изобретению нужно продвижение

коммерциализация интеллектуальной собственности промышленных предприятий: необходимые условия и факторы успеха

Аннотация

Рассмотрены проблемы развития рынка интеллектуальной собственности (ИС) как ключевого фактора становления инновационной экономики; проведен анализ структуры инвестиций в нефинансовые активы, в том числе в объекты ИС; выявлены причины низкого уровня коммерциализации ИС; определены ключевые факторы успешности коммерциализации ИС.

Ключевые слова: интеллектуальная собственность, коммерциализация, инвестиции, структура, факторы сдерживания, факторы успеха коммерциализации

Коммерциализация интеллектуальной собственности (ИС) – это практическое использование ИС как актива для достижения целей бизнеса (как правило, на вершине дерева целей находятся финансовые цели роста дохода/доходности деятельности). Различают две основных формы коммерциализации – использование ИС в собственных бизнес-процессах и совершение сделок с правами на ИС (уступка исключительных прав, лицензионные договоры, договоры коммерческой концессии, передача интеллектуальных прав в качестве вклада в уставный капитал, использование ИС в качестве залога при получении кредита и т.п.).

Инвестиции «разрывов» не терпят

В течение нескольких последних лет на высшем государственном уровне подчеркивается, что развитие рынка ИС является одним из ключевых условий становления инновационной экономики [4].

Селиверстов Юрий Иванович
кандидат технич. наук, профессор кафедры финансового менеджмента, Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова
rogova@intbel.ru

признается дисбаланс между объемами создания и коммерциализации новшеств и ставится задача его устранения

Признается дисбаланс между объемами создания и коммерциализации новшеств и ставится задача его устранения. Однако на сегодняшний день основным объектом реальных инвестиций остаются основные фонды (около 99% вложений). Инвестиции в объекты ИС растут в номинальном выражении, но их доля в структуре инвестиций в нефинансовые активы составляет лишь 0,4–0,5%. Еще 0,3–0,4% занимают инвестиции в научно-исследовательские, опытно-конструкторские и технологические работы. Получается, что в совокупности инвестиции в инновационную компоненту интеллектуального капитала составляют менее 1% нефинансовых инвестиций (*табл. 1*).

Преодоление «разрыва» между получением некоторого положительного *результата интеллектуальной деятельности* (РИД) и его коммерческим использованием – это непростая задача, требующая:

1) адекватной оценки перспектив коммерческого использования объекта ИС и прав на него. Такая оценка затрудняется тем, что каждый объект ИС и каждая сделка с ИС уникальны, рынка аналогов не существует;

2) вложения собственного капитала предприятия-правообладателя в высокорисковый проект и/или привлечения венчурного инвестора. Отметим, что банки не заинтересованы в финансировании проектов с высокой неопределенностью показателей экономической эффективности;

3) специфических профессиональных знаний и навыков как в предметной области соответствующего изобретения или полезной модели, так и в областях права, оценки и маркетинга ИС, инжиниринга, экономики и управления инвестициями.

Практическое воплощение: что ему мешает?

Обеспечить одновременное выполнение перечисленных условий очень непросто. Косвенное подтверждение этому – крайне низкий процент практического использования запатентованных объектов ИС. По оценкам специалистов в сфере оценки и управления ИС, практическое воплощение находит не более 10% запатентованных РИД, а лицензируется не более 1,5% патентов, зарегистрированных в Роспатенте [1]. Преобладающая доля объектов ИС

Таблица 1

Структура инвестиций в нефинансовые активы в Российской Федерации (в фактически действовавших ценах)

