

**Вестник Московского
международного
университета**

научный электронный журнал

1 / 2018

Роль интеллектуальной собственности в инновационном процессе

ВАЛЯВСКИЙ
Андрей Юрьевич

кандидат экономических наук, АНОВО
«МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»,
a.valyavskiy@mmu.ru

УЧЕВАТКИНА
Надежда
Владимировна

кандидат технических наук, доцент, АНОВО
«МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»,
uchevatkina@yandex.ru

Ключевые слова:

инновации, инновационная деятельность, интеллектуальная собственность, инновационный менеджмент

Аннотация:

В данной статье рассмотрена основная роль интеллектуальной собственности в инновационном процессе. Представлена существующая классификация типов инноваций. Описаны инновационный и жизненный циклы, которые должна проходить инновация при ее коммерциализации. Приведены статистические данные по использованию результатов интеллектуальной деятельности в инновационной деятельности.

Получена: 22 октября 2018 года

Подписана к печати: 26 октября 2018 года

Введение

Важными показателями уровня инновационного развития любой страны является объемы и уровень правовой охраны результатов интеллектуальной деятельности, а также их коммерциализация. Без новаторских разработок нет инновационной деятельности, а без использования инструментов «инновационного менеджмента» невозможно реализовать на практике этот процесс.

Объекты и методы исследований

К сожалению, инновационная деятельность сопряжена с довольно жесткой конкуренцией. Поэтому создание инновационной разработки, заложенной в наукоемкой продукции или процессе, и обладающей конкурентным и монопольным преимуществом позволит предпринимателям и разработчикам извлекать максимальную прибыль.

В своих работах Йозеф Шумпетер доказывал, что двигателем экономического развития являются инновации в ходе динамического процесса, в котором новые технологии заменяют старые, назвав этот процесс «творческим разрушением». При этом «радикальные» инновации порождают крупные разрушительные изменения, тогда как поэтапные, «инкрементальные» инновации, представляющие собой разного рода функции, «бантики», новые возможности, которые бывают, доступны в следующей версии продукта, непрерывно двигают вперед процесс изменений [1].

Что же понимается под термином «инновация», «инновационная деятельность» и «инновационный менеджмент». Согласно Руководству Осло [2] под инновациями понимается введенный в употребление новый или значительно улучшенный продукт (товар, услуга) или процесс, новый метод продаж или новый организационный метод в деловой практике организации рабочих мест или во внешних связях. Инновация это всегда процесс, поэтому без понимания его сущности нет и коммерческой реализации.

В зарубежных странах осуществление инновационной деятельности любой организации невозможно без целенаправленного и системного управленческого подхода со стороны менеджеров. Для достижения устойчивого успеха на длительную перспективу следует обеспечить стабильный поток

инноваций, в связи с этим необходимо грамотное и непрерывное управление всеми аспектами деятельности, создающими способности к инновациям. В российском законодательстве [3,4] под инновационной деятельностью понимают деятельность (включая научную, технологичную, организационную, финансовую и коммерческую деятельность) направленную на реализацию инновационных проектов, а также на создание инновационной структуры и обеспечение ее деятельности.

Как видно из определения инновационная деятельность предполагает целый комплекс научных, технологических, финансовых и коммерческих мероприятий, которые в совокупности приводят к инновациям.

Инновации в принципах и процессах управления могут создать долгосрочное преимущество и привести к резким сдвигам в конкурентной позиции. За последние 100 лет управленческие инновации, больше, чем любые другие виды инноваций, позволили компаниям преодолеть новые пороговые показатели эффективности. Тем не менее, как ни странно, немногие компании имеют хорошо отточенный процесс для непрерывного управления инновациями. Для этого необходимо применение принципов, заложенных в инновационном менеджменте, понятие которого впервые было введено Йозефом Шумпетером, под которым понимается изменение (новые комбинации) производственных факторов, мотивированное предпринимательским духом, с целью внедрения и использования новых видов товаров, новых способов и методов производства, новых источников сырья, освоения новых рынков, новых форм организации производства (реорганизация с целью монополизации) [1].

К инновации относится не все то, что является новаторским или охраняется в качестве патентов. Это в первую очередь коммерчески реализованный продукт или услуга, которые по своим параметрам, характеристикам и свойствам значительно отличаются от ранее известных на рынке.

