

УДК: 001.89

Интеллектуальная собственность и развитие инновационных практик в современной России

Валдайцева М. В. jelma93@yandex.ru

Эйвазов А. И. aaei@mail.ru

Университет ИТМО

191002, Санкт-Петербург, ул.Ломоносова, 9

Авторами проанализированы ключевые проблемы в области интеллектуальной собственности в РФ. Выделены такие направления преобразований, как совершенствование законодательства, повышение эффективности использования бюджетных средств, выделяемых на НИОКР, увеличение доли частных инвестиций, создание соответствующих образовательных стандартов, необходимость поощрения интеллектуальной деятельности на государственном уровне. В статье также рассматриваются вопросы управления маркетингом на рынке высокотехнологичных медицинских изделий. Выявлены значимые проблемы, которые необходимо решить для выработки надежных конкурентных стратегий позиционирования на рынке товаров медицинского назначения. Отдельное внимание уделено современным концепциям в сфере управления маркетингом для обеспечения успешного развития предприятий медицинской отрасли.

Ключевые слова: интеллектуальная собственность, государственная политика, рынок интеллектуальной собственности, интеллектуальная деятельность, управление маркетингом, инновационные технологии.

Intellectual property and the development of innovative practices in contemporary Russia

Valdaytseva M.V. jelma93@yandex.ru

Eyvazov A. I. aaei@mail.ru

University ITMO

191002, Russia, St. Petersburg, Lomonosov str., 9

The authors analyze the key issues in the field of intellectual property in the Russian Federation. Such directions of transformations, as the improvement of legislation, improving the efficiency of use of budgetary funds allocated for R & d, increasing the share of private investment, the establishment of educational standards, the promotion of intellectual activity at the state level. The article also discusses the issues of marketing management in the market of hi-tech medical products. Identified significant problems that must be solved to develop a reliable, competitive strategies, market positioning of medical supplies. Special attention is paid to modern capsacian in the field of marketing management to ensure the successful development of enterprises in the healthcare industry.

Keywords: intellectual property, public policy, market, intellectual property, intellectual activity, marketing management, innovative technologies.

За последнее десятилетие в экономической и политической литературе весьма интенсивно обсуждается возможность инновационного развития отечественной экономики[11]. Инновационный путь развития – это, безусловно, общемировая тенденция, которая представляет собой использование в качестве основного инструмента прогресса генерируемые обществом знания. Благодаря умственной деятельности человека появляются новые продукты, новые технологии производства, новое оборудование, новые ресурсы. И темп появления новых знаний с течением времени постоянно ускоряется, технологические уклады все быстрее и быстрее сменяют друг друга.

В настоящее время в мировой экономике произошло смещение акцента с проведения просто финансовых вложений в хозяйственную деятельность на осуществление интеллектуальных инвестиций, основой которых выступает интеллектуальная собственность. Именно интеллектуальная собственность составляет главный смысл инноваций и детально выстраивает внутреннюю логику отношений в каждом конкретном инновационном проекте, в любом высокотехнологичном предприятии, корпорации, отрасли, административном центре научно-промышленного города, региона, государства и в целом международного сообщества.

Основной проблемой экономики являлась и является постоянная нехватка различных ресурсов для удовлетворения потребностей общества[12]. Интеллектуальные ресурсы в отличие от большинства природных ресурсов не только наиболее воспроизводимые, но и быстро приумножаемые при правильной государственной политике и адекватно сложившихся отношениях в обществе. Поэтому ставка на интеллектуальные ресурсы может стать для нашего государства средством освобождения национальной экономики от чрезмерной зависимости от природных ресурсов, которые всегда могут истощиться, закончиться или на них просто поменяется спрос не в лучшую сторону. Такое изменение приоритетов позволит обеспечить экономике страны устойчивое и долгосрочное социально-экономическое процветание.

