

МИНИСТЕРСТВО ВЫСШЕГО И СРЕДНЕГО СПЕЦИАЛЬНОГО
ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН

ТАШКЕНТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ АБУ РАЙХАНА БЕРУНИ

УДК 657.421.1 (075.8)



ГУЛАМОВ Ш.М.

**ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ
СОБСТВЕННОСТЬЮ**

**КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ
ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТЬЮ**

для получения степени бакалавра

Руководство под

Юсупбеков Н.Р

Ташкент – 2012

Работа посвящена основам управления интеллектуальной собственностью. Приведены основные понятия и определения данной предметной области. Изложено состояние правовой охраны объектов интеллектуальной собственности. Сформулированы основные принципы и обоснована методология организации управления интеллектуальной собственностью (ИС) и другими нематериальными активами (НМА), необходимая при организации высокоэффективного управления современным высокотехнологичным предприятием. Отображено современное состояние изобретательской активности в области химии и химической технологии.

Работа предназначена для студенческого состава высших учебных заведений, стажеров-исследователей-соискателей, старших научных сотрудников-соискателей, слушателей курсов повышения квалификации, а также широкого круга специалистов в области управления техническими, социальными и экономическими системами.

Содержание

Введение	4
1.1. Основные понятия и определения	14
1.2. Правовая охрана объектов интеллектуальной собственности	32
1.3. Правовая охрана объектов интеллектуальной собственности (ОИС) в Узбекистане	46
1.4. Состояние изобретательской активности в области химии и химической технологии	55
1.5. Роль и место интеллектуальной собственности в современном высокотехнологичном бизнесе	70
1.6. Концептуальные основы организации управления интеллектуальными активами предприятия	91
1.7. Функции интеллектуальной собственности в высокотехнологичном бизнесе	119
1.8. Коммерциализация интеллектуальной собственности	140
1.9. Правовая охрана коммерчески ценных идей и разработок высокотехнологичного бизнеса	153
Заключение	175

Введение

Эволюция управленческой мысли как научного учения о принципах, методах и системах управления, начиная с книги Фредерика У. Тейлора «Принципы научного управления», опубликованной в 1911 году, и до наших дней прошла в общем-то весьма бурный период развития. В разное время возникали и доминировали среди ученых и практиков школы научного управления, административного управления, а также анализа и моделирования управления с точки зрения человеческих отношений, затем управления с позиции науки о поведении и еще позднее - с позиции количественных методов. Основные подходы к решению проблем управления в сегодняшней науке рассматриваются учеными и практиками как:

- подход с позиции выделения научных школ;
- процессуальный подход, представляющий управление как непрерывную серию технологически взаимосвязанных управленческих функций;
- системный подход, рассматривающий управление как организационную систему взаимосвязанных элементов (например, таких как персонал, цели, задачи, структуры, технологии, функции);
- ситуационный подход – один из последних и ничуть не противоречащий всем предыдущим, состоящий в том, что выбор принципов, методов и технологий управления происходит, исходя из ситуации, объективно сложившейся на данный момент.

Все эти подходы и школы управленческой мысли в целом взаимодополняют друг друга и, в основном, определяют характер взаимоотношений руководителей и подчиненных. При этом немаловажную роль играет сама структуризация организационной системы управления. Традиционно в качестве ресурсов, участвующих в управлении, раньше рассматривались материально-технические, финансовые, энергетические и информационные ресурсы. В последнее время к ним добавились нематериальные активы (НМА), пока не имеющие четкой структуризации. Зачастую они рассматриваются вместе с персоналом организации как ее интеллектуальный потенциал.

Важнейшей составляющей этого потенциала является интеллектуальная собственность (ИС) – ввиду того, что она формализована и отчуждаема от персонала, по тому, как так называемые «ноу-хау» в буквальном смысле означающие «знаю как» не формализованы и находятся лишь в сознании специалиста. И это логично. Собственностью может быть лишь то, что отчуждаемо. И это отчуждение, в основном, нормально, законно и непротивоестественно. Знания и профессиональные секреты, которыми владеет личность, не являются собственностью. Это – лишь элементы интеллектуального потенциала. Здесь уже имеет место иное понятие и, пожалуй, более емкое и сложное, чем понятие ИС. Поэтому можно ожидать, что акценты развития современной управленческой мысли должны в ближайшие годы смещаться в сторону повышенного внимания к интеллектуальному потенциалу субъектов управления.

Управление интеллектуальной собственностью – это выявление, анализ, планирование, организация режимов охраны, коммерциализация, защита и контроль за процессами создания, использования результатов творческой деятельности физических и юридических лиц и средств их индивидуализации.

Охраняемые результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации юридических лиц, товаров, работ и услуг сегодня являются генетической основой современного высокотехнологичного бизнеса (ВТ-бизнеса).

При этом интеллектуальная собственность (ИС) является не только инструментом ВТ-бизнеса, но и аппаратом, которым оперирует макроэкономическая политика. Ее специфика выражается в следующем:

- ИС - продукт реализации высокопрофессиональных междисциплинарных знаний, позволяющий получать высококачественный результат научно-технической или высокохудожественной деятельности. Затем этот результат становится объектом юридического оформления охранных отношений, и уже потом, будучи объектом учетной политики бизнеса, становится активом бухгалтерского учета, что позволяет полноценно использовать ее в хозяйственной

деятельности в виде капитала;

- ИС всегда ориентирована на высокое качество потребительских свойств в высокотехнологичных товарах и услугах, что обеспечивает четкую потребительскую ориентацию в условиях рынка;

- в сфере полноценных экономико-правовых отношений ИС гарантирует своим владельцам и авторам полные или частичные права собственности и соответственно вознаграждение при любых трансформациях и передаче результатов творчества в различных областях ее использования;

- ИС - весьма эффективный стимулятор повышения продуктивности деятельности персонала предприятия. Способность одновременно учесть интересы многих участников инновационного процесса, ведущими среди которых являются авторы и правообладатели объектов интеллектуальной собственности, позволяют по-иному выстраивать экономику бизнеса;

- ИС - специфический стимулятор развития макроэкономических процессов в экономике и регулятор перетока научно-технических разработок, высококвалифицированного персонала и денежной массы из одних бизнес-систем в другие, из одних стран и регионов в – другие.

Весомым интеллектуальным потенциалом обладают все высококвалифицированные специалисты любой организации. Более того, уместно говорить об интеллектуальном потенциале предприятия, фирмы, корпорации и даже территориально-административных единиц, районов, муниципальных образований, а также города, республики, государства.

Управление интеллектуальным потенциалом - это проблема будущего управленческой мысли. Ниже речь будет идти, в основном, лишь об управлении ИС и некоторыми другими НМА, то есть той части интеллектуального потенциала, применительно к которой в мировой практике уже сложились механизмы их эффективного использования.

Под управлением активами понимается инвестиционная стратегия, предполагающая способность организовать выпуск

новых ценных бумаг или займов, определить стоимость залога, а также возможности заёмщика погасить долг, выплачивать проценты по займам и погашать часть основной суммы долга, срок оплаты которой наступил.

Трансформируя эту формулировку на ИС и другие НМА, следует также в основном рассматривать стратегию наиболее эффективного использования этих активов.

Управление НМА - это управление всеми операциями с правами и привилегиями субъекта, начиная с их создания (приобретения или оформления) и заканчивая получением тех преимуществ и выгод, ради которых оно начиналось.

Важнейшими операциями среди них являются идентификация, инвентаризация, оценка, учёт, трансферт и все виды передачи прав по этим активам. Сюда же следует отнести также все операции, обеспечивающие их надежную правовую защищенность и высокую эффективность их использования. Начальными или исходными процедурами в общей системе управления этими активами являются регистрация и идентификация прав, а также их инвентаризация. Все это предполагает и осуществление оценочных процедур. В конечном счете, учет НМА в рамках активов возможен на стоимостной основе.

Субъекты управления НМА - это физические или юридические лица, стремящиеся полноценно реализовать эти активы в хозяйственной деятельности. К ним относятся предприниматели, ученые, инженеры, другие творческие работники, предприятия, общественные организации, администрации регионов, правительственные, судебные и парламентские администрации.

Объект управления НМА - это права и привилегии, относящиеся к объектам собственности, в том числе интеллектуальной. Сюда относятся патенты, свидетельства, сертификаты, лицензионные договоры, допуски, лицензии на разработку месторождений, авторские работы, программные продукты, ноу-хау и другие права.

Сегодня формируются новые направления менеджмента в сфере управления собственностью и здесь, пожалуй, принципиально новое звено - это менеджмент в сфере ИС. Речь

идет об **управлении отношениями субъектов в сфере интеллектуальной собственности и других НМА**. Безусловно, это управление носит целевой характер и с позиции собственника всегда ориентировано на наиболее эффективное использование, как прав, так и самого объекта собственности. С позиции конкурента нередко оказываются обратные действия, дестабилизирующие любое эффективное управление. Поэтому прежде чем рассматривать управление собственностью, необходимо оценить складывающиеся так называемые инфраструктурные отношения, то есть взаимодействие этого объекта собственности и его владельца с внешней средой. Здесь, в первую очередь, следует оценить: имущественные отношения субъектов, пытающихся каким-то образом строить отношения с данным объектом собственности (например, это - собственники, арендаторы, временные пользователи, конкуренты); конъюнктуру потребности рынка в данной собственности и ее стабильность на момент оценки, исходя из текущего состояния и ретроспективных данных; вероятные риски целевого использования собственности или вероятность целевой эффективной реализации прав собственника.

Предполагается, что в ближайшей перспективе должны появиться новые научные и прикладные направления, а именно: управление промышленной собственностью в различных отраслях экономики; управление НМА на уровне государства и регионов; управление ИС на предприятии, в научных, проектных и конструкторских организациях; управление налоговым планированием в сфере интеллектуальных активов предприятия, региона, государства; управление ИС в сфере информационных технологий; управление ИС в инновационной сфере и в инвестиционных проектах.

Управлять ИС предприятия можно лишь на основе системы управления высококвалифицированным персоналом. При этом управление должно быть не столько административным, сколько экономическим, точнее, экономико-правовым. У данной категории персонала предприятия должны быть, с одной стороны, жесткие юридические ограничения по правам присвоения и использования результатов их творческой деятельности, с другой - действенные экономические стимулы,

отличающиеся от тех, что используются в отношении представителей исполнительского потенциала. В этом случае возможно эффективное управление ИС и другими НМА, создаваемыми на предприятии и приобретаемыми со стороны. Поэтому объект управления ИС и другими НМА на предприятии будет выглядеть предпочтительнее как двухуровневая структура. На верхнем уровне объект управления воплощают высококвалифицированные специалисты, на втором, нижнем уровне - сами объекты ИС.

Понятие ИС появилось всего несколько десятилетий назад. Конвенция, учредившая Всемирную организацию интеллектуальной собственности (ВОИС), заключенная в Стокгольме 14 июля 1967 года, в статье 2 (VIII) дает определение, объясняющее, что "интеллектуальная собственность включает права, касающиеся: литературных, художественных и научных произведений; выступлений исполнителей, фонограмм и программ эфирного вещания; изобретений во всех областях человеческой деятельности; научных открытий; промышленных образцов; товарных знаков, знаков обслуживания и торговых названий и обозначений; пресечения недобросовестной конкуренции.

Порядок их использования в хозяйственной, производственной и коммерческой деятельности регулируется рядом нормативных, международных и государственных правовых актов. Задача предпринимателей и предприятий состоит в строгом соблюдении требований этих актов. Страны, не соблюдающие эти нормы, не получают льгот в сфере международной торговли и кооперации. Поэтому управление этими активами должно строиться прежде всего на соблюдении всех требований международных и национальных нормативных актов.

Рассматривать лишь ИС в качестве объекта управления на предприятии и не учитывать остальные НМА было бы неправильным, поскольку речь идет об управлении факторами преимущества предприятия на рынке, которые, как правило, дают максимальный эффект лишь в комплексе. Можно было бы проранжировать по значимости и юридической защищенности следующим образом: интеллектуальная собственность; другие

нематериальные активы; факторы, обеспечивающие другие преимущества предприятия на рынке.

Однако управление ИС может осуществляться не только на предприятии. Его развитие имеет прямой смысл и на уровне региона, и на уровне государства, и даже на уровне отдельной предприимчивой личности (например, предпринимателя без образования юридического лица). Здесь речь идет о самоуправлении. Комплексно управлять ИС можно только в составе остальных НМА, тогда речь идет об управлении всей их совокупностью. В этом случае ИС выступает в качестве одной из подсистем более общей системы реализации юридически оформленных преимуществ, зафиксированных в управлении. В отличие от остальных НМА предприятия ИС выступает как наиболее юридически защищенная и вместе с тем, стратегически важная составляющая интеллектуальных активов. Поэтому, говоря об управлении НМА предприятия, в первую очередь, следует иметь ввиду управление ИС.

Как уже отмечалось, в международной практике под НМА обычно понимают все юридически оформленные права и привилегии фирмы или корпорации, участвующие в их хозяйственной деятельности. Можно сказать и по-другому: НМА - это все юридически оформленные явные и неявные преимущества предприятия, которые влияют на эффективность его деятельности. При этом понятно, что далеко не все преимущества юридически оформляются. Из них те, что выявлены, юридически оформлены и учтены на балансе предприятия, называют **идентифицированными**. Остальные, не учитываемые на бухгалтерском балансе, называют **неидентифицированными**.

