технопарки, инжиниринговые центры, учебно-научно-инновационные комплексы (УНИК), инновационные кластеры, консалтинговые фирмы и т.п.

Конечным результатом инновационной деятельности является создание какого-либо новшества, однако процесс коммерциализации должен быть не только непрерывным, как и сам инновационный поиск, но он также должен начинаться ещё до окончания разработок. Этапы процесса коммерциализации представлены на *рис. 1*.

Прежде всего, в процессе коммерциализации происходит поиск и отбор проектов для внед-

Ключевые слова:

коммерциализация,
интеллектуальная
собственность,
высшие учебные
заведения,
инновационная
стратегия



Рис. 1. Этапы процесса коммерциализации новшества

рения в производство ещё до окончания НИР. Поиск инновационных проектов осуществляется согласно критериям, предъявляемым к ним субъектом коммерциализации. В частности, поскольку речь идёт, прежде всего, о высших учебных заведениях, отбор инновационных проектов может осуществляться согласно профилю деятельности вуза.

Экспертиза проектов представляет собой оценку коммерциализуемости проекта по некоторым критериям, на основании которых и осуществляется дальнейший отбор инноваций; их можно разбить на два блока (рис. 2).

На втором этапе процесса коммерциализации необходимо привлечь инвестиции для финансирования внедрения новации. Поскольку сами вузы зачастую не обладают достаточными средствами для финансирования разработок, здесь важным моментом является наличие налаженных контактов с потенциальными потребителями инновационных продуктов и услуг.

Третий этап процесса коммерциализации – распределение и закрепление прав на возникающую интеллектуальную собственность. Этот момент является особо важным, поскольку инновация, не защищённая должным юридическим образом, фактически не принадлежит

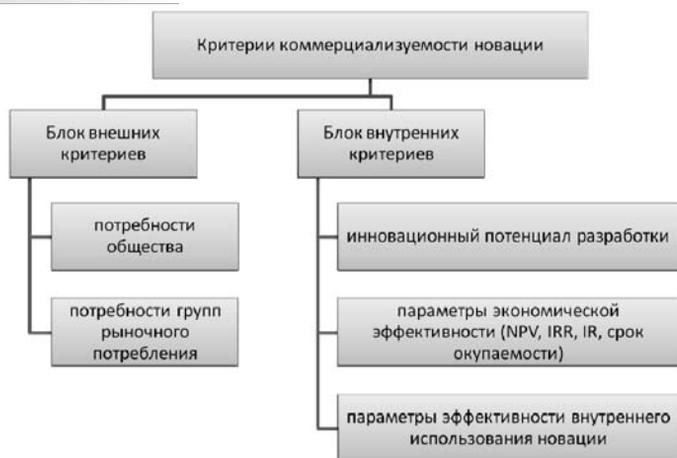


Рис. 2. Критерии коммерциализуемости новации

своему разработчику и может быть свободно скопирована и продана другими исследователями.

Необходимость юридического закрепления прав на интеллектуальную собственность обусловлена многосторонностью процесса коммерциализации: кроме собственно разработчика, в качестве субъектов коммерциализации могут выступать частные инвесторы, государственные, негосударственные и международные фонды и программы (например, РФФИ, РГНФ, TACIS, Фонд Сороса и т.д.), венчурные фонды, «бизнес-ангелы», кредитные организации или предприятия. Закрепление авторских прав и продолжение процесса коммерциализации интеллектуальной собственности является единственно приемлемым механизмом внедрения инноваций в реальный промышленный сектор, учитывающим интересы правообладателей, разработчиков и заказчиков новации.

Наконец, последним этапом коммерциализации является внедрение новации в производство с дальнейшей её доработкой и технико-правовым сопровождением. На данном этапе осуществляется конечная цель процесса коммерциализации: новация реализуется в конкретном рыночном продукте, принося прибыль по обратной цепи от производителя к право-

**поскольку
коммерциализация
неразрывно связана
с инновационной
деятельностью,
очевидной
становится
необходимость
обеспечения их
тесной взаимосвязи**

обладателю и разработчику – вузу и коллективу отдела НИОКР.

Несмотря на огромные возможности, которые таит в себе рынок интеллектуальной собственности в России, стоит отметить проблемный характер коммерциализации. По-прежнему остаются трудности с законодательством: некоторые федеральные законы допускают ошибки и устанавливают противоречивые правовые режимы; существует неразбериха в определении правового статуса отдельных видов интеллектуальной продукции.

Наиболее острой, на наш взгляд, является проблема отсутствия данных для широкого применения эффективных эконометрических методов, разработанных западной и отечественной наукой, что необходимо для одной из важнейших задач процесса коммерциализации – оценки инновации и оценки её коммерциализуемости.

Перспективным шагом на пути к развитию процессов коммерциализации в российских вузах является реорганизация ряда созданных в предыдущие годы отделов инноваций и трансферта технологий, департаментов инноваций и прочих аналогичных структур. В их функции входит и коммерциализация разработок, выполняемая неэффективно, поскольку подразделения стремятся охватить сразу всю инновационную деятельность, что крайне сложно даже в рамках отдельного учебного заведения.