В настоящее время применяют различные подходы к классификации типов инноваций. Так, Шумпетер предложил перечень пяти типов инноваций [1]:

- 1) введение в обращение новых продуктов,
- 2) введение в обращение новых методов производства,
- 3) открытие новых рынков,
- 4) освоение новых источников снабжения сырьем или другими ресурсами,
- 5) создание новых рыночных структур для той или иной отрасли промышленности.

Наиболее распространенной является классификация типов инноваций, приведенная в Руководстве Осло [2], в соответствии с которой различают: продуктовые, процессные, маркетинговые, организационные.

Под продуктовыми инновациями понимаются основывающиеся на введении в употребление товаров или услуг, с новыми (существенно улучшенными свойствами, либо с новыми способами использования), например, клей БФ, нашедший применение также и в медицинском направлении в качестве ранозаживляющего средства.

Процессные инновации – базирующиеся на внедрении нового или существенно улучшенного способа производства либо доставки продукта. К данным инновациям в частности, относятся: лазерные режущие инструменты, системы отслеживания перемещений транспортных средств с использованием системы GPS, новые или значительно усовершенствованные компьютерные сети.

Маркетинговые инновации – представляют собой внедрение нового метода маркетинга, включая значительные изменения в дизайне или упаковке продукта, в его размещении, продвижении на рынок или методе назначения цены, примером маркетинговых инноваций может служить изменение дизайна флакона для духов и его внедрение на рынок, первое использование торговых марок, а также первое использование метода подстройки цены товара или услуги в соответствии со спросом на них.

Организационная инновация - внедрение нового организационного метода в деловую практику

предприятия, в организацию рабочих мест или внешних связей. Например, изменения в деловой практике, изменения в управленческой стратегии.

Согласно статистическим данным [6] в США примерно 2/3 всех инноваций относятся к продуктовым и 1/3 – к процессным, а в Японии наоборот, 2/3 инноваций относятся к процессным.

С учетом научно-технического значения и заложенного в инновациях потенциала для практического применения в инновационном менеджменте и экономике инноваций, как правило, инновации подразделяют на следующие виды [7]:

- базовые, которые опираются на крупные изобретения, и которые становятся основой формирования новых поколений и направлений развития техники;

- улучшающие, представляющие собой результат мелких и средних изобретений, появляющихся в процессе развития и совершенствования базовых разработок;

- псевдоинновации (модернизация и рационализация), направленные на рационализацию и частичное улучшение устаревших поколений техники и технологий в целях ускорения технического прогресса.

Последние выступают как временное решение, так называемая полумера по отношению к вышеперечисленным видам, закрывающая недостатки и позволяющая удержаться на рынке с морально устаревшей продукцией, а также сохранить неэффективные технологические процессы. Таким образом, инновации это особый инструмент предпринимательства, который способен наделять различные ресурсы новыми особенностями и обладающий рыночным преимуществом.

Интеллектуальная собственность является неотъемлемой частью инновационного процесса. Созданная в результате творческого труда человека она является показателем социального уровня развития общества. Превращение наиболее ценных разработок в интеллектуальную собственность привело к разделению всего массива создаваемых в мире продуктовых, процессных, маркетинговых и организационных инноваций на два блока: «неохраняемые» и «охраняемые».

К охраняемым инновациям относят интеллектуальную собственность, т.е. те разработки, которые имеют правовую охрану и обладают монопольным и конкурентным преимуществом.

Под «неохраняемыми» инновациями понимают результаты творческой и исследовательской деятельности, которые не имеют правовой охраны (идеи, открытия, методы, процессы и системы), к ним также относят и охраноспособные разработки обладающие признаками правовой охраны, но не имеющие ее в силу объективных обстоятельств.

Внедрение на рынок «охраняемых инноваций» по сравнению с «неохраняемыми» имеет ряд преимуществ [8]: уникальный характер, конкурентоспособность и абсолютная новизна охраняемых разработок, обеспечение монопольного положения правообладателей и лицензиатов на территории действия охранных документов; обеспечение максимальных объемов продаж и прибыли на монополизированных рынках; повышение деловой репутации и стоимости компаний; возможность использования новых форм предпринимательской деятельности (франчайзинг, инжиниринг, производственная кооперация на лицензионной основе и др.).