Для того, чтобы эффективно управлять выращиванием и реализацией каждого конкретного объекта ИС необходимо, как минимум, распределить основные работы персонала по времени, а также по жизненному циклу объекта ИС, который в общем виде можно представить как совокупность пяти этапов, в течение которых требуется: *во-первых*, ее создать, т.е. разработать идею и зарегистрировать на нее право; *во-вторых*, вовлечь в хозяйственный оборот, т.е. задействовать ее в хозяйственной деятельности в таких процессах, как разработка, освоение

технологий, производство продукции, коммерческая реализация продукции; *в-третьих*, грамотно решать вопрос стимулирования лиц, участвующих в хозяйственной деятельности, имея в виду, в первую очередь, владельцев прав на ИС; *в-четвертых*, полноценно и масштабно реализовать на рынке идею, лежащую в основе данного объекта ИС, т.е. получить от ее использования максимальный доход, не нарушая юридических и этических норм; *в-пятых*, своевременно решать вопрос качественного обновления идеи, лежащей в основе данного объекта ИС, а также обновления соответствующих прав на него.

Процесс управления ИС - это комбинированный процесс регулирования эффективностью совокупного множества операций и процедур, связанных с качественной и масштабной реализацией самой идеи, лежащей в основе данного объекта собственности. Все множество этих процедур и операций можно классифицировать в рамках модели периодического обновления НМА, применимой для субъекта любого уровня управления.

Правильное всестороннее понимание ИС теми, кто с ней работает на предприятии, в итоге определяет успех всего бизнеса. И, наоборот, однобокое ее понимание, которое особенно свойственно юристам или некоторым многоопытным патентоведом, позволяет лишь начать общение с руководителями многих служб на предприятии.

Концепция основных функций ИС предложена и используется на ряде предприятий. Она имеет большое прикладное значение при работе с активами в хозяйственной деятельности. Суть концепции состоит в выделении шести важнейших функций ИС и построении на этой основе системы управления бизнесом в различных отраслях. Здесь выделяются три пары асимметрических стратегий, которые, как и ранее, распределяются на три базовых состояния потенциала предприятия - интеллектуальную, финансовую и материальную составляющие бизнеса.

Как весьма специфическая собственность ИС обладает следующими шестью функциями – товарной, технологической, правовой, экономической, символической и культуuroбразующей (идеологической). В этой связи ИС как объект комплексного управления может рассматриваться на предприятии как: средство

насыщения товара особыми потребительскими свойствами; средство обеспечения технологического превосходства над конкурентами; средство обеспечения высокой и стабильной правовой защищенности бизнеса, включая средство индивидуализации юридического лица; средство экономического управления капиталом с целью устойчивого извлечения сверхприбылей и наращивания его стоимости; средство индивидуализации бизнеса на основе бренд – стратегии; средство формирования новой корпоративной культуры с целью обеспечения быстрой обновляемости высококачественных товаров и услуг.

Рассматривая ИС как средство новой идеологии общества, следует упор делать на выработку новой этики поведения на рынке различных субъектов, имея в виду деятельность всей совокупности юридических и физических лиц. Новая этика интеллектуального бизнеса базируется на полном понимании и признании норм международного частного права, норм международных конвенций по ИС, национальных, нормативных и законодательных актов по ИС и корпоративных норм обеспечения правоприменительной практики. Эта новая этика лидерами общества делает интеллектуалов и в науке, и в бизнесе, и в политике. Только мудрость лидеров сможет обеспечить гармонизацию научно-технического и социально-экономического прогресса. Поэтому знание этих функций и общего положения в данной области необходимо им в первую очередь.

Проблема управления интеллектуальной собственностью промышленного предприятия приобретает особую актуальность в современных условиях в силу того, что интеллектуальная собственность представляет основу формирования конкурентных преимуществ предприятия.

В процессе функционирования любого предприятия создаются и используются новые результаты интеллектуальной деятельности, которые составляют объекты его интеллектуальной собственности (ИС). Воплощаясь в инновациях в виде нового или усовершенствованного продукта, нового или усовершенствованного технологического процесса, эти результаты становятся фактором создания конкурентных

преимуществ, а также источником получения дополнительного дохода. В то же время в условиях инновационной экономики объекты интеллектуальной собственности становятся предметом сделок купли-продажи, создавая тем самым предпосылки формирования рынка объектов ИС.

Однако, по оценке Росстата, объем интеллектуальной собственности в стране в стоимостном выражении составляет лишь тысячные доли процента национального богатства, то есть большинство объектов ИС не вовлекается в хозяйственную деятельность предприятий и не участвует в инновационном процессе. Такое положение во многом объясняется несовершенными механизмами управления интеллектуальной собственностью.

Исследованием различных аспектов управления ИС занимаются многие известные отечественные и зарубежные ученые, внесшие значительный вклад в решение научных и практических проблем в данной области. Много внимания уделено правовым аспектам управления ИС, связанным с выделением охраноспособных результатов деятельности, определением целесообразности, выбором формы защиты прав на объекты интеллектуальной деятельности, проблемам лицензирования и урегулированием отношений между субъектами, участвующими в процессе создания и использования объектов ИС.

Широко представлены исследования, в которых серьезное внимание уделяется экономическим аспектам оценки стоимости и учету интеллектуальной собственности в качестве нематериальных активов предприятия.

В ряде исследований управление ИС связывается непосредственно с работами по ее созданию и использованию на всех этапах ее жизненного цикла.

Вместе с этим следует заметить, что, несмотря на значительное внимание, уделяемое исследователями различным направлениям управления ИС, экономический и особенно менеджеральный аспекты исследованы неглубоко, что отражается на недостаточности методических разработок.

Проводимые исследования в области экономики и управления ИС не сформировали комплексный теоретический подход к выработке концептуальных основ совершенствования данного вида управления. Многие аспекты исследуемой проблемы, несмотря на их хорошее представление в монографических изданиях, носят фрагментарный характер и слабо взаимосвязаны. Исследователи отмечают тот факт, что на сегодняшний день остаются непроработанными теоретические аспекты управления, а юридические механизмы стихийно формируют экономическое управление ИС.

Учитывая то, что современные условия хозяйствования предъявляют особые требования к переводу предприятия на инновационный путь, важным инструментом которого представляется ИС и соответственно управление ею, настоятельно стоит проблема разработки инструментов такого управления.

Разработка инструментария управления интеллектуальной собственностью промышленного предприятия проводилась с использованием методов общей теории систем, теории управления, экономического анализа, экономико-математического и имитационного моделирования, экспертных оценок.

1.1. Основные понятия и определения

Термин **«интеллектуальная собственность»** появился сравнительно давно. Его появление обычно связывают с французским законодательством конца XVIII века. Несмотря на различные формулировки в законодательных актах разных стран, в общем смысле она представляет собой совокупность интеллектуальных прав, относящихся к конкретным результатам творческой деятельности в производственной, научной и художественной областях. В законодательствах РУз и РФ содержание понятия интеллектуальной собственности раскрывается через Гражданский кодекс этих стран как «результаты интеллектуальной деятельности (РИД) и

приравненные к ним средства индивидуализации юридического лица, товаров, работ, услуг и предприятий (СИ), которым предоставляется правовая охрана». При этом речь идет только об отчуждаемых результатах интеллектуальной деятельности от их владельцев.

Под РИД и СИ признаются интеллектуальные права, которые включают исключительное право, являющееся имущественным правом, а в случаях, предусмотренных ГК РФ и РУз, также личные неимущественные права и иные права (право следования, право доступа).

Исключительное право означает, что гражданин или юридическое лицо, обладающие исключительным правом на РИД или СИ (правообладатель), вправе использовать такой результат или такое средство по своему усмотрению любым не противоречащим закону способом. Правообладатель может распоряжаться исключительным правом на результат интеллектуальной деятельности или на средство индивидуализации. Правообладатель может по своему усмотрению разрешать или запрещать другим лицам использование результата интеллектуальной деятельности или средства индивидуализации. Отсутствие запрета не считается согласием (разрешением).

Таким образом, **интеллектуальная собственность** в самом широком смысле *означает охраняемые законом права на результаты интеллектуальной деятельности в научно-технической, художественно-творческой, промышленной областях и приравненные к ним средства индивидуализации юридических лиц, товаров, работ, услуг и предприятий, по которым потребители в сфере торговли отличают товары и услуги одних юридических лиц и индивидуальных предпринимателей от аналогичных товаров и услуг других юридических лиц и индивидуальных предпринимателей.*

Эти права заключаются в том, что любой другой человек, желающий использовать результаты интеллектуальной деятельности для своих нужд, должен получить разрешение у их автора (или иного правообладателя) и выплатить ему

соответствующее вознаграждение. Во всех странах принимаются специальные законы по охране ИС. Правительства и законодатели, предоставляя монопольные права авторам новых оригинальных идей и разработок, сознательно стремятся поощрять творчество, распространение и применение результатов интеллектуальной деятельности и приравненным к ним средств индивидуализации, содействовать свободной торговле в интересах экономического и социального развития общества.

Результатами интеллектуальной деятельности и приравненными к ним средствами индивидуализации юридических лиц, товаров, работ, услуг и предприятий, которым предоставляется правовая охрана (интеллектуальной собственностью), являются: произведения науки, литературы и искусства; программы для электронных вычислительных машин (программы для ЭВМ); базы данных; исполнения; фонограммы; сообщение в эфир или по кабелю радио- или телепередач (вещание организаций эфирного или кабельного вещания); изобретения; полезные модели; промышленные образцы; селекционные достижения; топологии интегральных микросхем; секреты производства (ноу-хау); фирменные наименования; товарные знаки и знаки обслуживания; наименования мест происхождения товаров; коммерческие обозначения.

Интеллектуальная собственность охраняется законом.

Перечень объектов интеллектуальной собственности, приведенный в данной статье РУз и ГК РФ – исчерпывающий. Следует отметить, что в плане отнесения тех или иных результатов интеллектуальной деятельности и средств индивидуализации к категории интеллектуальной собственности имеются определенные отличия в нормах ГК РФ (части четвертой) и международных соглашениях (табл.1.1).

Таблица 1.1

**Объекты интеллектуальной собственности
согласно ГК РФ и международным соглашениям**

№ п/п	Часть четвертая Гражданского кодекса Российской Федерации (с 01.01.2008г)	Стокгольмская конвенция, учреждающая Всемирной организации интеллектуальной собственности (от 14.07.1967г)	Соглашение по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности (Соглашение ТРИПС)
1	2	3	4
	Результатами интеллектуальной деятельности и приравненными к ним средствами индивидуализации юридических лиц, товаров, работ, услуг и предприятий, которым предоставляется правовая охрана, являются:	Интеллектуальная собственность включает права, относящиеся к:	Для целей Соглашения ТРИПС термин «интеллектуальная собственность» относится ко всем категориям интеллектуальной собственности, рассматриваемым в разделах 1-7 части II.
1	Произведения науки, литературы и искусства	литературным, художественным и научным произведениям	Авторское право (соблюдение положений Бернской конвенции и приложение к ней) [раздел 1]
2	Программы для электронных вычислительных машин (программы для ЭВМ)		Охраняются как литературные произведения в соответствии с Бернской конвенцией [раздел 1]
3	Базы данных		Охраняются как таковые [раздел 1]
4	Исполнения	исполнительской деятельности артистов	Охрана прав исполнителей [раздел 1]
5	Фонограммы	звукозаписи, радио- и телевизионным передачам	Охрана прав производителей фонограмм (звукозаписей) [раздел 1]
6	сообщение в эфир или по кабелю радио- или телепередач (вещание организаций эфирного)		Охрана прав вещательных организаций [раздел 1]

1	2	3	4
7	Изобретения	изобретениям во всех областях человеческой деятельности	Патенты [раздел 5]
8	Полезные модели		
9	Промышленные образцы	промышленным образцам	Промышленные образцы [раздел 4]
10	Селекционные достижения		
11	Топологии интегральных микросхем		Топологии интегральных микросхем [раздел 6]
12	Секреты производства (ноу-хау)		Охрана закрытой информации [раздел 7]
13	Фирменные наименования	фирменным наименованиям	
14	Товарные знаки и знаки обслуживания	товарным знакам, знакам обслуживания	Товарные знаки [раздел 2]
15	Наименования мест происхождения товаров		Географические указания [раздел 3]
16	Коммерческие обозначения	коммерческим обозначениям	
		научным открытиям	
			Осуществление контроля за антиконкурентной практикой в договорных лицензиях [раздел 8]
		защите против недобросовестной конкуренции а также все другие права, относящиеся к интеллектуальной деятельности в производственной, научной, литературной и художественной области	

Как видно из этой таблицы, отдельные объекты ИС, перечисленные в Стокгольмской Конвенции и Соглашении ТРИПС, отсутствуют в ГК РФ и наоборот. Конвенция, принятая в Стокгольме 14 июня 1967 года, имеет целью учреждение ВОИС,

а не определение перечня охраняемых результатов интеллектуальной деятельности и средств индивидуализации. Также Соглашение ТРИПС рассматривает только аспекты, связанные с торговлей. Поэтому здесь нет никакого противоречия законодательства Российской Федерации и Республики Узбекистан международным договорам и соглашениям в сфере интеллектуальной собственности.

Как было отмечено выше, на результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации признаются *интеллектуальные права*, которые включают исключительное право, являющееся имущественным правом, а в случаях, предусмотренных ГК РФ и РУз, также личные неимущественные права и иные, в частности право следования, право доступа и другие права.

