

Инновационная стратегия управления коммерциализацией интеллектуальной собственности вуза

© 2009 Я.В. Бганцева

© 2009 М.А. Коваженков

кандидат философских наук, доцент

Волгоградский государственный технический университет

Изложено понимание сути процесса коммерциализации, выделены этапы коммерциализации, выявлены ее характерные черты. Рассмотрены проблемы российского рынка коммерциализации и интеллектуальной собственности, предложены способы их решения путем внедрения инновационной стратегии организации управления коммерциализацией интеллектуальной собственности (КИС) в отечественных вузах. Определены функциональная сторона деятельности Управления КИС, принципы организации его работы, выделены ключевые преимущества предложенной инновационной стратегии.

Ключевые слова: инновационные продукты, коммерциализация, интеллектуальная собственность вуза.

Несмотря на наличие значительных научных разработок и высокий уровень образования персонала научно-исследовательских институтов, научно-техническая сфера России переживает не лучшие времена. Отечественная промышленность остро нуждается в обновлении производства (прежде всего в обновлении технологии), 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 процесса¹. Как полагает Дж. Казметский, “коммерциализация... представляет собой процесс, с помощью которого результаты НИОКР своевременно трансформируются в продукты и услуги на рынке”². По мнению Я.Н. Грика и Е.А. Монастырного, коммерциализация инновационной идеи представляет собой получение дохода от ее продажи или использования в собственном производстве³. Большой экономический словарь дает следующее определение: коммерциализации - это “подчинение деятельности целям извлечения прибыли”⁴.

На наш взгляд, указанные определения недостаточны. В частности, определение Дж. Каз-

метского указывает на возможность деления инновационного процесса на собственно разработку новаций и на их трансформацию в рыночные продукты, в то время как процесс коммерциализации должен неразрывно связывать эти этапы. Кроме того, не указано, какие сроки коммерциализации стоит считать “своевременными”.

В определении Я.Н. Грика и Е.А. Монастырного некоторую неясность вносит использование понятия “инновационная идея”, поскольку любой этап инновационного процесса, на наш взгляд, представляет собой определенную инновационную идею, не обязательно при этом дающую возможность для коммерциализации. В то же время в данной дефиниции подчеркивается важная деталь: коммерциализация инноваций предусматривает получение дохода от внедрения или продажи.

В связи с наличием указанных неточностей приведем собственное определение понятия “коммерциализация”. Итак, **коммерциализация** - 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

¹ Дежина И., Салтыков Б. Механизмы стимулирования коммерциализации исследований и разработок // Общество и экономика. 2004. № 7/8. С. 190.

² Казметский Дж. Вызов технологических инноваций на пороге новой эры общемировой конкуренции // Трансфер технологии и эффективная реализация инноваций. М., 1999. С. 11.

³ Грик Я.Н., Монастырный Е.А. Ресурсный подход к построению бизнес-процессов и коммерциализации разработок // Инновации. 2004. № 7. С. 85 - 87.

⁴ Большой экономический словарь. М., 1998. С. 254.

их тесной взаимосвязи. Сегодня такой возможностью обладают, прежде всего, высшие учебные заведения, на базе которых могут быть созданы инновационные фирмы, венчурные наукоемкие структуры различных форм собственности, а также такие качественно новые экономические образования, как бизнес-инновационные центры, инкубаторы бизнеса, технопарки, инжиниринговые центры, учебно-научно-инновационные комплексы (УНИК), инновационные кластеры, консалтинговые фирмы и т.п.⁵

Конечным результатом инновационной деятельности является создание какого-либо новшества, однако процесс коммерциализации не только должен быть непрерывным, как и сам инновационный поиск, а должен начинаться еще до окончания разработок. Представим этапы процесса коммерциализации (рис. 1).

Прежде всего, в процессе коммерциализации происходит поиск и отбор проектов для внедрения в производство еще до окончания НИР. Поиск инновационных проектов осуществляется согласно критериям, предъявляемым к ним субъектом коммерциализации. В частности, поскольку речь идет 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. Кроме того, это определяет требования и к самой инновационной деятельности: она должна быть ориентирована на проблемы реальной экономики.

Третий этап процесса коммерциализации - распределение и закрепление прав на возникающую интеллектуальную собственность. Данный момент является особо важным, поскольку инновация, не защищенная должным юридическим образом, фактически не принадлежит 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 прав на интеллектуальную собственность и продолжение процесса коммерциализа-



Рис. 1. Этапы процесса коммерциализации новшества

⁵ Инновационная деятельность в высшей школе России / И.Л. Коленский и др. // Качество. Инновации. Образование. 2002. № 1. С. 28 - 29.