Важным является тот момент, что все страны в мировой экономике обладают разным уровнем процветания и развития, из-за чего может происходить перетекание «мозгов», финансовых средств и других благ из стран с неблагоприятными условиями в страны с более благоприятными. Это касается и интеллектуальной собственности, как результата умственной деятельности творческих людей. Между странами в дальнейшем все более остро будет происходить конкурентная борьба за интеллектуальные ресурсы. Не секрет, что за последние 10 лет около 1,5 млн. специалистов высшей квалификации предпочли более выгодные условия работы в странах с большим благоприятствованием исследовательской деятельности, чем в России[8, 14]. В этой связи основная задача руководства нашей страны не упустить оставшийся интеллектуальный потенциал.

Решение проблемы эффективной национальной инновационной системы, способной активно и масштабно «включить мозги нации» в экономический оборот и стабильно наращивать в бюджете доходы от высоких технологий, в существенной мере зависит от наличия качественной стратегии в сфере интеллектуальной собственности на государственном уровне[2].

Причем в формировании подобной стратегии должен применяться комплексный подход, который предполагает активные действия государства сразу по нескольким направлениям.

1. Совершенствование нормативно-правовой базы интеллектуальной собственности, которая позволит не только правильно оформлять результаты научно-исследовательской деятельности, но и обеспечит в дальнейшем беспрепятственное применение этих результатов в производстве для удовлетворения нужд общественности.

На сегодняшний день до конца не урегулированы вопросы управления процессами создания, закрепления прав на результаты интеллектуальной деятельности (РИД) и распоряжения ими, не

проработан механизм обеспечения баланса интересов заказчиков, исполнителей и авторов РИД, полученных в результате выполнения государственных контрактов. Государственные заказчики не заинтересованы в оформлении исключительных прав на РИД, обеспечивающих их последующее использование без дополнительного финансового обеспечения за счет бюджетных средств, а авторы – разработчики полученных по государственным контрактам РИД – в их выявлении, обеспечении правовой охраны и использовании. Незаинтересованность авторов РИД в их правовой охране вследствие отсутствия правовых норм, четко определяющих условия, размер, порядок и источники финансирования выплаты вознаграждения авторам РИД, является одной из основных причин недостаточной патентной активности в стране [8, 24].

2. Финансирование интеллектуальной деятельности должно осуществляться не только за счет средств федерального бюджета, но и с активным вовлечением в процесс инвестирования частного капитала.

Если посмотреть статистику по осуществлению финансирования научных исследований, то можно увидеть насколько далека от совершенства наша национальная инновационная система. В то время как в наиболее развитых странах наблюдается соотношение между государственными и частными источниками финансирования инноваций на уровне 40% к 60%, то у нас пока сохраняется противоположная тенденция (порядка 70% финансирования всех НИОКР приходится на долю государственного бюджета). Причем большая часть государственного финансирования не находит отражения в конкретных результатах научной деятельности. Так, Счетной палатой было подтверждено, что при затратах в период 2007-2008 годов более 230 млрд. рублей на цели финансирования различной научной деятельности стоимость зарегистрированных за Российской Федерацией нематериальных активов составила на конец 2009 года всего 3,5 млрд. рублей. А при проверке в 2010 году реализации федеральных целевых программ, содержащих мероприятия НИОКР, было установлено, что из 7360 государственных контрактов, проведенных в рамках всех 37 федеральных целевых программ, содержащих подобные работы, только в 415 контрактах были получены и зарегистрированы объекты интеллектуальной собственности [8, 11].

Основные сложности в привлечении частного капитала для финансирования НИОКР заключаются в несовершенстве законодательства в области коммерциализации интеллектуальной собственности; инновационная деятельность осуществляется в условиях неопределенности, и в отсутствии единого алгоритма идентификации, анализа, оценки и минимизации инновационных рисков существует опасность неэффективности реализации инновационных проектов [10, 42]; длительность отдачи от таких вложений может перекрывать возможные высокие доходы по инновациям.

3. Государственная политика в области кадрового обеспечения управления государственной и частной интеллектуальной собственностью.