Юридическая конструкция «интеллектуальных прав» включает личные (моральные) и имущественные (исключительные) права. Они возникают в результате творческой деятельности человека. Следовательно, первоначальным субъектом интеллектуальных прав может быть только физическое лицо, т.е. автор, чьим плодом творчества является РИД. Первичное правомочие на ОИС принадлежит одному лицу. Закон, охраняющий это правомочие, запрещает другим неправомерное пользование этим ОИС, преследует нарушителей и предусматривает по отношению к ним санкции. В свою очередь, в отношении средств индивидуализации речь может идти только об исключительных (имущественных) правах без возникновения личных неимущественных прав.

Интеллектуальные права имеют особую специфику возникновения и прекращения. Основанием для возникновения интеллектуальных прав является либо факт создания ОИС и придания ему объективной формы, либо факт государственной регистрации в соответствии с действующим законодательством.

Другая специфика интеллектуальных прав заключается в том, что исключительные права ограничены определенным сроком и территорией. Срочность исключительных прав обусловлена не столько продолжительностью существования ОИС, а временем, в течение которого за правообладателем признается монополия на созданный ОИС. По истечении

установленных законом сроков ОИС может использоваться любым лицом без получения разрешения правообладателя и без выплаты ему соответствующего вознаграждения. Территориальная ограниченность действия интеллектуальных прав границами государства, кем выдан охранный документ, состоит в том, что признание и охрана ОИС зависит от того, где он создан, от гражданства (местожительства) правообладателя, от обязательств, предусмотренных международными договорами.

Следует иметь в виду, что интеллектуальные права не зависят от права собственности на материальный носитель (вещь), в котором выражены соответствующие результат интеллектуальной деятельности или средство индивидуализации. Переход права собственности на вещь не влечет переход или предоставление интеллектуальных прав на результат интеллектуальной деятельности или на средство индивидуализации, выраженные в этой вещи. Исключение составляет отчуждение оригинала произведения его собственником, обладающим исключительным правом на произведение, но не являющимся автором произведения. В этом случае исключительное право на произведение переходит к приобретателю оригинала произведения, если договором, заключенным между ним и автором такого произведения не предусмотрено другое положение.

Таким образом, исключительные права на ОИС могут быть определены как особый вид имущественных прав на РИД и СИ, урегулированных гражданским законодательством, и представляющий собой легальную монополию для правообладателя, в соответствии с которой он вправе использовать самостоятельно, запрещать или разрешать другим лицам использование этого ОИС в пределах, предусмотренных действующим законодательством РУз и РФ.

Главная особенность ОИС — отсутствие материально-вещественной формы. Объекты ИС не зависимы от материальных вещей, на которых они воплощены, не имеют физического износа, а устаревают лишь морально (функционально и экономически), не могут прекратить свое физическое существование в связи с уничтожением, повреждением и т.п. Они не поддаются измерениям с помощью материально правовых

категорий (количество, вес, ассортимент, геометрические параметры типа высота, ширина, глубина, и др.). Как правило, ОИС имеют имущественную ценность, поэтому могут быть доступными неограниченному кругу лиц, заинтересованных в их использовании. Они имеют оборотоспособность, т.е. в большинстве случаев могут быть вовлечены в гражданский (хозяйственный, коммерческий) оборот. Лишь в некоторых случаях (в частности, секретные изобретения и т.п.) может быть ограничен гражданский оборот ОИС.

Создатели, которым принадлежат идеи, новые разработки, оригинальные технологии и способы производства товаров, музыкальные и другие произведения искусства, товарные знаки и другие продукты человеческого разума, после того, как они становятся доступными для любого человека, более не в состоянии осуществлять контроль над их использованием. В связи с этим законодательство по интеллектуальной собственности направлено на ограждение интересов творцов интеллектуальных товаров и услуг путем предоставления им определенных, ограниченных по территории и во времени прав, позволяющих контролировать использование их разработок.

Интеллектуальная собственность подразделяется на *промышленную собственность и авторское право*.

Нельзя путать промышленную собственность с собственностью, которая используется в процессе промышленного производства (например, заводы, фабрики, их здания и сооружения, оборудование и т.п.). Промышленная собственность имеет отношение к интеллектуальной деятельности человека и представляет собой, например, новые решения технических или производственных проблем, разработки, направленные на определение эстетического внешнего вида или дизайна промышленных изделий и товаров народного потребления, и др. Товарные знаки, торговые названия и обозначения также относятся к промышленной собственности.

Новые решения конкретных технических проблем, например, оригинальные конструкции изделия, способы (технологии) его изготовления, его внешний вид, могут быть признаны промышленной собственностью. Охрана этих решений от незаконного использования осуществляется в рамках

патентных права с помощью гражданского, административного и уголовного законодательства. Изобретения, полезные модели, промышленные образцы, фирменные наименования, товарные знаки (знаки обслуживания), наименования мест происхождения товаров являются объектами промышленной собственности.

Авторское право предоставляет авторам оригинальных произведений (литературных, музыкальных, художественных и т. п.) определенные права, позволяющие им разрешать или запрещать использование произведения путем воспроизведения, тиражирования, распространения, исполнения, демонстрации и др.

Объектами авторских прав являются **произведения науки, литературы и искусства** независимо от достоинств и назначения произведения, а также от способа его выражения.

Поскольку нет нормативной характеристики понятия «произведение», определим его как совокупность идей, мыслей и образов, получивших в результате творческой деятельности автора свое выражение в доступной для восприятия человеческими чувствами конкретной форме, допускающей возможность воспроизведения¹. Признаками произведения как объекта авторского права являются: итог творческой (интеллектуальная деятельность, в результате которой автор раскрывает свою индивидуальность, свойственный ему стиль изложения своих мыслей и образов, создает качественно новый, ранее не существовавший результат) деятельности; оригинальный результат (не повторяет творческие достижения других людей); способ выражения (назначение и достоинство произведения не имеют значения); произведение должно быть выражено в какой-либо форме, позволяющий его воспринять и воспроизвести другими (кроме автора) лицами; автором произведения может быть только физическое лицо.

К объектам авторского права относятся: литературные произведения; драматические и музыкально-драматические произведения, сценарные произведения; хореографические произведения и пантомимы; музыкальные произведения с текстом или без текста; аудиовизуальные произведения;

¹ Серебровский В.И. Вопросы советского авторского права. -М., 1956. - С.32.

произведения живописи, скульптуры, графики, дизайна, графические рассказы, комиксы и другие произведения изобразительного искусства; произведения декоративно-прикладного и сценографического искусства; произведения архитектуры, градостроительства и садово-паркового искусства, в том числе в виде проектов, чертежей, изображений и макетов; фотографические произведения и произведения, полученные способами, аналогичными фотографии; географические, геологические и другие карты, планы, эскизы и пластические произведения, относящиеся к географии, топографии и к другим наукам; другие произведения.

К объектам авторских прав также относятся программы для ЭВМ, которые охраняются как и литературные произведения.

К объектам авторских прав относятся также: производные произведения, то есть произведения, представляющие собой переработку другого произведения; составные произведения, то есть произведения, представляющие собой по подбору или расположению материалов результат творческого труда.

Авторские права распространяются как на обнародованные, так и на необнародованные произведения, выраженные в какой-либо объективной форме, в том числе в письменной, устной форме (в виде публичного произнесения, публичного исполнения и в иной подобной форме), в форме изображения, звуко- или видеозаписи, в объемно-пространственной форме. Для возникновения, осуществления и защиты авторских прав не требуется регистрации произведения или соблюдения каких-либо иных формальностей.

Следует иметь в виду, что авторские права не распространяются на идеи, концепции, принципы, методы, процессы, системы, способы, решения технических, организационных или иных задач, открытия, факты, языки программирования. Не являются объектами авторских прав: официальные документы государственных органов и органов местного самоуправления муниципальных образований, в том числе законы, другие нормативные акты, судебные решения, иные материалы законодательного, административного и судебного характера, официальные документы международных организаций, а также их официальные переводы;

государственные символы и знаки (флаги, гербы, ордена, денежные знаки и тому подобное), а также символы и знаки муниципальных образований; произведения народного творчества (фольклор), не имеющие конкретных авторов; сообщения о событиях и фактах, имеющие исключительно информационный характер (сообщения о новостях дня, программы телепередач, расписания движения транспортных средств и т.п.).

Авторские права распространяются на часть произведения, на его название, на персонаж произведения, если по своему характеру они могут быть признаны самостоятельным результатом творческого труда автора, при условии, что он имеет объективную форму, которая позволяет другим лицам его воспринять и воспроизвести.

Программа для ЭВМ – представленная в объективной форме совокупность данных и команд, предназначенных для функционирования ЭВМ и других компьютерных устройств в целях получения определенного результата, включая подготовительные материалы, полученные в ходе разработки программы для ЭВМ, а также порождаемые ею аудиовизуальные отображения.

База данных - объективная форма представления и организации совокупности данных (статей, расчетов и т.п.), систематизированных таким образом, чтобы эти данные могли быть найдены и обработаны с помощью ЭВМ.

Правообладатель в течение срока действия исключительного права на программу для ЭВМ или на базу данных может по своему желанию зарегистрировать такую программу или такую базу данных в федеральном органе исполнительной власти по интеллектуальной собственности. Программы для ЭВМ и базы данных, в которых содержатся сведения, составляющие государственную тайну, государственной регистрации не подлежат. Лицо, подавшее заявку на государственную регистрацию (заявитель), несет ответственность за разглашение сведений о программах для ЭВМ и базах данных, в которых содержатся сведения, составляющие государственную тайну.

Исполнение – представление произведений посредством

игры, декламации, пения, танца в живом исполнении. Исполнение как объект смежного права возникает с момента окончания такого представления. Во время представления происходит процесс возникновения этого объекта. Если одно произведение представляется посредством живого исполнения несколько раз, то имеет место использование одного произведения и возникновение при каждом исполнении новых объектов смежных прав. Каждое последующее исполнение одного и того же произведения исполнителем будет являться новым и самостоятельным объектом смежного права, что означает, что каждому исполнению предоставляется самостоятельная правовая охрана. Таким образом, последующие исполнения охраняются и используются независимо от охраны и состояния прав на предыдущие исполнения. К исполнению как к объекту смежных прав приравниваются также постановка спектакля, результат работы дирижера.

Фонограммы - запись звуков исполнения или других звуков, либо отображения звуков, кроме звуков в форме записи, включенной в кинематографическое или иное аудиовизуальное произведение. Звуковые дорожки, сделанные к фильму охраняются как фонограммы, если они будут изъяты из фильма и отдельно записаны на звуковых носителях.

Сообщения передач организаций эфирного и кабельного вещания представляют собой объекты смежных прав как программы передач. В соответствии с международными договорами (Договор ВОИС по исполнениям и фонограммам, Международная конвенция по охране прав исполнителей, производителей фонограмм и вещательных организаций, Брюссельская конвенция по распространению несущих программы сигналов, передаваемых через спутники) объектом смежных прав являются не программы, а эфирное и кабельное вещание как процесс передачи сигналов, несущих программы.

Изобретением признается техническое решение в любой области, относящееся к продукту (в частности, устройству, веществу, штамму микроорганизма, культуре клеток растений или животных) или способу (процессу осуществления действий над материальным объектом с помощью материальных средств). Таким техническим решениям предоставляется правовая охрана,

если они являются новыми, имеют изобретательский уровень и промышленно применимы.

Изобретение является новым, если оно не известно из уровня техники. Изобретение имеет изобретательский уровень, если для специалиста оно явным образом не следует из уровня техники. Уровень техники включает любые сведения, ставшие общедоступными в мире до даты приоритета изобретения, т.е. до даты подачи заявки на выдачу патента. Изобретение является промышленно применимым, если оно может быть использовано в промышленности, сельском хозяйстве, здравоохранении, других отраслях экономики или в социальной сфере.

Видами изобретений являются: устройство (конструкции, изделия, являющиеся конструктивными элементами или совокупностью конструктивных элементов и находящиеся в функционально-конструктивном единстве; машины, приборы, аппараты, оборудование, инструмент, тара, транспортные средства, крепежные изделия, детали машин, посуда, мебель, обувь, средства связи, строительные конструкции, здания, сооружения, части зданий и т. п.); способ (процессы выполнения взаимосвязанных действий над материальным объектом (устройством, средой, электрическим зарядом, магнитным полем и др.) с помощью материальных объектов); вещество (индивидуальные химические соединения, высокомолекулярные соединения; композиции (составы, смеси, сплавы, растворы и др.); продукты ядерного превращения и т. п.); штамм микроорганизма, культура клеток растений или животных.

Кроме этого, использование известных ранее устройств, способов, веществ, штаммов в соответствии с иной назначенностью также признается изобретением. К применению по новому назначению приравнивается первое применение известных веществ (природных и искусственно полученных) для удовлетворения общественной потребности.

Следует отметить, что не все новые оригинальные технические решения признаются изобретениями. Открытия, а также научные теории и математические методы; решения, касающиеся только внешнего вида изделий, направленные для удовлетворения эстетических потребностей; правила и методы игр, интеллектуальной или хозяйственной деятельности;

программы для электронных вычислительных машин; решения, заключающиеся только в представлении информации, которые хотя и относятся к техническим решениям и являются результатами интеллектуальной деятельности, тем не менее, они не являются изобретениями. Сортам растений и породам животных, топологиям интегральных схем не предоставляется правовая охрана в качестве изобретения.

Полезной моделью признается техническое решение, относящееся к устройству. Полезной модели предоставляется правовая охрана, если она является новой и промышленно применимой.