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
	миллиардов рублей						
Инвестиции в нефинансовые активы – всего	2945,7	3858,6	5281,5	6794,9	6117,4	6712,1	7837,5
инвестиции в основной капитал	2893,2	3809,0	5217,2	6705,5	6040,8	6625,0	7701,2
инвестиции в объекты интеллектуальной собственности	24,4	20,7	28,1	30,7	23,6	23,6	39,5
инвестиции в другие нефинансовые активы	19,4	16,5	20,5	36,9	32,5	36,7	63,3
затраты на НИОКТР	8,7	12,4	15,7	21,8	20,5	26,8	33,5
	в процентах к итогу						
Инвестиции в нефинансовые активы – всего	100	100	100	100	100	100	100
инвестиции в основной капитал	98,2	98,7	98,8	98,7	98,8	98,7	98,3
инвестиции в объекты интеллектуальной собственности	0,8	0,6	0,5	0,5	0,4	0,4	0,5
инвестиции в другие нефинансовые активы	0,7	0,4	0,4	0,5	0,5	0,5	0,8
затраты на НИОКТР	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,4	0,4

Источник данных: Росстат

числится на балансах правообладателей, но прямого экономического эффекта не дает, что позволяет говорить о весьма условном отнесении данных объектов к активам. Напомним, что, согласно ПБУ 14/07, одним из условий принятия нематериального актива к учету является его способность приносить экономические выгоды в будущем [2]. Низкий уровень коммерциализации отчасти объясняется патентованием в целях ограничения действий конкурентов по проведению разработок и получению патентов в определенной области (блокирующее патентование) или в иных целях, связанных с защитой интересов компании и ее положения на рынке. Но только отчасти. Безусловно, существуют и другие причины низкого уровня коммерциализации ИС:

• отсутствие соответствующего опыта у специалистов промышленных предприятий;

• неразвитость рынка услуг по менеджменту и инженерно-техническому сопровождению инновационных проектов;

преобладающая доля объектов ИС числится на балансах правообладателей, но прямого экономического эффекта не дает, что позволяет говорить о весьма условном отнесении данных объектов к активам

• нехватка собственного капитала и трудности привлечения капитала из внешних источников в связи с высоким риском инвестиций;
• принципиально разные представления о стоимости ИС, вносимой в уставный капитал вновь создаваемого инновационного предприятия, у правообладателя и инвесторов;
• разрозненность научного, производственного и финансового секторов и т.д.

Стратегическое мышление определяет результат

Анализ существующих проблем позволил нам сформулировать несколько факторов успеха коммерциализации ИС, которые, по нашему мнению, являются ключевыми.

1. *Соответствие стратегии развития бизнеса.* Экономические и технико-технологические последствия коммерциализации новшества, необходимость поиска источника финансирования инновационного проекта позволяют утверждать, что в большинстве случаев решения о коммерциализации – это стратегические решения. Поэтому они должны приниматься в контексте разработки системы стратегических целей, соответствовать общей стратегии развития предприятия.

2. *Заинтересованность и активное участие высшего руководства* компании в реализации стратегических инициатив, предполагающих коммерциализацию новшеств. На предприятии должен быть лидер-новатор, способный преодолеть сопротивление изменениям, убедить более консервативных представителей руководства в целесообразности коммерциализации и постоянно курировать весь этот процесс.

3. *Четкое понимание потенциальных выгод коммерциализации.* В течение нескольких лет ведется государственная агитация в пользу инновационной деятельности, критикуется низкая инновационная активность бизнеса. Пока эти призывы не дают видимых результатов. Для того чтобы у промышленных предприятий появились мотивы к коммерциализации новшеств, необходимо сместить акцент с научно-технического аспекта инновационной деятельности к его конечной цели – получению прибыли в результате внедрения новшества. Проще

говоря, «инновации в промышленности – это то новое, что дает деньги» [3].

4. *Регулярное проведение маркетинговых исследований*. Неотъемлемой характеристикой инновации является создание потребительской ценности. Продукция будет востребована потребителями, если она позволяет удовлетворить их потребности. Согласно Руководству Осло, инновация есть *введение в употребление* какого-либо нового или значительно улучшенного продукта (товара или услуги) или процесса, нового метода маркетинга или нового организационного метода в деловой практике, организации рабочих мест или внешних связях. Следовательно, для обоснования целесообразности использования объекта ИС в собственных бизнес-процессах предприятия необходимо идентифицировать потребительскую ценность, которая будет создана в результате коммерциализации.