Доля охраняемых инноваций по сравнению с неохраняемыми (традиционными инновациями) в настоящее время растет. Этому способствует происходящие в мире процессы глобализации, создания и внедрения новых наукоемких технологий, интенсификации международного патентно-лицензионного обмена, которые ведут к непрерывному росту объемов и повышению роли ОИС в развитии национальных экономик и мировой экономики в целом.

Что бы инновация реализовала себя как таковая необходимо, что бы она прошла весь инновационный цикл:

1. период создания инновации, сопровождающийся выполнением необходимого объема научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ, разработкой и созданием опытной партии новшества, включающий в себя:

- зарождение;
- становления (разработка идеи);
- стадия освоения (эксперимент).

2. жизненный цикл инновации, включающий в себя:

- внедрение (производство опытной партии, маркетинговые исследования);
- рост (промышленное освоение с одновременным выходом продукта на рынок);
- зрелость (стадия серийного или массового производства и увеличение объема продаж);
- насыщение рынка (максимальный объем производства и максимальный объем продаж);
- упадок (свертывание производства и уход продукта с рынка).

Как правило, инновационный цикл внедрения результатов интеллектуальной деятельности достаточно продолжителен по времени и сложнее при реализации. Об этом говорят цифры, более 90% результатов интеллектуальной деятельности не используются в экономической деятельности и практически не участвуют в модернизации российской экономики и переводе ее на инновационный путь развития [8].

К сожалению, многие охраноспособные результаты интеллектуальной деятельности даже не имеют правовой охраны и на законных основаниях могут быть использованы конкурирующими фирмами. При этом основной причиной является тот факт, что многие предприятия, занимающиеся разработками и исследованиями в области создания инновационных продуктов даже не понимают всю важность их правовой охраны.

Еще одним минусом является то, что при реализации инновационного процесса уже на стадии «жизненного цикла» инновации выраженных в охраноспособных результатах интеллектуальной деятельности, подавляющая часть организаций останавливается на его правовой охране т.е. затратной части. По оценкам экспертов, сейчас в экономический оборот в России вводится не более 2 % всех разработок.

Важной составляющей инновационного процесса, в котором задействованы «охраняемые» инновации, является учет на балансе предприятия в качестве нематериальных активов, получивших правовую охрану результатов интеллектуальной деятельности. По данным отчета Роспатента за 2017 год отношение стоимости результатов интеллектуальной деятельности, поставленных на баланс в качестве нематериальных активов, к объему бюджетного финансирования государственных контрактов, в рамках которых созданы такие результаты интеллектуальной деятельности, составляет 0,607% [9].

Еще одной проблемой использования охраноспособных разработок в инновационном цикле является тот факт, что даже если созданная разработка имеет правовую охрану, то для продолжения ее жизненного цикла и коммерциализации требуются значительные затраты. Заранее неизвестно, каким будет результат инновационной деятельности, т. е. приведут ли исследования и разработки к успеху в создании принимаемого рынком продукта, сколько времени и ресурсов понадобится для внедрения нового производственного процесса, метода маркетинга или организации и насколько успешными они будут.

За рубежом результаты интеллектуальной деятельности, имеющие правовую охрану и учтенные на балансе в качестве нематериальных активов так же, как и материальные активы все более интенсивно вводятся в хозяйственный оборот, т.е. продаются, сдаются в аренду, учитываются в уставном капитале учреждений и т.д. При этом за последние десятилетия доля нематериальных активов резко возросла. Соотношение между материальными и нематериальными активами в Европе выглядит следующим образом: 1) в 1978 году 80:20%, 2) в 1988 54:46%, 3) в 1998 26:74%. В 2012 10:90% в пользу нематериальных активов соответственно. Однако по темпу роста ценности нематериальных активов лидерами оказываются вовсе не развитые, а развивающиеся страны, находящиеся на 1-м и 2-м этапах развития: Таиланд (25,9% рост); Россия (25,6%); Бразилия (24,8%); Вьетнам (24,5%); Чили (22,9%)

[10].