В связи с этим предлагается реализация инновационной стратегии развития вуза путём реорганизации существующих структур и выделения из их состава управления коммерциализации интеллектуальной собственности (КИС), в функции которого будут входить предоставление требуемой информации о существующих объектах интеллектуальной собственности вуза и возможности их использования в научно-исследовательской и образовательной деятельности; мониторинг хода выполнения договоров с отделами НИОКР на предмет коммерческой значимости и охраноспособности разработок; ведение реестра разработок

***в процессе
коммерциализации
происходит поиск
и отбор проектов
для внедрения
в производство
ещё до окончания
НИР***

ключевыми преимуществами предлагаемой инновационной стратегии развития вуза являются концентрация усилий специалистов управления КИС непосредственно на осуществлении коммерциализации; новизна предлагаемого подхода

с целью быстрого доступа к ключевой информации руководства вуза; выработка стратегии и тактики использования интеллектуальной собственности ВУЗа; организация мер по охране интеллектуальной собственности, контроль за их исполнением; сбор и распределение поступающих доходов от лицензирования и сертификации продуктов; маркетинг интеллектуальной собственности вуза, реклама перспективных разработок; взаимодействие с предприятиями и научными центрами региона, обмен опытом с аналогичными структурными подразделениями других вузов.

Ключевыми преимуществами предлагаемой инновационной стратегии развития вуза являются концентрация усилий специалистов управления КИС непосредственно на осуществлении коммерциализации; новизна предлагаемого подхода. Отметим, что в большинстве вузов коммерциализацией занимаются подразделения, основной массой сотрудников которых являются инженеры и исследователи, не знакомые с тонкостями экономической конъюнктуры. Важно и широкое использование правового механизма регулирования в управлении интеллектуальной собственностью вуза. Управление КИС должно стать ядром высшего учебного заведения, реализующим не только внутренние связи процесса коммерциализации, но и внешние – с вузами, научными организациями РАН, отраслевыми научными организациями, патентными фирмами, предприятиями, органами власти.

Инновационная стратегия организации управления КИС должна учитывать существующие проблемы коммерциализации российских новаций именно в вузовской среде. Большинство исследований находятся в зачаточном состоянии и далеки от завершения, и тем более не готовы к коммерциализации. Это реальная проблема управления КИС, поскольку его ключевой компетенцией как раз и является процесс внедрения новаций в производство. Решение данной проблемы подразумевает путём участия управления КИС в инновационной деятельности вуза и региона, стимули-

рования разработок и активного маркетинга интеллектуальной собственности.

Основная проблема российской науки состоит в том, что в стране фактически отсутствует инфраструктура по коммерциализации новаций, включающая вузы в сферу своей деятельности и сотрудничества. Несмотря на существование относительного большого количества структур, имеющих прямое отношение к коммерциализации новаций, активными из них являются единицы. Патентные поверенные и патентно-правовые фирмы принимают весьма слабое участие в процессах коммерциализации, главным образом из-за отсутствия стимулов к данной деятельности. Одной из перспективных задач управления КИС при налаживании связей с внешней средой является заключение соглашений с патентными поверенными о поиске исследователей, непосредственно занимающихся разработкой интересующих управление КИС и головной вуз проблем.

Важным моментом в деятельности управления КИС является использование немногих значимых преимуществ коммерциализации именно российских технологий и новаций. *Во-первых*, на данный потенциал российского рынка не использован. Относительно большое количество проектов на одного инвестора способствует повышению их качества, более высокой марже инвестора в случае успешного внедрения и т.п.

Во-вторых, одним из результатов трансформации отечественной экономики стала конверсия, то есть переход ряда высокотехнологичных разработок в гражданскую сферу, что сделало доступным ряд перспективных технологий. Их коммерциализация обещает быть выгодным вложением средств.

В-третьих, интеллектуальная собственность в России пока относительно дешева, что даёт управлению коммерциализацией интеллектуальной собственности высшего учебного заведения возможность организовать скупку интеллектуальных активов у учёных-одиночек и отдельных групп исследователей, осуществив

***инновационная
стратегия
организации
управления КИС
должна учитывать
существующие
проблемы
коммерциализации
российских
новаций именно
в вузовской среде***

**интеллектуальная
собственность
в России пока
относительно
дешева**

консолидацию интеллектуальной собственности региона, с одной стороны, и обеспечить собственный отдел НИОКР перспективными разработками - с другой.

Таким образом, для эффективного осуществления процесса коммерциализации интеллектуальной собственности в вузе необходима реализация инновационной стратегии организации управления коммерциализацией интеллектуальной собственности в структуре учебного заведения, которое впоследствии сможет не только осуществлять процесс коммерциализации перспективных разработок, но и осуществлять непрерывное и полное управление интеллектуальной собственностью вуза с целью наиболее полного использования её экономического потенциала.

Литература

1. Большой экономический словарь. – М.: Институт новой экономики, 1998.
2. Грик Я.Н. Ресурсный подход к построению бизнес-процессов и коммерциализации разработок / Я.Н. Грик, Е.А. Монастырский // Инновации, 2004. – № 7.
3. Дежина И. Механизмы стимулирования коммерциализации исследований и разработок / И. Дежина, Б. Салтыков // Общество и экономика. – 2004, №№ 7,8.
4. Зеткин А.С. Методологический подход к оценке коммерциализуемости инновационных продуктов / А.С. Зеткин, С.В. Кортков // Качество. Инновации. Образование, 2002. – №1.
5. Казметский Дж. Вызов технологических инноваций на пороге новой эры общемировой конкуренции // Трансфер технологии и эффективная реализация инноваций. – М.: АНХ, 1999.
6. Коленский, И. Л. Инновационная деятельность в высшей школе России / И.Л. Коленский, С. А. Митрофанов, А.В. Суворинов, А.А. Харин // Качество. Инновации. Образование, 2002. – №1.