Решение проблемы нехватки грамотных специалистов, способных управлять научными исследованиями и разработками в бизнесе и в государственных целевых программах – еще одна из насущных задач государства. В настоящее время подготовка подобных специалистов осуществляется бессистемно. Примерно в 30 вузах есть структуры, которые в той или иной степени занимаются вопросами интеллектуальной собственности. Существуют небольшие курсы по интеллектуальной собственности, по авторскому праву, еще меньше по промышленной собственности. При этом основное внимание уделяется правовой стороне, а вопросы коммерческого использования, оценки, введения в хозяйственный оборот остаются непроработанными. А, значит, государству необходимо выработать соответствующие образовательные стандарты, учитывая и требования к специалистам в области интеллектуальной собственности со стороны реального сектора [8, 17].

4. Меры по сокращению разрыва между наукой и промышленностью для повышения уровня коммерциализации результатов интеллектуальной деятельности.

Зачастую талантливые изобретатели, несмотря на свою повышенную творческую активность, очень плохо понимают текущую потребность как общества в целом, так и тех промышленных предприятий, с которыми они сотрудничают. Это выражается в статистике использования в реальном производстве тех изобретений, которые были осуществлены. Из 377 патентов, включенных в базу «100 лучших изобретений России», по данным федерального статистического наблюдения (на 31.08.2011 г.) за использованием интеллектуальной собственности по форме №4-НТ использованными значатся только 33 изобретения, из которых за 2007 г. – 12, 2008 г. – 13, 2009 – 5 и 2010 – 3 [4, 33].

И, конечно, необходимо отметить то, что на государственном уровне необходимо осуществлять всяческое поощрение творчества и изобретательства, т.е. должны быть созданы меры материального и морального стимулирования. Не все люди обладают творческим потенциалом, но тех, у которых он есть, следует соответствующим образом выделить в обществе. Изобретательство и креативность должны стать уважаемым и почетным делом в стране [1, 30]. Однако творческую деятельность надо аккуратно и грамотно направлять на покрытие потребностей как конкретных предприятий, так и общества в целом (т.е. постараться не допускать распыления интеллектуальных сил на те изобретения, которые не могут быть применены в реальности и не принесут пользу обществу).

5. Развитие рынка интеллектуальной собственности [9, 43], поскольку одной из важных причин, препятствующей коммерциализации РИД, является отсутствие спроса производственного сектора экономики на новые отечественные разработки. Предприятия предпочитают закупать за рубежом готовые технологии и оборудование, а не вкладывать средства в отечественные исследования и разработки. В этом направлении необходима разработка и реализация федеральной целевой программы, отраслевых и региональных целевых программ по созданию национального, отраслевых и региональных рынков интеллектуальной собственности как условие инновационного развития экономики страны, отрасли и региона, предусматривающей введение единого правового режима по формированию интеллектуальной собственности как объекта рынка с последующей стандартизацией этих правил, механизмов инновационной мотивации от автора до инвестора через коммерциализацию интеллектуальной собственности, специализированных подразделений в инновационной инфраструктуре и специально подготовленных ответственных должностных лиц в инновационных ведомствах [6, 66].

Рассмотрим частный пример развития инноваций в сфере маркетинга медицинского оборудования и расходных материалов. В этом сегменте не занята концептуальная ниша для понимания и признания главного ориентира и цели развития отрасли – поиска и удовлетворения потребностей покупателя или клиента. Огромным плюсом в развитии российского рынка медицинских инновационных изделий является постоянно и стремительно возрастающая динамичность внешней среды торгового медицинского бизнеса в условиях ограниченности ресурсов, качественных изменений в сознании потребителя и роста неопределенности, и это побуждает российских предпринимателей эффективно управлять маркетинговыми и инновационными потенциалами. Создание и предоставление товаров и услуг, которые предлагают потребителям выгоды, воспринимаемые как новые или более совершенные, невозможно на основе обобщения и систематизации прошлого опыта. Процессу управления современной системой маркетинга должны быть присущи принципиально новые методологические ориентиры. С учетом того, что инновационные технологии характеризуются неопределенностью, нелинейностью, подверженностью флуктуациям, наиболее перспективным направлением в России становится внедрение в теорию и практику инновационного управления маркетингом [13, 44]. Во