Охрана интеллектуальных прав на изобретение или полезную модель предоставляется на основании патента в объеме, определяемом содержащейся в патенте формулой изобретения или соответственно полезной модели. Для толкования формулы изобретения и формулы полезной модели могут использоваться описание и чертежи.

Промышленным образцом признается художественно-конструкторское решение изделия промышленного или кустарно-ремесленного производства, определяющее его внешний вид. Промышленному образцу предоставляется правовая охрана, если по своим существенным признакам он является новым и оригинальным. К существенным признакам промышленного образца относятся признаки, определяющие эстетические и (или) эргономические особенности внешнего вида изделия, в частности форма, конфигурация, орнамент и сочетание цветов. Нижеследующим художественно-конструкторским решениям, являющимся результатом интеллектуальной деятельности, не предоставляется правовая охрана в качестве промышленного образца: решениям, обусловленным исключительно технической функцией изделия; объектам архитектуры (кроме малых архитектурных форм), промышленным, гидротехническим и другим стационарным сооружениям; объектам неустойчивой формы из жидких, газообразных, сыпучих или им подобных веществ.

Охрана интеллектуальных прав на промышленный образец предоставляется на основании патента в объеме, определяемом совокупностью его существенных признаков, нашедших

отражение на изображениях изделия и приведенных в перечне существенных признаков промышленного образца.

Селекционным достижением признается новый сорт растения или новая порода животных.

Сортом растений признается группа растений, которая определяется признаками, стойко передаваемыми по наследству, характеризующими данный генотип или комбинацию генотипов, и отличается от других групп растений того же ботанического таксона одним или несколькими признаками. Сорт может быть представлен одним или несколькими растениями, частью или несколькими частями растения при условии, что такая часть или такие части могут быть использованы для воспроизводства целых растений сорта. Охраняемыми категориями сорта растений являются клон, линия, гибрид первого поколения, популяция.

Породой животных признается группа животных (в том числе птиц, насекомых, тутового шелкопряда) или их гибридов, которая определяется генетически обусловленными биологическими и морфологическими свойствами и признаками, причем некоторые из них специфичны для данной группы и отличают ее от других групп животных.

Порода может быть представлена женской или мужской особью либо племенным материалом, то есть предназначенными для воспроизводства породы животными (племенными животными), их гаметам или зиготам (эмбрионами). Охраняемыми категориями породы животных являются тип, кросс линий.

Топология интегральной микросхемы представляет собой зафиксированное на материальном носителе пространственно-геометрическое расположение совокупности элементов интегральной микросхемы и связей между ними. При этом интегральной микросхемой является микроэлектронное изделие окончательной или промежуточной формы, которое предназначено для выполнения функций электронной схемы, элементы и связи которого нераздельно сформированы в объеме и (или) на поверхности материала, на основе которого изготовлено такое изделие. При этом правовая охрана распространяется только на оригинальную топологию интегральной микросхемы, созданную в результате творческой

деятельности автора и неизвестную автору и (или) специалистам в области разработки топологий интегральных микросхем на дату ее создания. Топология интегральной микросхемы признается оригинальной, пока не доказано обратное. Топологии интегральной микросхемы, состоящей из элементов, которые известны специалистам в области разработки топологий интегральных микросхем на дату ее создания, предоставляется правовая охрана, если совокупность таких элементов в целом отвечает требованию оригинальности.

Секретом производства (ноу-хау) признаются сведения любого характера (производственные, технические, экономические, организационные и другие), в том числе о результатах интеллектуальной деятельности в научно-технической сфере, а также сведения о способах осуществления профессиональной деятельности, которые: имеют действительную или потенциальную коммерческую ценность в силу неизвестности их третьим лицам; к которым у третьих лиц нет свободного доступа на законном основании; в отношении этих сведений обладателем таких сведений введен режим коммерческой тайны.

Исключительное право на секрет производства действует до тех пор, пока сохраняется конфиденциальность сведений, составляющих его содержание. С момента утраты конфиденциальности соответствующих сведений исключительное право на секрет производства прекращается у всех правообладателей.

Фирменное наименование – наименование, под которым юридическое лицо выступает в гражданском обороте и которое индивидуализирует его среди других участников гражданского оборота. Юридическое лицо, являющееся коммерческой организацией, выступает в гражданском обороте под своим фирменным наименованием, которое определяется в его учредительных документах и включается в единый государственный реестр юридических лиц при государственной регистрации юридического лица. Фирменное наименование юридического лица должно содержать указание на его организационно-правовую форму и собственно наименование юридического лица, которое не может состоять только из слов,

обозначающих род деятельности.

Фирменное наименование или отдельные его элементы могут использоваться правообладателем в составе принадлежащего ему коммерческого обозначения. Фирменное наименование, включенное в коммерческое обозначение, охраняется независимо от охраны коммерческого обозначения. Фирменное наименование или отдельные его элементы могут быть использованы также правообладателем в принадлежащем ему товарном знаке (знаке обслуживания). Фирменное наименование, включенное в товарный знак или знак обслуживания, охраняется независимо от охраны товарного знака или знака обслуживания.

Товарный знак и знак обслуживания — обозначения, предназначенные для того, чтобы отличать соответственно товары и услуги одних юридических лиц или индивидуальных предпринимателей от однородных товаров и услуг других юридических лиц или индивидуальных предпринимателей. Средство индивидуализации для юридических лиц или индивидуальных предпринимателей, осуществляющих производство и реализацию своей продукции в виде товаров, представляет собой товарный знак. Для юридических же лиц или индивидуальных предпринимателей, предлагающих потребителям свои работы или услуги, средством индивидуализации является знак обслуживания. Поэтому понятия «товарный знак» и «знак обслуживания» используются как синонимы.

В качестве товарных знаков и знаков обслуживания могут быть зарегистрированы словесные, изобразительные, объемные и другие обозначения или их комбинации. Товарный знак может быть зарегистрирован в любом цвете или цветовом сочетании.

Охраняемый товарный знак, либо обозначение, используемое в качестве товарного знака, но не имеющее правовой охраны на территории страны, могут быть признаны **общеизвестным товарным знаком** в этой стране, если этот товарный знак или это обозначение в результате интенсивного использования стали широко известны среди соответствующих потребителей в отношении товаров заявителя.

Товарный знак и обозначение, используемое в качестве товарного знака, не могут быть признаны общеизвестными товарными знаками, если они стали широко известны после даты приоритета тождественного или сходного с ними до степени смешения товарного знака другого лица, который предназначен для использования в отношении однородных товаров.

Правовая охрана общеизвестного товарного знака действует бессрочно. Правовая охрана общеизвестного товарного знака распространяется также на товары, неоднородные с теми, в отношении которых он признан общеизвестным, если использование другим лицом этого товарного знака в отношении указанных товаров будет ассоциироваться у потребителей с обладателем исключительного права на общеизвестный товарный знак и может ущемить законные интересы такого обладателя.

Наименование места происхождения товара — обозначение, представляющее собой либо содержащее наименование страны, населенного пункта, местности или другого географического объекта, используемое для обозначения товара, особые свойства которого исключительно или главным образом определяются характерными для этого географического объекта природными условиями и (или) людскими факторами.

Юридические лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность (в том числе некоммерческие организации, которым право на осуществление такой деятельности предоставлено в соответствии с законом их учредительными документами), а также индивидуальные предприниматели могут использовать для индивидуализации принадлежащих им торговых, промышленных и других предприятий **коммерческие обозначения**, не являющиеся фирменными наименованиями и не подлежащие обязательному включению в учредительные документы и единый государственный реестр юридических лиц. Коммерческое обозначение может использоваться правообладателем для индивидуализации одного или нескольких предприятий. Для индивидуализации одного предприятия не могут одновременно использоваться два и более коммерческих обозначения.

Правильное всестороннее понимание ИС теми, кто с ней работает на предприятии, в итоге определяет успех всего бизнеса.

Насыщение товара новыми особыми потребительскими свойствами возможно только при наличии соответствующего объекта ИС. Лишь монопольное право на используемый объект ИС обеспечивает технологическое превосходство над конкурентами, а наличие надлежащей правовой охраны бизнес-идеи может обеспечить высокую и стабильную правовую защищенность бизнеса, устойчивое извлечение сверхприбылей и наращивание его стоимости. Только путем создания, обеспечения правовой охраны и комплексного управления можно формировать новую корпоративную культуру с целью обеспечения быстрой обновляемости высококачественных товаров и услуг. Вот зачем нужна ИС. Если вы в состоянии творить все это, если хотите иметь передовые позиции в своем бизнесе, то дерзайте. Если вы ограничены временем, другими ресурсами на создание чего-то нового, но хотите добиться успехов в своем бизнесе — обращайтесь к соответствующим специалистам. Они помогут найти то, что вам нужно.

1.2. Правовая охрана объектов интеллектуальной собственности

Возникновение **патентного права** относится к эпохе формирования производственных отношений, когда появилось машинное производство и связанный с ним технический прогресс, возросла роль изобретений в развитии производства и расширилась сфера товарно-денежных отношений. Это способствовало формированию новых взаимоотношений предпринимателей и авторов изобретений. **Новые производственные** отношения неизбежно должны были принять форму **новых правоотношений**.

Развитие производства требовало превращения **изобретений в товар, объект частной собственности**, которым собственники могли бы свободно распоряжаться на монопольных началах. Это обусловило формирование государственно-правовой системы охраны изобретений. Экономическому укладу уже не соответствовала сложившаяся ранее феодальная система охраны технических новшеств путем выдачи главой государства привилегий, дающих монопольное право на их применение.

В истории и эволюции патентов выделяются три важных периода: **1) привилегии (XV-XVII века):** суверен предоставляет монополию по своему усмотрению, но при этом он был заинтересован в том, чтобы инновация заменяла импорт путем внутреннего производства (Венецианская Республика впервые приняла положение об этой форме привилегии «Парте Венециана», 1474 г.). Уже это положение заложило принципы, на которых строятся современные патенты: **полезность новых изобретений для государства, исключительные права первого изобретателя на ограниченный период, наказание за нарушение прав.**

2) национальные патенты (1790-1883 г.): любой изобретатель вправе подать заявку на патент, выдача которого зависит исключительно от объективных условий; охрана изобретений за рубежом не практикуется.

Начало формирования национальных патентных законов относится к XVII-XVIII вв.: в Англии - 1623 г., США – 1790 г., Франции – 1791 г., во многих европейских странах это произошло в XIX в.: в Италии – 1864 г., Германии – 1877 г., Швеции – 1884 г. и т. д. К концу XIX в. патентные законы были приняты почти во всех развитых странах, но они охраняли промышленную собственность и права авторов только на территории той страны, которая приняла соответствующий закон. Это сдерживало развитие крупномасштабного производства. Созданная на базе крупных изобретений промышленная продукция перенасыщала национальные рынки, что порождало проблему ее сбыта.

Поставка в другие страны продукции, созданной на базе изобретений и не защищенной в этих странах, чревата тем, что данная продукция могла копироваться и использоваться конкурентами поставщика. Кроме того, все запатентованные объекты имеют своего владельца, которому принадлежит исключительное право на них. Следовательно, автор не был заинтересован в создании крупных изобретений, которые не могли сиюминутно быть использованы. Производитель продукции на базе изобретений должен иметь прибыль для поощрения авторов, а получение прибыли от использования изобретений и других технических достижений находится в

непосредственной зависимости от возможности предоставления на них правовой охраны. Это уже было доказано на внутреннем рынке.

Принятые в ряде стран патентные законы по-разному трактовали возможность получить патент иностранным автором. В одних странах права иностранцев приравнивались к правам собственных граждан (Италия, Франция), в других - право на получение патента предоставлялось лишь в том случае, если иностранец имел место жительства в стране или промышленное предприятие (США). Поэтому изобретатели, будучи не в силах запатентовать свое изобретение самостоятельно, вынуждены были передавать его для патентования другим лицам. (Известно, например, что действительным изобретателем швейной машины был американец Гоа, но запатентовал ее в разных странах некто Зингер, который наладил производство швейных машин под своим именем). В таких условиях отдельные страны, чтобы защитить права своих авторов за границей, заключали двусторонние соглашения, в которые включались нормы о взаимном патентовании на основе внутреннего законодательства каждой из стран - участниц договора. Но это не решало проблемы в целом, так как не все страны принимали участие в таких соглашениях. Кроме того, таких соглашений оказалось много, что требовало дополнительных усилий для их соблюдения.

Введение в патентные законы требования новизны изобретений потребовало публикации заявляемых изобретений. Сохранение новизны изобретения требовало подачи заявок на это изобретение в другие страны, что было крайне трудно осуществить в силу различий национальных патентных законов. В тексты соглашений начали включать право на приоритет при получении патента за границей, без которого невозможно определить момент, с которого изобретение считается новым. Но и это не снимало проблемы, поскольку договоры о патентовании изобретений между двумя странами могли копироваться другими странами, и одно и то же решение изобретательской задачи могло оказываться новым в разных странах, причем, с указанием различных авторов.

Развитие международного экономического обмена побудило многие страны к сотрудничеству не только в области

науки, литературы и искусства, но и в области охраны промышленной собственности. Термин «промышленная собственность» впервые появился во французском законодательстве XIX в. и применялся к изобретениям и товарным знакам как к особому виду собственности. Необходимо было позаимствовать это понятие и применить его в международном масштабе, одновременно расширив область охраняемых объектов промышленной собственности.