ции интеллектуальной собственности являются единственно приемлемым механизмом внедрения инноваций в реальный промышленный сек-



Рис. 2. Критерии коммерциализуемости новации*

* Зеткин А.С., Кортов С.В. Методологический подход к оценке коммерциализуемости инновационных продуктов // Качество. Инновации. Образование. 2002. ¹ 1. С. 46.

тор, учитывающим интересы правообладателей, разработчиков и заказчиков новации.

Наконец, последний этап коммерциализации - внедрение новации в производство с дальнейшей ее доработкой и технико-правовым сопровождением. Таким образом, достигается конечная цель процесса: новация реализуется в конечном рыночном продукте, принося прибыль по обратной цепи от производителя к правообладателю 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. Во-первых, по-прежнему остаются трудности с законодательством: федеральные законы допускают ошибки и устанавливают противоречивые правовые режимы, существует неразбериха в определении правового статуса некоторых видов интеллектуальной продукции. Во-вторых, отечественный рынок интеллектуальной собственности вырос из советских нерыночных реалий. В то время как развитие западных рынков интеллектуальной собственности и коммерциализации проходило под влиянием рыночных механизмов и в коэволюции с патентной системой, в СССР рынок отсутствовал; это привело к тому, что сегодня в России нет связи между патентной системой и реальной экономикой.

И, наконец, наиболее острой, на наш взгляд, проблемой является проблема отсутствия данных для широкого применения продвинутых эконометрических методов, разработанных западной и отечественной наукой, что необходимо для решения одной из важнейших задач процесса коммерциализации - оценки инновации и оценки ее коммерциализуемости.

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

В данной связи предлагается реализация инновационной стратегии развития вуза путем 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 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 сторонних компаний; маркетинг интеллектуальной собственности вуза, реклама перспективных разработок; осуществление взаимодействия с предприятиями региона путем организации и участия в региональных, национальных и международных мероприятиях, посвященных перспективным меха-

низмам коммерциализации новаций; 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 (в большинстве вузов коммерциализацией занимаются подразделения, основной массой сотрудников которых являются инженеры и исследователи, не знакомые с тонкостями экономической конъюнктуры); широкое использование правового механизма регулирования в управлении интеллектуальной собственностью вуза; инновационная деятельность учебного заведения получает эффективную базу для дальнейшего развития разработок.

Основными принципами политики Управления КИС должны быть: сохранение, развитие и использование интеллектуального потенциала вуза; обеспечение партнерских отношений с внешней средой; стимулирование инновационной активности исследователей; принятие защитных мер по противодействию незаконному использованию интеллектуальной собственности вуза; ориентация на конкурентоспособные, перспективные, рыночно востребованные технологии.

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, властью.

Инновационная стратегия организации Управления КИС должна учитывать существующие проблемы коммерциализации российских новаций именно в вузовской среде. Во-первых, следует понимать, что большинство ученых не имеют практических навыков создания бизнес-плана, и очевидно, что Управлению КИС вуза необходимо иметь в своем штате профессионального экономиста с опытом работы на рынке интеллектуальной собственности.

Во-вторых, 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 кроется в участии Управления КИС в инновационной деятельности вуза и региона, стимулирования разработок и активного маркетинга интеллектуальной собственности.

В-третьих, и это основная проблема российской науки, в стране фактически отсутствует инфраструктура по коммерциализации новаций, включающая вузы в сферу своей деятельности и сотруд-

ничества. Несмотря на существование относительно большого количества структур⁶, 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.

В целом предполагается, что деятельность Управления КИС должна быть направлена в том числе на обустройство региональной инфраструктуры коммерциализации новаций. От этого в первую очередь зависит активизация субъектов рынка: сначала правообладателей интеллектуальной собственности и разработчиков, а затем инновационных структур региона, промышленных предприятий, местной и региональной власти.

Важным моментом в деятельности Управления КИС является использование немногих значимых преимуществ коммерциализации именно российских технологий и новаций. Во-первых, 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, т.е. 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 дает Управлению КИС высшего учебного заведения возможность организовать скупку интеллектуальных активов у ученых-одиночек и отдельных групп исследователей, осуществив консолидацию интеллектуальной собственности региона, с одной стороны, и обеспечив собственный отдел НИОКР перспективными разработками - с другой.

Таким образом, для эффективности процесса коммерциализации интеллектуальной собственности в вузе нами предлагается инновационная стратегия организации Управления КИС в структуре учебного заведения, которое сможет осуществлять не только процесс коммерциализации перспективных разработок вуза, но и непрерывное и полное управление интеллектуальной собственностью вуза с целью наиболее полного использования ее экономического потенциала.

Поступила в редакцию 06.08.2009 г.

⁶ Инновационная деятельность в высшей школе...