многим этому способствует создание открытой системы управления разработкой, производством, реализацией инновационных изделий, управления рисками на базе маркетинговых исследований с учетом запросов общества. В основе управления маркетингом в медицине лежат принципы удовлетворения потребностей пациентов в получении высокотехнологичной медицинской помощи [7, 27].

Для выработки надежных конкурентных стратегий позиционирования на российском рынке медицинского оборудования и расходных материалов необходимо решать различные проблемы. Самыми значимыми в настоящее время являются:

1. большое число получателей средств бюджетов различных уровней и организационно-правовых форм вследствие высокой коррумпированности структуры здравоохранения, что не позволяет медицинским компаниям «честно» конкурировать на рынке;
2. сложная система финансирования и распределения бюджетных средств, которая сильно затягивает процедуру ведения закупок и не позволяет планировать краткосрочные расходы фирме;
3. суженная «экономическая свобода поведения» большинства покупателей;
4. высокая степень административного регулирования и управляемости бюджетного рынка;
5. закрытость системы принятия решения о закупке медицинского оборудования;
6. чрезмерно большой ассортимент и низкий уровень стандартизации медицинских изделий, отличающихся сложными технико-эксплуатационными характеристиками, что обуславливает большую значимость экспертного мнения;
7. высокий уровень дифференциации на «богатый» и «бедный» сегменты;
8. низкий уровень инноваций в продукции отечественных производителей;
9. неразвитость сервисной базы у многих поставщиков медицинских изделий;
10. различные формы проведения закупок (аукционы, тендеры, котировки, прямые закупки) и высокие требования к процедуре подготовки документов для участия в них [3, 50].

Следует отметить, что в настоящее время этот рынок является высокосегментированным и насыщенным продукцией различных производителей. В связи с этим интеграция компаний в конкурентную борьбу возможна лишь при одновременном и комплексном использовании всех законных инструментов управления маркетингом в совокупности с административной поддержкой на начальном этапе своего развития. К сожалению, из-за нерешенности многих методических вопросов управления маркетинговыми процессами, непонимания особенностей рыночного участия лидеров-производителей высокотехнологичных медицинских изделий, ключевых факторов их успеха, механизмов создания отличительного преимущества, незнания эффективных алгоритмов формирования стратегии позиционирования и принятия решений в этой области эффективно функционировать на данном рынке начинающим компаниям не представляется возможным.

Успешное развитие инфраструктуры рынка медицинской техники требует применения соответствующих концепций и моделей управления предприятиями для обеспечения их эффективной коммерческой деятельности в новых условиях. Последние разработки в области торгового маркетинга имеют существенную методологическую значимость, но в основном они касаются вопросов ассортиментной, ценовой и коммуникационной политики торгового предприятия. Существующие методики не обеспечивают конкретные предприятия достаточной методической базой в области управления маркетингом торгового предприятия для реализации всего комплекса маркетинговых воздействий на потребителя. Классическое понимание этого термина, данное Ф. Котлером, определяет управление маркетингом следующим образом: «Управление маркетингом – это анализ, планирование,

претворение в жизнь и контроль за проведением мероприятий, рассчитанных на установление, укрепление и поддержание выгодных обменов с целевыми покупателями ради достижения определенных задач организации, таких, как получение прибыли, рост объема сбыта, увеличение доли рынка и т.п. В своем наиболее популярном образе управляющий по маркетингу предстает как специалист, изыскивающий столько клиентов, сколько нужно для реализации всего объема продукции, производимой фирмой в данный момент. Однако это – слишком узкое представление о круге его задач. Управляющий по маркетингу занимается не только созданием и расширением спроса, но и проблемами его изменения, а иногда и сокращения. Задача управления маркетингом заключается в воздействии на уровень, время и характер спроса таким образом, чтобы это помогало организации в достижении стоящих перед ней целей. Попросту говоря, управление маркетингом – это управление спросом» [5, 78].