Для решения указанных проблем в Париже состоялась конференция с участием целого ряда государств, которые 20 марта 1883 г. подписали Конвенцию и учредили специальный Международный союз по охране промышленной собственности, и с этого момента начался следующий, третий период

3) интернационализация (с 1883 г. по настоящее время):

охрана изобретений за пределами страны происхождения развивается вместе с международной торговлей; этому способствуют всемирные или региональные конвенции.

Первой такой конвенцией стала подписанная в 1883 г. «Парижская конвенция по охране промышленной собственности» (далее - ПК). Эта Конвенция претерпела различные изменения и дополнения - в Брюсселе (1900 г.), Вашингтоне (1911 г.), Гааге (1925 г.), Лондоне (1934 г.), Стокгольме (1967 г.). Страны - участницы данной Конвенции используют ее в различных редакциях в зависимости от ратификации того или иного текста. Конвенция открыта для всех государств. Ратифицированные грамоты либо акты о присоединении к Конвенции сдаются на хранение Генеральному директору Всемирной организации интеллектуальной собственности ВОИС. Участниками Парижской Конвенции являются более 140 государств.

Цель Конвенции состоит в облегчении получения охраны прав, первоначально возникших в одном государстве, на территории всех других государств, участвующих в Конвенции, а также в создании благоприятных условий для патентования изобретений иностранцами.

Присоединение к Конвенции влечет за собой признание всех ее положений и установленных преимуществ.

Парижская конвенция не содержит единых правовых норм по охране изобретений и прав авторов. Требования к

изобретениям, на которые испрашиваются патенты, условия действия патента и другие вопросы регулируются внутренним законодательством стран — участниц Конвенции.

Положения Парижской конвенции можно разбить на четыре основные категории: принцип национального режима; право приоритета; положения, касающиеся общих норм в области материального права, требующие или разрешающие странам-членам предусматривать в своем законодательстве соответствующие этим нормам положения; положения, касающиеся административных рамок реализации Конвенции.

Принцип национального режима - означает, что иностранные граждане и юридические лица пользуются теми же правами и преимуществами, которые национальный закон предоставляет в отношении охраны промышленной собственности отечественным заявителям. Норма национального режима гарантирует, что будут охраняться не только права иностранцев, но также и то, что против них не будет никакой дискриминации.

Конвенционный приоритет. Право приоритета означает, что на основе обычной заявки на право промышленной собственности, поданной заявителем в одной из стран-членов, тот же заявитель (или его правопреемник) может в течение определенного периода времени испрашивать охрану во всех других странах-членах с сохранением приоритета первоначальной заявки. Для патентов на изобретения и полезные модели этот период равен 12 месяцам с даты подачи первой заявки. Для промышленных образцов и товарных знаков - шесть месяцев. Право приоритета дает большие преимущества заявителю, желающему получить охрану в нескольких странах. От заявителя не требуется подавать все заявки как дома, так и за рубежом в одно и то же время, так как в его распоряжении имеется 6 или 12 месяцев, чтобы решить, в каких странах испрашивать охрану.

В ст. 5 – 10 содержатся нормы, касающиеся области некоторых материальных прав: независимости патентов (патенты, выданные в разных странах на то же изобретение рассматриваются независимо друг от друга, ст. 4 bis), наличие льготного срока для уплаты пошлин за продление срока действия

патентов (ст. 5 bis), вопросы использования патентов и последствия их неиспользования, пребывание патентов на транспортные средства (временное нахождение запатентованного оборудования на территории страны - члена ПК, ст. 5 ter) и т.д.

В ст. 12 содержится положение о необходимости создания специального ведомства промышленной собственности и центрального хранилища для ознакомления граждан с патентами на изобретения, полезными моделями, промышленными образцами и торговыми знаками. Это ведомство должно издавать официальный периодический бюллетень, в котором публикуется фамилия владельца патента с кратким описанием запатентованного объекта. В бюллетене помещаются также репродукции зарегистрированных знаков. Страны - участницы Конвенции – имеют право заключать специальные соглашения при условии, что они не будут противоречить ее положениям. Участниками ПК являются свыше 145 стран, в том числе Российская Федерация и Республика Узбекистан.

Международная система охраны интеллектуальной собственности

Для координации деятельности в сфере охраны интеллектуальной собственности была учреждена Международная организация по охране интеллектуальной собственности, которая именуется «Всемирная организация интеллектуальной собственности» (ВОИС) и является одной из 16-ти специализированных учреждений Организации Объединенных Наций,

Конвенция, учреждающая ВОИС, была подписана в Стокгольме 14 июля 1967 г. представителями 43 государств. Участниками Конвенции ВОИС являются свыше 160 государств. Из преамбулы Конвенции вытекают три основные цели: **укрепление** широкого сотрудничества между государствами на основе уважения их суверенитета и равенства, а также во имя их взаимной выгоды; **содействие охране интеллектуальной собственности** во всем мире, что будет стимулировать творческую деятельность; **модернизация управления существующих** союзов по охране промышленной собственности и по охране произведений литературы и искусства.

Статья 3 Конвенции предусматривает содействие охране

интеллектуальной собственности во всем мире путем сотрудничества государств и, в соответствующих случаях, во взаимодействии с любой другой международной организацией.

Юридическое определение понятия «интеллектуальная собственность» дано в ст. 2(VIII) Конвенции. Интеллектуальная собственность - это все права, возникающие в связи с результатами конкретной творческой деятельности человека, а объекты правовой охраны - конкретные результаты этой деятельности: литературные, художественные и научные произведения; исполнительская деятельность артистов, звукозапись, радио- и телевизионные передачи; изобретения во всех областях человеческой деятельности; научные открытия; промышленные образцы; товарные знаки, знаки обслуживания, фирменные наименования и коммерческие обозначения; защита от недобросовестной конкуренции; а также все другие права, относящиеся к интеллектуальной деятельности в производственной, научной, литературной и художественной областях.

На членов ВОИС не возлагается обязательство обеспечить в своих странах охрану всех перечисленных в названной Конвенции прав, они сами определяют круг охраняемых объектов интеллектуальной собственности.

Содержащийся в Конвенции перечень конкретных видов исключительных прав носит примерный характер и может быть дополнен иными результатами интеллектуальной деятельности, в том числе и такими, которые нередко представляют большую коммерческую ценность, как, например, секреты производства («ноу-хау»).

Средства индивидуализации юридических лиц, продукции, работ и услуг (знаки для товаров и услуг, фирменные наименования и др.) не являются результатами творческого труда. Однако поскольку правообладателям указанных объектов гарантируется исключительное право на их использование, правовой режим таких объектов по ряду моментов приравнивается к режиму результатов интеллектуальной деятельности, и они также включаются в понятие «интеллектуальная собственность».

Иными словами, выражение «интеллектуальная

собственность» по своему существу не более чем логическая абстракция, используемая в ряде международных конвенций, в законодательстве, в научной литературе и в практике многих стран для обозначения совокупности исключительных прав на результаты интеллектуальной деятельности.

Предметом нашего изучения являются объекты промышленной собственности (далее - ОПС), а именно: изобретения, полезные модели, промышленные образцы, товарные знаки, знаки обслуживания, наименования мест происхождения товаров. Необходимо отметить, что в отличие от авторского права, где охрана возникает в силу создания того или иного произведения, правовая охрана ОПС предоставляется, если они соответствуют определенным условиям, которые мы рассмотрим ниже.

Как уже упоминалось, ВОИС осуществляет свою деятельность также в соответствии договорами и соглашениями, административные функции которых она выполняет. Договоры можно подразделить на три категории: **договора, создающие международную систему охраны**, прежде всего это ПК; **договора, обеспечивающие международную охрану**, например, договор о патентной кооперации, Мадридское соглашение о международной регистрации знаков, Будапештский договор по международному депонированию штаммов микроорганизмов для целей патентной процедуры; **договора, создающие классификационные системы**: соглашение о международной патентной классификации (МПК), Ниццкое соглашение о международной классификации товаров и услуг для целей регистрации знаков, Венское соглашение о международной классификации изобразительных элементов товарных знаков и Локарновское соглашение по международной классификации промышленных образцов.

Традиционная патентная система требует подачи отдельных патентных заявок каждой стране, к которой испрашивается патентная охрана. Это влечет за собой значительные расходы на уплату патентных пошлин, услуги патентных поверенных, при этом заявитель еще не знает, получит ли он патент и действительно ли его изобретение является новым по сравнению с уровнем техники.

Для преодоления некоторых присущих традиционной системе проблем в июне 1970 г. в Вашингтоне был подписан договор, названный Договором о патентной кооперации (далее - Договор РСТ). Договор РСТ является соглашением по международному сотрудничеству в области патентов на изобретения. Главная цель договора – упрощение и повышение эффективности и экономичности ранее установленных способов получения патентной охраны изобретений в странах-членах.

Договор РСТ: устанавливает международную систему, которая позволяет подать единственную заявку (международная заявка) в единственное патентное ведомство (получающее ведомство) на одном языке, принятом в каждой из стран-участниц РСТ, которую заявитель называет (указывает) в своей заявке с уплатой одной патентной пошлины; предусматривает проведение формальной экспертизы международной заявки единственным патентным ведомством – получающим; подвергает каждую международную заявку международному поиску, результаты которого приводятся в отчете, упоминающем соответствующий уровень техники, которые возможно придется принимать во внимание при вынесении решения о патентоспособности изобретения, отчет доводится до сведения заявителя и затем публикуется; проводит, по желанию заявителя, предварительную экспертизу; предусматривает централизованную международную публикацию международных заявок с относящимся к ним международным поискам, а также их отправку указанным ведомствам; предусматривает, что национальные ведомства, получившие международную заявку с поиском сами решают выдавать или не выдавать патент на основе уже проведенного международного поиска.

Такая система упрощает получение патентной охраны в странах-членах для заявителя. Уменьшается нагрузка на национальные патентные ведомства, т. к. они получают заявки, по которым уже проведены поиски и, возможно, предварительная экспертиза.

Мадридское соглашение о международной регистрации знаков (далее - МС) подписано в 1891 году и дополнено Мадридским протоколом в 1989 году. Соглашение неоднократно пересматривалось (Брюссель, 1900 г.; Вашингтон, 1911 г.; Гаага,

1925 г.; Ницца, 1957 г.; Стокгольм, 1967 и 1979 гг.).

Соглашением предусмотрена международная регистрация знаков для товаров и услуг Международным бюро ВОИС. Регистрации, осуществляемые в соответствии с Соглашением, являются международными, поскольку каждая регистрация приобретает силу одновременно в нескольких странах и в принципе может иметь силу во всех странах-участницах. Срок действия регистрации составляет 20 лет (ст.6(1) МС).

Международная регистрация знаков для товаров и услуг предоставляет ряд преимуществ собственнику знака. После регистрации знака в государстве-участнике, являющемся страной происхождения (или в региональном ведомстве), владельцу нужно подавать только одну заявку на одном языке (французском), а также уплатить сбор в один орган — Международное бюро, вместо того, чтобы подавать отдельные заявки в национальные патентные ведомства государств-участников на разных языках и платить таможенную пошлину в каждое ведомство. Такие же преимущества действуют при необходимости продления регистрации (каждые 20 лет) или внесения в нее изменений.

МБ ВОИС проводит формальную экспертизу заявки и, если она соответствует положениям Соглашения и Инструкции к нему, регистрирует знак в международном реестре, извещает заинтересованные страны (страны, выбранные заявителем) и публикует сведения о регистрации в периодическом издании ВОИС «Les Marques internationales».

Страна, получившая извещение ВОИС о распространении на ее территории международной регистрации, проводит экспертизу знака на предмет соответствия его положениям национального законодательства. Страна может заявить, что охрана не может быть предоставлена этому знаку на их территории и направляет в МБ отказ в предоставлении охраны с указанием мотивов отказа не позднее чем через год с даты внесения знака в реестр. Владелец международной регистрации пользуется в стране, выносящей решение об отказе, теми средствами защиты, которыми пользуется владелец национальной регистрации.

Международная регистрация выгодна также национальным

патентным ведомствам, поскольку она сокращает объем работы (например, отпадает необходимость публикации знаков). Для упрощения работы пользователей Международное бюро публикует специальные правила международной регистрации знаков.

Договор о законах о товарных знаках (далее - Договор) подписан в 1994 году в Женеве и вступил в силу с 1 сентября 1996 года. Главная цель Договора — сделать национальные и региональные системы регистрации товарных знаков более удобными для пользователей. Это осуществляется путем упрощения и гармонизации административных процедур, что обеспечивает надежность охраны знаков.

В ст. 3 Договора содержится исчерпывающий перечень сведений, которые могут быть затребованы ведомством в отношении заявки на товарный знак (фамилия и адрес заявителя, заявление о приоритете, если спрашивается приоритет, изображение знака, названия товаров и услуг, сгруппированные по МКТУ, и т. д.). Ведомство не может потребовать предоставления сведений, не предусмотренных Договором. В Договоре содержатся также требования, касающиеся административных процедур продления, внесения изменений, разделения заявки и регистрации и др.

Классификационные системы

Для возможности определения новизны ОПС необходимо проводить поисковые работы по всему массиву патентной документации, относящейся к определенной технической тематике. Для облегчения поиска и упорядочения патентной документации разработаны системы классификации патентов, адаптированные для подачи заявок и надежного поиска патентной документации. Причем, разные страны разрабатывали свои системы, которые отличались друг от друга. Впервые национальная классификационная система была принята в 1831 г. в США, затем в Германии – в 1877г, в Великобритании – в 1880г.