Не менее важным направлением маркетинговых исследований является исследование конъюнктуры рынка ИС в целях поиска потенциальных контрагентов по сделкам с правами на объекты ИС, новых рыночных предложений.

5. *Укрепление связей между производством и университетами*. Заинтересованность вузов в заключении хоздоговоров на проведение научных исследований очевидна. Но для предприятий совсем неочевидна полезность таких исследований для решения проблем производства, т.е. степень их практической применимости. С нашей точки зрения, процесс конструктивного взаимодействия вузов и производства не может быть форсирован, навязан извне. Здесь необходим эволюционный путь, предполагающий разнообразные формы взаимодействия, которые направлены на повышение информированности об актуальных проблемах и задачах производства (встречи специалистов предприятий с сотрудниками и студентами вузов, использование в образовательном процессе примеров конкретных предприятий, проведение на базе предприятий производственных практик и последующее трудоустройство студентов и т.д.). Эти формы взаимодействия обеспечат укрепление партнерских и личных связей специалистов предприятия и уни-

«инновации в промышленности – это то новое, что дает деньги»

в соответствии с целевыми установками федерального центра в регионах разрабатываются программы по формированию промышленных кластеров, содействию инновациям и т.п.

верситета, подготовят «почву» для конструктивного сотрудничества в сфере прикладных НИР и ОКР и повысят вероятность успешной коммерциализации.

6. *Поддержка региональных и местных властей, соответствие региональным программам инновационного развития.* Реалии российской действительности таковы, что вход предприятия на рынок, его стабильная работа и реализация новых возможностей во многом определяются наличием налаженных связей с представителями органов власти, государственных регулирующих организаций и естественных монополий. В соответствии с целевыми установками федерального центра в регионах разрабатываются программы по формированию промышленных кластеров, содействию инновациям и т.п.

Например, приоритетными направлениями социально-экономического развития Белгородской области являются сельское хозяйство и сельскохозяйственная переработка, агробиотехнологии, производство строительных материалов, машиностроение и металлообработка, биомедицинские и биофармацевтические технологии, энергоэффективность, энергосбережение и альтернативная энергетика, химическая промышленность, инновационная инфраструктура, горнодобывающая и металлургическая отрасли.

Вывод

Участие в программах и конкурсах, направленных на инновационное развитие приоритетных отраслей и видов деятельности, позволяет снять некоторые институциональные и бюрократические барьеры и рассчитывать на государственное софинансирование.

Литература

1. Оценка интеллектуальной собственности: новые тенденции и потребности практики: Стенограмма круглого стола ЦЭМИ РАН от 20 декабря 2011 г. [Электронный ресурс] // http://www.labrate.ru/20111220/stenogramma.htm.

2. ПБУ 14/07 Учет нематериальных активов (утв. Приказом Министерства финансов Российской Федерации от 27.12.2007 № 153н).

3. Бычков В.А. Инновации в управленческих стратегиях. Мифы и терминология [Текст] // Коммерциализация объектов интеллектуальной собственности и повышение капитализации компании. Материалы Третьего Всероссийского форума «Интеллектуальная собственность – XXI век», 20-23 апреля 2010 г. / Под ред. Е.В. Королевой. – М.: Российский государственный институт интеллектуальной собственности (РГИИС), 2010.
4. Карпова Н.Н. Интеллектуальная собственность и ВТО // Российское предпринимательство. — 2012. — № 2 (200). — с. 16-26. — http://www.creativeconomy.ru/articles/22773/

КЭ

Yuri I. Seliverstov
Cand. of Tech Sci., Professor, Chair of Finance Management,
Shukhov Belgorod State Technology University

Commercialization of Industrial Enterprises Intellectual Property: Indispensible Conditions and Factors of Success

Abstract

Article considers problems of intellectual property market development as key factor of innovative economy establishing. Analysis of investments structure in nonfinancial assets incl. IP is made. The reasons of low commercialization of IP are emphasized. Key factors of success IP commercialization success are defined.

Keywords: intellectual property, commercialization, investments, structure, deterrent values, factors of commercialization success