В настоящее время необходимым становится внедрение концепций инновационного маркетинга и маркетинга взаимоотношений, обеспечивающих главенство на рынке покупателя, гармонизации интересов партнеров и государства в процессе их коммерческого и некоммерческого взаимодействия, побуждения бизнеса к появлению новых товаров, услуг и идей.

Подводя итоги всему вышеизложенному можно отметить, что Россия лишь начинает использовать существующие возможности по инновационному развитию общества. Однако положительные результаты будут достигнуты только в случае активного взаимодействия государственных органов, реального сектора и научного сообщества. Базой дальнейших действий должна стать государственная стратегия и выработанная на ее основе комплексная государственная политика в области интеллектуальной собственности, ибо именно она является средством обеспечения независимости, оздоровления и дальнейшего развития любой национальной экономики.

Список литературы

1. *Валдайцева М. В.* Человеческий капитал как фактор конкурентоспособности экономики России в условиях глобализации: состояние и направления совершенствования // Материалы VII Международного форума от науки к бизнесу «Глобализация инноваций» 15-17 мая 2013 г. - Санкт-Петербург: «Соло», 2013, с. 29-31;
2. *Захаров А.В., Леонтьев Б.Б.* Концепция государственной стратегии интеллектуальной собственности, 27 марта 2012 г.;
3. *Индилов Э.В., Синяев В.В.* Технологии выбора стратегии позиционирования изделий медицинского назначения // Народное хозяйство – 2010 - №3 — с. 48-53;
4. *Королева Е.В., Стрелков О.И.* Государственная поддержка малого и среднего предпринимательства в России в сфере инноваций и интеллектуальной собственности // Инновации — 2011 - №10 - с. 31-35;
5. *Котлер Филип, Армстронг Гари.* Основы маркетинга. 12-е издание. Пер с англ. — Пелявский О.Л., Назаренко А.В., 2010 — 1072 с.;
6. *Лопатин В.Н.* Приоритеты и проблемы формирования национального рынка интеллектуальной собственности как условия инновационного развития России // Аналитический вестник Совета Федерации ФС РФ — 2011 - №26 (438) с. 62-70;
7. *Салохединова, Р.Р., Синяева, И.М.* -Маркетинговые исследования рынка медицинских изделий для сердечно-сосудистой хирургии и оценка эффективности их импортозамещения // Маркетинг в России и за рубежом. – 2011 – №6 — с. 25-32;
8. Стенограмма парламентских слушаний на тему «Проблемы правового регулирования отношений в сфере правовой охраны и использования результатов интеллектуальной деятельности, созданных за счет средств федерального бюджета» // Инновации — 2011 - №12 - с. 3-26;
9. *Федоров Е.А.* Рынок интеллектуальной собственности как необходимое условие для модернизации России // Инновации — 2010 - №5 - с. 43-44;

10. Харин А.А., Смирнова В.Р., Зарайская И.Р. Управление интеллектуальной собственностью в инновационной деятельности // *Инновации* - 2011 - №5 - с. 41-46;
11. Шапиро Н.А. Новая индустриализация: политическая риторика и теоретическая трактовка/ Новая индустриализация России. Теоретические и управленческие аспекты. Коллективная монография. / под науч. ред. д.э.н. Н.Ф. Газизуллина. – СПб.: НПК «РОСТ», 2014.– с.36-43;
12. Шапиро Н.А. Территория России как рыночное пространство (или идеальная модель рынка для политики модернизации) // *Философия хозяйства. Альманах Центра общественных наук и экономического факультета МГУ им. М.В. Ломоносова*, 2011, № 1 (73) с. 85-91;
13. Щуклина З.Н., Юдина И.В. Особенности инновационного управления маркетингом // *Наука и экономика* – 2011 - № 4(8) — с. 42-48.