На первом этапе экспертиза заявки проводилась путем сравнения с существующими национальными заявками. Следующим шагом было включение в экспертизу поиск патентов патентных фондах других стран. Из-за различий в системах классификаций возникали проблемы при поиске. Появилась

потребность в международной классификационной системе для решения этих вопросов.

Международное сотрудничество в этой области привело к заключению в 1971 г. Страсбургского соглашения относительно Международной патентной классификации (МПК), которая получила всемирное признание. На 1 октября 2002 г. членами этого соглашения являются более 40 стран.

Эта классификация подразделяет всю технику на 8 разделов, 10 подразделов, 118 классов, 624 подкласса и 67 000 групп и подгрупп. Каждый из разделов, классов, подклассов, групп и подгрупп имеет свое название и символ, а подраздел – только название. А 61в 15/04. Эти символы указываются на патентном документе ведомством той страны, в которую была подана заявка. Таким образом, можно найти данный документ в соответствии с его тематикой с помощью МПК.

В настоящее время МПК применяется в более чем 70 странах и стало эффективным поисковым средством для нахождения релевантных патентных документов патентными ведомствами различных стран.

Ницкое соглашение о международной классификации товаров и услуг для регистрации знаков (МКТУ) является многосторонним международным договором, подписанным 15 июня 1957 г., и предназначено для облегчения поисковых работ по зарегистрированным товарным знакам. МКТУ включает 34 класса товаров и 12 классов услуг, которые индексируются арабскими цифрами. Составной частью МКТУ является алфавитный перечень товаров и услуг, к которому принадлежит каждый товар или услуга. В настоящее время МКТУ применяют более 100 стран.

Для облегчения проведения поиска по изобразительным и товарным знакам и знакам, содержащим изобразительные элементы, в 1973 г. было учреждено Венское соглашение об учреждении международной классификации изобразительных документов. Классификация содержит перечень категорий, групп и подгрупп, по которым классифицированы изобразительные элементы знаков. Участниками Венского соглашения являются более 10 стран (Франция, Люксембург, Швеция и др.).

Локарнское соглашение об учреждении международной классификации промышленных образцов (МКПО) вступило в силу в 1971 г. Классификация содержит 31 класс и 211 подклассов, к которым принадлежат товары, включающие образцы. Участниками соглашения являются свыше 26 государств (страны ЕС, РФ, РУз, Швейцария и др.)

Иные объекты интеллектуальной собственности

К традиционным объектам промышленной собственности близко примыкает и такой объект, как селекционные достижения. Необходимость охраны прав селекционеров впервые была признана в США в 1930 г., когда была введена правовая охрана сортов растений в виде патента на растение. Впоследствии в 1961 г. была учреждена Международная конвенция по охране селекционных достижений, которая неоднократно изменялась и дополнялась. Окончательный вид она приняла в 1978 г. известный как Акт 1978 г. Акт 1978 г. учреждает Международный союз по охране селекционных достижений (UPOV, по первым буквам французского названия). В 1991 г. был принят новый Акт Конвенции УПОВ, в котором уточнены отдельные позиции охраны селекционных достижений.

Конвенция УПОВ определяет основные принципы охраны селекционных достижений: условия предоставления правовой охраны, экспертиза заявки, объем прав автора селекционного достижения и др.

Программы для ЭВМ и БД

В условиях расширения мировых хозяйственных связей и интеграционных процессов в экономике важнейшим требованием является создание в обществе цивилизованного рынка информационных продуктов.

Программа для ЭВМ – совокупность данных и команд, предназначенных для функционирования ЭВМ, сетей ЭВМ и других компьютерных устройств с целью получения определенных результатов.

База данных – совокупность данных (например, статей, расчетов), систематизированных таким образом, чтобы эти данные могли быть найдены и обработаны с помощью электронно-вычислительных машин.

Топологии интегральных микросхем

Топология интегральной микросхемы как особый объект правовой охраны представляет собой зафиксированное на материальном носителе пространственно-геометрическое расположение совокупности элементов интегральной микросхемы и связей между ними. Материальным носителем топологии выступает кристалл интегральной микросхемы, т.е. часть полупроводниковой пластины, в объеме и на поверхности которой сформированы элементы полупроводниковой микросхемы, межэлементные соединения и контактные площадки.

Поскольку разработка топологии требует значительных интеллектуальных усилий, больших затрат времени и использования дорогостоящего оборудования, результаты интеллектуального труда разработчиков нуждаются в своевременном признании и надежной правовой охране. Необходимость правовой защиты этого объекта интеллектуальной собственности обусловлена также тем, что практически любая топология может быть относительно быстро, без существенных материальных и финансовых затрат скопирована недобросовестными изготовителями в целях их промышленного производства и сбыта.

Соглашение по торговым аспектам прав на интеллектуальную собственность

Еще одним международным соглашением в области охраны интеллектуальной собственности является Соглашение по торговым аспектам прав на интеллектуальную собственность (Соглашение ТРИПС, вступило в силу 1 января 1995 г.), которое является неотъемлемой частью соглашений Всемирной торговой организации (ВТО). Соглашение, учреждающее новую организацию ВТО, было принято 15 апреля 1994 г. в Марракеше.

Соглашение ТРИПС относится ко всем категориям интеллектуальной собственности, а именно: к авторским и смежным правам, товарным знакам, географическим указаниям, промышленным образцам, изобретениям, топологиям интегральных микросхем и закрытой информации.

Соглашение ТРИПС построено на вековых традициях, закрепленных Парижской конвенцией по охране промышленной

собственности и Бернской конвенцией по охране литературных и художественных произведений.

Относительно промышленной собственности соглашение ТРИПС требует, чтобы страны-члены соблюдали статьи 1 – 12 ПК.

Часть II Соглашения предусматривает минимальные стандарты, касающиеся наличия, объема и использования прав интеллектуальной собственности. Приводится перечень существенных элементов стандартов, касающихся охраняемых ОИС. Кроме того, Соглашение требует, чтобы были предусмотрены правоприменительные процедуры, позволяющие проводить эффективные действия против любого акта нарушения прав интеллектуальной собственности. Однако на странах-членах не лежит никаких обязательств по созданию судебной системы, обеспечивающей защиту прав ИС, отличной от системы обеспечения исполнения законов в целом.

1.3. Правовая охрана объектов интеллектуальной собственности (ОИС) в Узбекистане

Для успешного вхождения в мировое экономическое сообщество и эффективного сотрудничества с зарубежными странами необходимо было включение Узбекистана в мировую систему правовой охраны объектов промышленной собственности и участие Узбекистана в важнейших международных соглашениях, направленных на правовое использование объектов промышленной собственности. Поэтому в 1993 г. Узбекистан стал членом Всемирной Организации Интеллектуальной Собственности и вошел в состав ее участников: Парижской Конвенции по охране промышленной собственности от 20 марта 1883 г., (пересмотрена в Стокгольме 14 июля 1967 г. и изменена 28 сентября 1979 г.); Мадридского Соглашения о международной регистрации знаков от 14 апреля 1891 г., (пересмотрено в Стокгольме 14 июля 1967 г. и изменено 28 сентября 1979 г.); Договора о патентной кооперации от 19 июня 1970 г., (изменен 28 сентября 1979 г. и скорректирован 3 февраля 1984 г.); Договора о законах по товарным знакам (1998 г.); Ниццкого соглашения о Международной классификации

товаров и услуг для целей регистрации знаков от 15 июня 1957 г., (пересмотрено в Стокгольме 14 июля 1967 г. и в Женеве 13 мая 1977 г., изменено 28 сентября 1979 г.); Страсбургского соглашения о Международной патентной классификации от 24 марта 1971 г.; Будапештского договора о международном признании депонирования микроорганизмов для целей патентной процедуры от 28 апреля 1977 г. Успешному вхождению Узбекистана в международный рынок также способствуют заключенные межгосударственные и межведомственные соглашения.

Узбекистан является членом четырех соглашений, заключенных в рамках Межгосударственного совета СНГ: о мерах по охране промышленной собственности и создании Межгосударственного совета по вопросам охраны промышленной собственности; соглашение о сотрудничестве по пресечению правонарушений в области интеллектуальной собственности; соглашение о мерах по предупреждению и пресечению использования ложных товарных знаков и географических указаний; соглашение о взаимном обеспечении сохранности межгосударственных секретов в области правовой охраны изобретений.

С 1995 г. действует межправительственное соглашение о двустороннем сотрудничестве в области охраны промышленной собственности с Российской Федерацией. Такие же соглашения заключены с Азербайджаном, Грузией, Казахстаном, Кыргызстаном и Украиной.

Законодательство Узбекистана в области охраны ОИС

В соответствии со ст. 42 Конституции РУз «каждому гарантируется свобода научного и технического творчества, право на пользование достижениями культуры».

В настоящее время регулирование правовых и экономических отношений в сфере создания, охраны и использования изобретений, полезных моделей, промышленных образцов, товарных знаков, селекционных достижений, объектов информационных технологий осуществляется Гражданским кодексом, содержащим самостоятельный раздел «Интеллектуальная собственность» из 7 глав и 80 статей, 5

законами прямого действия, различными нормативными актами, международными договорами и соглашениям.

Необходимо подчеркнуть, что не каждый объект интеллектуальной собственности может охраняться законами об охране промышленной собственности.

Условия патентоспособности или охраноспособности, т.е. свойства, без наличия которых ОИС не может быть предоставлена правовая охрана, порядок предоставления охраны, передачи и защита исключительных прав владельцев интеллектуальной собственности закреплены в следующих законах Республики Узбекистан:

О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров (ЗТЗ, 2001г.);

Об изобретениях, полезных моделях и промышленных образцах, (ЗИЗ, новая редакция, 2002 г.);

О селекционных достижениях, (ЗСД, новая редакция, 2002 г.);

О правовой охране программ для ЭВМ и баз данных (ЗЭВМ БД, 1995 г., с изменениями и дополнениями 2002 г.);

О правовой охране топологий интегральных микросхем (ЗТИМС, 2001 г.)

Об авторском праве и смежных правах (1996 г.).

Виды ОИС

Согласно законодательству Узбекистана изобретениями могут быть: устройства, способы, вещества, штаммы микроорганизмов, культуры клеток растений и животных. Действие патента, выданного на способ получения продукта, распространяется и на продукт, полученный непосредственно этим способом.

Условиями патентоспособности изобретения являются новизна, изобретательский уровень и промышленная применимость (ст.6 ЗИЗ). Более подробно эти понятия раскрыты в Правилах составления, подачи и рассмотрения заявок на выдачу патента Республики Узбекистан на изобретение.

Полезная модель

Объектом полезной модели в Узбекистане может быть отвечающее условиям патентоспособности конструктивное выполнение устройства. Иными словами, понятие «полезная

модель» охватывает лишь объекты, имеющие пространственную структуру. Обязательным признаком полезной модели является такое техническое решение задачи, которое заключается в пространственном расположении материальных объектов. Условия патентоспособности полезной модели – новизна и промышленная применимость (ст. 7 ЗИЗ).

Промышленный образец

Промышленным образцом признается решение внешнего вида изделия, в котором должны сочетаться как художественные, так и конструкторские элементы. Использование в решении внешнего вида изделия одних лишь художественных (например, изменение цвета) или конструкторских (например, изменение размера изделия) средств для признания решения промышленного образца недостаточно. Художественные и конструкторские элементы должны взаимно дополнять друг друга, при этом внешний вид изделий, под которыми понимают самые разнообразные предметы, предназначенные для удовлетворения человеческих потребностей, должен определяться выразительностью и взаимным расположением основных композиционных элементов, формой и цветовым исполнением. Условия патентоспособности промышленного образца – новизна и оригинальность (ст. 8 ЗИЗ).

Товарный знак и знак обслуживания

В конкурентной борьбе выигрывает производитель товара более высокого качества и фирма, которая обеспечивает наивысший уровень сервиса и услуг. Товары и услуги одних производителей от однородных товаров и услуг других производителей позволяют отличать товарный знак, часто заменяющий собой длинное и сложное наименование изготовителя товара. Товарный знак выполняет функции: индивидуализации товаров и услуг путем их выделения из массы однородных и похожих товаров и услуг; указания на определенное качество товаров и услуг, а также на источник их происхождения и рекламы. Именно поэтому наличие товарного знака упрощает для потребителя выбор товаров необходимого качества.

Товарным знаком является обозначение, размещенное на выпускаемой продукции, ее упаковке или сопроводительной

документации. Такое обозначение рассматривается в качестве товарного знака лишь тогда, когда оно зарегистрировано в установленном законом порядке. Условия охраноспособности товарного знака сформулированы в негативной форме в ст. 10 ЗТЗ. Это связано с тем, что в качестве товарных знаков могут регистрироваться любые обозначения, за исключением перечисленных в указанной статье.

Наименования мест происхождения товаров

Наименование места происхождения товара (НМПТ) - это обозначение, служащее для выделения товаров, обладающих особыми свойствами, которые сформировались под воздействием природных и иных факторов. У потребителей в сознании возникает устойчивая связь между специфическими свойствами товара и местом его происхождения (вина Токая, Гаванские сигары, Кавказские минеральные воды и т. п.). Специфика НМПТ как объекта интеллектуальной собственности заключается в его неразрывной связи с географической средой, что не позволяет перенести изготовление обозначенной НМПТ продукции из одной местности в другую. Особенность НМПТ, с точки зрения правовой охраны, состоит в том, что право пользования уже зарегистрированным НМПТ может быть предоставлено и другому лицу, находящемуся в том же географическом районе и производящему товар с теми же особыми свойствами (ст. 6 ЗТЗ). Условия охраноспособности НМПТ сформулированы в ст. 11 ЗТЗ.