Для оценки инновационного потенциала ведущих и развивающихся стран используется глобальный инновационный индекс (The International Innovation Index), который является частью большого исследования, рассматривающее как бизнес-результаты инноваций, так и способность правительства поощрять и поддерживать инновации через государственную политику. Согласно докладу «Глобальный инновационный индекс», подготовленному совместно Корнельским университетом, школой бизнеса INSEAD и Всемирной организацией интеллектуальной собственности (ВОИС) за 2017 год, возглавляют рейтинг ведущих стран-новаторов Швейцария, Швеция, Нидерланды, США и Соединенное Королевство, а группа стран, в которую входят Индия, Кения и Вьетнам, опережает страны, достигшие того же уровня развития [11]. Российская Федерация занимает лишь 45-е место (из 128 стран), а среди европейских стран 31-е (среди 35 ведущих европейских государств).

Таким образом, в условиях рыночной экономики невозможно для предпринимательских структур осуществлять научно-техническую деятельность в отрыве от инновационной, поскольку только на этапах инновационной деятельности проходит не только возмещение всех затрат на стадии научно-исследовательской деятельности, но и обеспечивается прибыль и эффективность всего инновационного процесса. К сожалению, инновационная деятельность является высокорисковой и затратной, а для ее эффективного развития необходимо сочетать усилия бизнеса и финансово-организационную поддержку государства (налоговые льготы, субсидии на правовую охрану созданных разработок и т.д.).

Инновационный менеджмент является очень трудной управленческой задачей, при которой руководители должны улучшать инновационную структуру, а также осуществлять стимулирование инновационной деятельности, путем введения различных льгот и мотиваторов.

Литература

1. Шумпетер Й. А. Теория экономического развития. М.: Прогресс, 1982.
2. Oslo Manual: Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data, 3rd Edition Manuel d'Oslo: Principes directeurs pour le recueil et 'interpretation des donnees sur l'innovation, 3e edition, 2005.
3. Модельный закон об инновационной деятельности (Принят в г. Санкт-Петербурге 16.11.2006 Постановлением 27-16 на 27-ом пленарном заседании Межпарламентской Ассамблеи государств-участников СНГ, протокол МПА СНГ от 16 ноября 2006 №27-16).
4. Федеральный закон от 23.08.1996 N 127-ФЗ (ред. от 23.05.2016) «О науке и государственной научно-технической политике» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2017).
5. Управление инновациями в российских компаниях 2016. Электронный ресурс: http://www.rvc.ru/upload/iblock/0dd/Management_of_Innovations_in_Russian_Companies.pdf.
6. Казанцева А.К. Основы инновационного менеджмента. Теория и практика /А.К. Казанцева, Л.Э. Миндели. – М.: «Издательство «Экономика», 2014.
7. Статистика науки и инноваций. Краткий терминологический словарь / под ред. Л. М. Гохберга. М.: ЦИСН, 1996.
8. Мухопад В.И., Володенкова Е.И. Интеллектуальная собственность и ее место в национальной инновационной системе России. Вестник РАЕН. 2013. № 1. С. 89-97.
9. Отчет о деятельности Роспатента за 2017 год. Ежегодное официальное издание Федеральной службы по интеллектуальной собственности (Роспатент). Москва, 2018.
10. Гунина Е.Н., Казаков А.А. Роль нематериальных активов в стоимости предприятия. Международный научно-исследовательский журнал. Страницы: 30-32 Выпуск: №8 (39) Часть 1.
11. The Global Innovation Index 2017. Электронный ресурс: Innovation Feeding the World. www.globalinnovationindex.org.

The role of intellectual property in the innovation process

VALYAVSKY
Andrey

ANOHE «MOSCOW INTERNATIONAL UNIVERSITY»,
a.valyavskiy@mmu.ru

UCHEVATKINA
Nadezhda

ANOHE «MOSCOW INTERNATIONAL UNIVERSITY»,
uchevatkina@yandex.ru

Keywords:

innovations, innovative activity,
intellectual property, innovative
management

Annotation:

In this article the main role of intellectual property in the innovation process is considered. Present classification of types of innovations is presented. The innovation and life cycles, which innovation should undergo during its commercialization, are described. The statistical data on the use of the results of intellectual activity in innovation activity are given.

Цитирование: Валявский А. Ю., Учеваткина Н. В. Роль интеллектуальной собственности в инновационном процессе // Вестник Московского международного университета. 2018.№1 (1), URL: <https://vestnik.mi.university/journal/article.php?id=2141>.

Cited as: Valyavsky A., Uchevatkina N. "The role of intellectual property in the innovation process" // Vestnik. №1 (1), (2018):