References

1. Valdaitseva M. V. Chelovecheskii kapital kak faktor konkurentosposobnosti ekonomiki Rossii v usloviyakh globalizatsii: sostoyanie i napravleniya sovershenstvovaniya // *Materialy VII Mezhdunarodnogo foruma ot nauki k biznesu «Globalizatsiya innovatsii» 15-17 maya 2013 g.* - Sankt-Peterburg: «Solo», 2013, P. 29-31;
2. Zakharov A. V., Leont'ev B. B. Kontsepsiya gosudarstvennoi strategii intellektual'noi sobstvennosti, 27 marta 2012 g.;
3. Indilov, E.V., Sinyaev, V.V. Tekhnologii vybora strategii pozitsionirovaniya izdelii meditsinskogo naznacheniya // *Narodnoe khozyaistvo* – 2010 - №3 – P. 48-53;
4. Koroleva E. V., Strelkov O. I. Gosudarstvennaya podderzhka malogo i srednego predprinimatel'stva v Rossii v sfere innovatsii i intellektual'noi sobstvennosti // *Innovatsii* – 2011 - №10 - P. 31-35;
5. Kotler Filip, Armstrong Gari. Osnovy marketinga. 12-e izdanie. Per s angl. – Pelyavskii O.L., Nazarenko A.V., 2010 – 1072 p.;
6. Lopatin V.N. Prioritety i problemy formirovaniya natsional'nogo rynka intellektual'noi sobstvennosti kak usloviya innovatsionnogo razvitiya Rossii // *Analiticheskii vestnik Soveta Federatsii FS RF* — 2011 - №26 (438) P. 62-70;
7. Salokhedina, R.R., Sinyaeva, I.M. -Marketingovye issledovaniya rynka meditsinskikh izdelii dlya serdechno-sosudistoi khirurgii i otsenka effektivnosti ikh importozameshcheniya // *Marketing v Rossii i za rubezhom.* – 2011 – №6 – P. 25-32;
8. Stenogramma parlamentskikh slushanii na temu «Problemy pravovogo regulirovaniya otnoshenii v sfere pravovoi okhrany i ispol'zovaniya rezul'tatov intellektual'noi deyatel'nosti, sozdannykh za schet sredstv federal'nogo byudzheta» // *Innovatsii* – 2011 - №12 - P. 3-26;
9. Fedorov E. A. Rynok intellektual'noi sobstvennosti kak neobkhodimoe uslovie dlya modernizatsii Rossii // *Innovatsii* – 2010 - №5 - P. 43-44;
10. Kharin A. A., Smirnova V. R., Zaraiskaya I. R. Upravlenie intellektual'noi sobstvennost'yu v innovatsionnoi deyatel'nosti // *Innovatsii* - 2011 - №5 - P. 41-46;
11. Shapiro N.A. Novaya industrializatsiya: politicheskaya ritorika i teoreticheskaya traktovka/ Novaya industrializatsiya Rossii. Teoreticheskie i upravlencheskie aspekty. Kollektivnaya monografiya. / pod nauch. red. d.e.n. N.F. Gazizullina. – SPb.: NPK «ROST», 2014.– P.36-43;
12. Shapiro N.A. Territoriya Rossii kak rynochnoe prostranstvo (ili ideal'naya model' rynka dlya politiki modernizatsii) // *Filosofiya khozyaistva. Al'manakh Tsentra obshchestvennykh nauk i ekonomicheskogo fakul'teta MGU im. M.V. Lomonosova*, 2011, № 1 (73) P. 85-91;
13. Shchuklina Z.N., Yudina I. V. Osobennosti innovatsionnogo upravleniya marketingom // *Nauka i ekonomika* – 2011 - № 4(8) – P. 42-48.