Селекционные достижения

Под селекционными достижениями понимаются новые сорта растений или новые породы животных, которые должны обладать определенными свойствами (условия патентоспособности):

- относиться к ботаническим и зоологическим родам и видам, охраняемым в стране (ст. 14 ЗСД);
- быть новыми, иметь явные отличия от общеизвестных сортов и пород, обладать достаточной однородностью и стабильностью (ст. 8 ЗСД).

Программы для ЭВМ и БД

Программы для ЭВМ и БД являются объектами авторского права и охраняются в силу их создания (ст. 4 ЗЭВМ БД). Автор

программы с целью облегчения доказывания своих прав и создания возможностей для более широкого использования может в добровольном порядке зарегистрировать программу в Патентном ведомстве на основе заявки о регистрации.

Патентное ведомство проверяет наличие необходимых документов, не проводя экспертизу существования содержащихся в них сведений. Всю ответственность за их достоверность несет сам заявитель. Сведения, внесенные в реестр, считаются достоверными до тех пор, пока не доказано обратное.

Топологии интегральных микросхем

В качестве единственного критерия охраноспособности топологии установлена ее оригинальность (ст. 3 ЗТИМС). Оригинальной топология признается до тех пор, пока не будет доказано обратное. Патентное ведомство проверяет наличие документов, которые должны содержаться в заявке на регистрацию ТИМС и правильность их оформления (ст. 9 ЗТИМС).

При несогласии с решением Патентного ведомства заявитель вправе обжаловать результаты экспертизы в Апелляционный совет (ст. 10 ЗТИМС).

Оформление прав на ОИС

Порядок оформления прав на охраняемые в Узбекистане объекты интеллектуальной собственности определяется действующим законодательством и соответствующими нормативными актами.

Лицо, желающее получить охранный документ и имеющее на это право, подает в Государственное патентное ведомство заявку, оформленную в соответствии с правилами составления, подачи и рассмотрения заявок на выдачу патента или регистрацию ОИС.

Правила составления, подачи и рассмотрения заявок содержат подробное описание и регламентацию действий заявителя при составлении, например, описаний изобретений, изложении формулы изобретения или полезной модели, составлении перечня существенных признаков промышленного образца и т. д.

Правила также содержат регламентацию действий государственных экспертов Патентного ведомства при

проведении экспертизы патентоспособности/охраноспособности заявленного объекта. Такой комплексный нормативный документ помогает заявителям понять логику эксперта при осуществлении им экспертизы и позволяет более грамотно общаться друг с другом.

По поручению заявителя заявка может быть подана через представителя по делам интеллектуальной собственности (патентного поверенного), зарегистрированного в установленном порядке, или через иное доверенное лицо. Иностранцы и иные лица, проживающие или имеющие постоянное местонахождение за пределами Узбекистана, в отношениях с ГПВ реализуют свои права через представителей в делах интеллектуальной собственности (патентных поверенных), если иное не предусмотрено международными соглашениями.

По заявкам на выдачу охранных документов проводится государственная экспертиза на предмет соответствия заявленного объекта условиям патентоспособности или охраноспособности. Если объект отвечает условиям патентоспособности /охраноспособности, Патентным ведомством принимается решение о выдаче охранного документа. Если объект не отвечает, хотя бы одному из условий патентоспособности/охраноспособности, Патентным ведомством принимается решение об отказе в выдаче охранного документа.

Приобретенные права патентообладателя носят абсолютный, исключительный и срочный характер, а также ограничены территорией того государства, патентное ведомство которого его выдало.

Абсолютная природа прав патентообладателя определяется тем, что в качестве лиц, обязанных воздерживаться от использования принадлежащей патентообладателю разработки, выступают все остальные члены общества, на которых распространяются законы данного государства. Никто не вправе посягать на возможность патентообладателя единолично владеть и распоряжаться принадлежащей ему разработкой, если в законе не установлены на это счет определенные изъятия.

Исключительный характер субъективных патентных прав выражается в том, что в пределах одной страны права на разработку могут принадлежать лишь одному

патентообладателю. Выдача двух патентов на один и тот же объект не допускается. Сфера действия этого правила ограничена национальными рамками соответствующей страны. На один и тот же объект в разных странах патент может быть выдан разным лицам. Статья 4bis Парижской конвенции предусматривает, что «патенты, заявки на которые поданы в разных странах Союза гражданами стран Союза, независимы от патентов, полученных на то же изобретение в других странах, входящих или не входящих в Союз».

Признак срочности выражается в том, что права, вытекающие из патента, действуют в течение определенного периода времени. По законодательству Узбекистана срок действия патента на изобретение начинает действовать с даты подачи заявки в Патентное ведомство и составляет 20 лет. Исключительное право начинает действовать с даты публикации в официальном бюллетене сведений о регистрации изобретения.

Для патентообладателя большое значение имеет объем его прав. Законом об изобретениях предусмотрено, что объем правовой охраны, предоставляемой патентом на изобретение и полезную модель определяется их формулой, а патентом на промышленный образец – совокупностью существенных признаков, отображенных на изображениях изделия и указанных в перечне этих признаков.

Исключительное право на товарный знак действует в отношении товаров, указанных в свидетельстве, также с даты публикации сведений о его регистрации.

Договоры о передаче прав на ОИС

Охрана ОИС способствует развитию экономики любой страны, и не последнее место в этом занимает возможность передачи прав на объекты интеллектуальной собственности и выдача *лицензий* (от лат. «licentia» — свобода, право, разрешение) на их использование. Владелец прав на какой-либо ОИС может продать лицензию (выдать разрешение) на его использование любому лицу. Путем продажи лицензий можно получить доход, не затрачивая капитала и усилий на пуск производства и освоение рынка. Доходами от продажи лицензий многие фирмы покрывают свои затраты на научные исследования.

Приобретение или продажа лицензии является деловым соглашением. Юридически факт продажи лицензии оформляется лицензионным договором, отличающимся от иных договоров купли-продажи тем, что в этом случае покупается нематериальный объект.

Объектами лицензионных договоров выступают ОИС, которым предоставлена правовая охрана. С момента продажи лицензии владелец охранного документа на ОИС, продавший лицензию, становится лицензиаром, а лицо, приобретшее лицензию,— лицензиатом. Лицензиат получает право на использование объекта лицензии лишь на определенной в лицензионном договоре территории и на определенный срок.

Объем передаваемых по лицензионному соглашению прав определяется видом лицензии. Основными видами являются исключительная и неисключительная (простая) лицензия.

Исключительная лицензия предполагает предоставление исключительного права на использование объекта одному лицензиату, который может выдавать сублицензии третьим лицам (лицензиар пользуется лишь правом самому использовать объект лицензирования в установленных пределах).

Неисключительная лицензия сразу предполагает ограниченное право использования объекта (например, по объему выпускаемой продукции, территории), при этом лицензиар сохраняет все права, как в отношении использования, так и предоставления лицензий неограниченному кругу лиц.

Лицензионный договор всегда предполагает выплату лицензиару определенной денежной суммы, которая определяется как цена лицензии.

Определение цены лицензии — сложный вопрос. Именно поэтому продажа лицензий осуществляется по расчетной цене с ориентацией на цены внутреннего и внешнего рынков.

Основными видами лицензионных платежей являются роялти, паушальный и комбинированный платежи.

Роялти — вид платежей, выплачиваемых лицензиатом лицензиару в течение всего срока действия лицензионного договора в виде процента от суммы прибыли или суммы оборота от продажи продукции либо в виде фиксированной или дифференцированной ставки с единицы лицензионной

продукции.

Паушальный платеж предполагает выплату лицензиару определенной, зафиксированной в договоре суммы еще до начала массового выпуска лицензионной продукции.

Комбинированные платежи имеют наибольшее распространение и предполагают выплату лицензиару первоначального платежа еще до начала производства и сбыта лицензионной продукции с последующей выплатой остатка расчетной цены лицензии после налаживания производства лицензионной продукции в виде роялти, позволяющего лицензиару получать отчисления от реального дохода лицензиата в течение всего срока действия лицензионного договора.

1.4. Состояние изобретательской активности в области химии и химической технологии

Сегодня выгодным объектом экспорта (импорта) становятся не только промышленные товары, но и наукоемкие технологии. Использование результатов интеллектуальной деятельности, в том числе прав интеллектуальной собственности, является неотъемлемым условием создания новейших технологий и конкурентоспособной продукции. Только на этой основе возможно обеспечение стратегических национальных приоритетов: повышение уровня жизни населения, достижение экономического роста, обеспечение обороны и безопасности страны.

Уровень изобретательской деятельности в стране, состояние правовой охраны объектов промышленной собственности, организация их экономического оборота – все эти факторы самым непосредственным образом свидетельствуют о состоянии научно-технического потенциала государства.

Активизация процессов вовлечения объектов интеллектуальной собственности в хозяйственный оборот предприятий – один из важных факторов развития экономики.

В соответствии с Гражданским кодексом Республики Узбекистан под интеллектуальной собственностью понимаются исключительные права гражданина или юридического лица на результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к

ним средства индивидуализации участников гражданского оборота, работ или услуг. Обладателю имущественных прав на результат интеллектуальной деятельности или средство индивидуализации принадлежит исключительное право владения, пользования и распоряжения объектом интеллектуальной собственности по своему усмотрению в любой форме и любым способом.

Обеспечение правовой охраны результатов научно-технической деятельности является одним из важнейших условий введения их в хозяйственный оборот и создания рынка инноваций. Правовая охрана создает основу для охраны и защиты интересов организации-разработчика, авторов, инвесторов и производителей продукции от недобросовестной конкуренции в процессе оборота этих результатов, который регулируется нормами гражданского права.

За годы независимости в Республике Узбекистан принципиально изменились правовая база научно-технической сферы и подходы к развитию науки и техники, заложена основа национальной законодательной системы функционирования науки и техники, приняты и действуют законы и нормативно-правовые документы по различным объектам промышленной собственности и авторского права, регулирующие создание, охрану и использование таких объектов, в значительной степени гармонизированные с соответствующими законодательствами развитых стран. Все это послужило основой для формирования инфраструктуры рынка интеллектуальной собственности.

В инновационном развитии ведущая роль принадлежит таким объектам интеллектуальной собственности, как изобретения, которые способны стать основой новых технологий и продуктов.

Форма правовой охраны изобретений в Республике Узбекистан – патент. До 2002 года в Республике Узбекистан существовала такая форма правовой охраны изобретения, как предварительный патент. С вступлением в силу новой редакции Закона Республики Узбекистан «Об изобретениях, полезных моделях и промышленных образцах» с 01.10.2002 предварительные патенты прекратили свое действие.

Количественные характеристики объемов подачи заявок и выдачи охранных документов на объекты промышленной собственности представляют достоверный индикатор процессов, происходящих в сфере науки и производства. Ниже приведена динамика подачи заявок на изобретения за период 2000-2004 гг. (табл.1.2).

Таблица 1.2

Динамика подачи заявок на изобретения по годам

Год	2000	2001	2002	2003	2004	Всего
Подано заявок из них:	968	1029	918	1102	478	4495
- на патент	307	347	451	1102	478	2685
- на предварительный патент	661	682	467	-	-	1810
Национальными заявителями	759	803	715	931	273	3481
Иностранцами заявителями	209	226	203	171	205	1014

Данные активности подачи заявок свидетельствуют о наличии достаточно устойчивой положительной тенденции в период с 2000 г. по 2003 г. В 2004 г. наблюдается резкое падение подачи заявок на изобретения, что можно объяснить прекращением с 01.10.2002г. действия предварительных патентов.

Аналогичная тенденция отмечается в динамике подачи заявок, относящихся к области химии (табл.1.3).

Анализ табл.1.3 свидетельствует о наличии устойчивой положительной тенденции в данной сфере. Так, в 2000 г. количество поданных заявок, относящихся к области химии, составило 40%, в 2001 г. – 42%, в 2002 г. – 47%, в 2003 г. – 44% от общего количества поданных заявок. В 2004 г. такие заявки составили более половины всех поступивших заявок – 52%.

Таблица 1.3

Динамика подачи заявок на изобретения в области химии в сравнении с остальными областями

Год		2000	2001	2002	2003	2004	Всего
Химия, фармацевтика	Подано заявок из них:	387	431	425	488	248	1979
	- на патент	197	222	274	488	248	1429
	- на предварительный патент	190	209	151	-	-	550
	Национальными заявителями	243	261	271	352	83	1210
	Иностранцами заявителями	144	170	154	136	165	769
Остальные области	Подано заявок из них:	581	598	493	614	230	2516
	- на патент	110	125	177	614	230	1256
	- на предварительный патент	471	473	316	-	-	1260
	- национальными заявителями	516	542	444	579	190	2271
	- иностранными заявителями	65	56	49	35	40	245

Заявки на изобретения, относящиеся к области химии, условно можно разделить на 9 отраслей: 1. фармацевтика; 2. неорганическая химия; 3. удобрения; 4. органический синтез; 5. биохимия; 6. металлургия; 7. бытовая химия; 8. пищевая химия; 9. нефтехимия.

Как видно из табл. 1.4, наибольшее количество заявок на изобретения поданных национальными заявителями относятся к фармацевтике и неорганической химии.

Наибольшее количество заявок, поданных иностранными заявителями, относятся к органическому синтезу и фармацевтике.

Ученые, разработчики новых технологий, авторы-создатели объектов промышленной собственности не являются субъектами рынка научно-технической продукции. Они становятся таковыми только в том случае, если одновременно являются и обладателями исключительных прав на эти объекты (патентообладателями).

Таблица 1.4

Динамика подачи заявок на изобретения по отраслям химии

Обл. Химии	2000			2001			2002			2003			2004			Итого
	н.	и.	вс.	н.	и.	вс.	н.	и.	вс.	н.	и.	в.	н.	и.	вс.	
Органический синтез	26	89	115	28	102	130	40	106	146	52	83	135	9	83	92	618
Фармацевтика	49	37	86	80	50	130	85	33	118	110	44	154	27	63	90	578
Неорганическая химия	68	11	79	60	6	66	52	2	54	64	2	66	16	2	18	283
Биохимия	28	5	33	16	6	22	29	5	34	31	3	34	11	5	16	139
Металлургия	13	1	14	14	4	18	18	4	22	20	1	21	7	9	16	91
Бытовая химия	18	1	19	29	1	30	14	1	15	22	-	22	5	-	5	91
Пищевхимия	23	-	23	14	-	14	14	-	14	22	-	22	6	-	6	79
Нефтехимия	14	-	14	11	1	12	12	2	14	15	3	18	1	2	3	61
Удобрения	4	-	4	9	-	9	7	1	8	16	-	16	1	1	2	39

н. – заявки, поданные национальными заявителями; и. – заявки, поданные иностранными заявителями; вс. – всего подано заявок.

Количество заявок, поданных физическими лицами, занимают примерно третью часть общего количества заявок, поданных национальными заявителями. При этом наблюдается тенденция к увеличению доли поданных заявок на патент, принадлежащих авторам, по отношению к доле заявок, поданных юридическими лицами. В 2004 г. эти доли практически сравнялись, а по неорганической химии доля физических лиц возросла и составляет 51% от доли юридических лиц. Выявленную тенденцию можно объяснить наличием для физических лиц права уменьшения оплаты патентной пошлины за подачу и проведение экспертизы по существу (табл.1.5).

Как показывают приведенные данные, больше всего заявок, поданных физическими лицами, относится к неорганической химии.

Таблица 1.5

**Принадлежность поданных заявок по категориям
национальных патентообладателей**

Год	2000		2001		2002		2003		2004		Всего	
	ю.	ф.	ю.	ф.								
Органический синтез	18	8	21	7	28	12	40	12	5	4	112	43
Фармацевтика	41	8	65	15	73	12	82	28	11	16	272	79
Неорганич. химия	39	29	30	30	17	35	33	31	6	10	125	135
Биохимия	25	3	9	7	27	2	25	6	2	9	88	27
Металлургия	12	1	14	4	12	2	15	5	6	1	59	13
Бытовая химия	11	7	22	7	6	8	20	2	4	1	63	25
Пищевая химия	14	9	9	5	10	4	16	6	3	3	52	27
Нефтехимия	12	2	9	2	11	1	15	-	1	-	48	5
Удобрения	2	2	7	2	6	1	15	1	1	-	31	6
Всего	174	69	186	79	190	77	261	91	39	44	850	360

ю. - юридические лица; ф. - физические лица.

Среди юридических лиц по подаче заявок на изобретения в области химии и фармацевтики лидируют научно-исследовательские институты Академии наук РУз и ВУЗы (табл.1.6).

Анализ табл.1.6 свидетельствуют о том, что доля заявок, относящихся к области химии, поданных научно-исследовательскими и учебными заведениями по сравнению с производственными организациями составляет более двух трети всех поданных заявок.

Среди научно-исследовательских институтов лидируют Институт биоорганической химии им. академика А.С. Садыкова. Академии наук Республики Узбекистан, Институт общей и неорганической химии и Институт генетики и экспериментальной биологии. Среди ВУЗов лидирует Ташкентский химико-технологический институт.

Среди производственных организаций лидируют Ферганский нефтеперерабатывающий завод Акционерной компании «Узнефтепереработка», Открытое Акционерное Общество «Алмалыкский горно-металлургический комбинат».

Таблица 1.6

**Распределение поданных заявок на изобретения в области химии
по организациям за 2000-2004 г.г.**

	Отрасль	фармацевт.	неорг. химия	удобрения	орг. синт.	биохим.	металлург.	быт. хим.	пищ. хим.	нефтехим.	всего
	Организация										
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Научно-исследовательские институты	Институт биоорганической химии	36	1	-	16	4	-	1	2	-	60
	Институт общей и неорганической химии	-	10	14	6	-	2	4	2	9	47
	Институт генетики и экспериментальной биологии	1	-	-	5	23	-	-	-	-	29
	НИИ педиатрии	28	-	-	-	-	-	-	-	-	28
	НИИ ветеринарии	25	-	-	-	3	-	-	-	-	28
	Химико-фармацевтический институт им. Султанова	14	1	-	-	-	-	6	-	-	21
	Институт микробиологии	-	-	4	-	11	5	-	-	-	20
	Институт химии растительных веществ	12	1	-	4	-	-	-	-	-	17
	Институт ядерной физики	2	-	-	2	-	8	-	-	-	12
	Институт химии и физики полимеров	1	5	-	5	1	-	-	-	-	12
	НИИ водоснабжения, канализации, гидротехнических сооружений и инженерной гидрогеологии	-	11	-	1	-	-	-	-	-	12
ВУЗы	ТашХТИ	-	11	1	7	7	3	17	6	1	53
	2 ТашМИ	32	-	-	-	-	-	-	-	-	32
	1 ТашМИ	20	-	-	-	-	-	-	1	-	21
	ТашФарМИ	17	2	-	-	-	-	-	-	-	19
	ТашГУ	1	-	-	7	-	-	-	1	-	9
	ТашГТУ	-	1	-	1	3	2	2	-	-	9
	Ургенчский гос. университет	-	-	-	3	1	1	-	2	-	7
	ТИТиЛП	1	-	-	-	-	-	2	1	-	4

Продолжение табл. 1.6

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Производственные организации	Ферганский НПЗ	-	-	-	5	-	-	1	-	19	25
	Навоизот	-	3	1	5	-	2	5	1	1	18
	Алмалыкс кий ГМК	-	3	-	-	-	15	-	-	-	18
	НПО «Физика- Солнце»	-	5	-	-	-	10	1	-	-	16
	ООО «Ором- Биопрепарат»	10	-	-	-	5	-	-	-	-	15
	Навойский ГМК	-	-	1	-	-	3	-	-	-	4
	прочие	71	71	1	45	30	8	24	36	18	314
	Всего	272	125	31	112	88	59	63	52	48	850

Анализ активности заявителей в области химии в зависимости от региона Узбекистана показывает, что лидирующие позиции принадлежат г. Ташкенту (около 75% от всех поданных заявок), где сосредоточены крупные исследовательские и научно-производственные организации. Далее следует Ташкентская область (8% от всех поданных заявок), Самаркандская область (4,8%) и Ферганская область (4%). На эти регионы приходится более 90% всех подаваемых национальными заявителями заявок в области химии (табл. 1.6).

Активность подачи заявок на изобретения является лишь одной из характеристик состояния изобретательской деятельности.

Другая важная характеристика – количество зарегистрированных изобретений. На эту характеристику влияют не только количество поданных заявок, но и их качество, а также обусловленные патентным законодательством особенности экспертизы заявок на выдачу патентов (табл. 1.7).

Как и среди поданных заявок, так и среди зарегистрированных изобретений преобладают изобретения, относящиеся к области химии, доля которых составляет более половины всех зарегистрированных изобретений (табл. 1.9).

Таблица 1.7

Распределение поданных национальными заявителями заявок на изобретения по регионам Узбекистана по годам

Год	2000	2001	2002	2003	2004	Всего
Регион Узбекистана						
Каракалпакстан	1	-	-	8	-	9
Андижанская область	3	5	7	8		23
Бухарская область	1	-	-	6	6	13
Джизакская область	-	-	-	1	-	1
Кашкадарьинская область	1	-	-	1	-	2
Навоийская область	5	9		8	3	25
Наманганская область	1	2	2	3	5	13
Самаркандская область	11	16	8	20	4	59
Сурхандарьинская область	-	-	-	5	-	5
Ташкент	191	212	212	231	59	905
Ташкентская область	16	11	28	39	3	97
Ферганская область	9	4	12	21	3	49
Хорезмская область	4	2	2	1	-	9
Итого	243	261	271	352	83	1210

Динамика регистрации изобретений по годам представлена в табл. 1.8.

Таблица 1.8

Регистрация изобретений по годам

Год	2000	2001	2002	2003	2004	Всего
Зарегистрировано изобретений	476	485	515	129	178	1783
из них:						
- патентов	95	84	149	129	178	635
- предварительных патентов	381	401	366	-	-	1148
- на имя национальных заявителей	406	455	419	61	88	1429
- на имя иностранных заявителей	70	30	96	68	90	354

Таблица 1.9

**Данные о регистрации изобретений, относящихся к области химии,
в сравнении с регистрацией изобретений, относящихся к другим
областям науки и техники**

Год		2000	2001	2002	2003	2004	Всего
Химия, фармацевтика	Зарегистрировано изобретений, из них:	194	206	223	76	113	812
	- патентов	42	42	89	76	113	362
	- предварительных патентов	152	164	134	-	-	450
	- на имя национальных заявителей	166	180	160	28	29	563
	- на имя иностранных заявителей	28	26	63	48	84	249
Остальные области	Зарегистрировано изобретений из них:	282	279	292	53	65	971
	- патентов	53	42	60	53	65	273
	- предварительных патентов	229	237	232	-	-	698
	- на имя национальных заявителей	240	275	259	33	59	866
	- на имя иностранных заявителей	42	4	33	20	6	105

Данные, приведенные в табл. 1.9, свидетельствуют о том, что наблюдается увеличение количества зарегистрированных изобретений, относящихся к области химии. Увеличение количества зарегистрированных изобретений является следствием увеличения количества проведенных экспертиз, что объясняется более высокой квалификацией патентных экспертов, более качественным оформлением заявочных материалов, что в свою очередь ведет к сокращению переписки с заявителем и соответственно сокращению времени экспертизы.

Количество зарегистрированных изобретений, относящихся к области химии, в 2004 г. увеличилось на 19,5% в сравнении с 2003 г. При этом из общего количества зарегистрированных изобретений в области химии за период 2000-2003 гг. более 70% изобретений приходится на иностранных патентообладателей, а в 2004 г. количество зарегистрированных изобретений в области химии составляет около 94% (табл. 1.10).

Сведения в табл. 1.10 свидетельствуют о том, что наибольшее количество изобретений, зарегистрированных на имя национальных заявителей, приходится на изобретения в области

неорганической химии. Наибольшее количество изобретений, зарегистрированных на имя иностранных заявителей, относится к органическому синтезу и к смежной с ним фармацевтике.

Таблица 1.10

Регистрация изобретений по отраслям химии

Год	2000			2001			2002			2003			2004			итого
	н.	и.	в.													
Область химии	31	22	53	19	25	44	17	40	57	2	22	24	6	32	38	216
Органический синтез	31	22	53	19	25	44	17	40	57	2	22	24	6	32	38	216
Фармацевтика	32	4	36	40	1	41	44	6	50	-	19	19	8	41	49	195
Неорганич. химия	47	-	47	50	-	50	33	7	40	14	6	20	8	4	12	169
Биохимия	17	1	18	16	-	16	11	4	15	1	-	1	4	-	4	54
Металлургия	8	-	8	12	-	12	15	4	19	2	1	3	1	7	8	50
Бытовая химия	9	-	9	16	-	16	19	-	19	2	-	2	1	-	1	47
Пищев. химия	15	1	16	14	-	14	9	1	10	3	-	3	-	-	-	43
Нефте химия	3	-	3	10	-	10	6	1	7	2	-	2	-	-	-	22
Удобрения	4	-	4	3	-	3	6	-	6	2	-	2	1	-	1	16

н. – заявки, поданные национальными заявителями; и. – заявки, поданные иностранными заявителями; в. – всего подано.

Таблица 1.11

Принадлежность зарегистрированных изобретений по категориям национальных патентообладателей

Год	2000		2001		2002		2003		2004		всего	
	ю.	ф.	ю.	ф.								
Обл. химии	ю.	ф.	ю.	ф.								
Органический синтез	23	8	13	6	13	4	-	2	3	3	52	23
Фармацевтика	22	10	33	7	38	6	-	-	7	1	100	24
Неорганич. химия	28	19	25	25	12	21	1	13	4	4	70	82
Биохимия	13	4	13	3	9	2	1	-	3	1	39	10
Металлургия	5	3	11	1	9	6	1	1	1	-	27	11
Бытовая химия	5	4	14	2	13	6	2	-	1	-	35	12
Пищевая химия	10	5	11	3	5	4	2	1	-	-	28	13
Нефтехимия	3	-	10	-	4	2	2	-	-	-	19	2
Удобрения	4	-	2	1	5	1	2	-	-	1	13	3
Всего	113	53	132	48	108	52	11	17	19	10	383	180

ю. - юридические лица; ф. – физические лица.

Количество зарегистрированных на имя юридических лиц изобретений составляет более 68%. Особенно это заметно в области фармацевтики, где доля зарегистрированных на имя юридических лиц изобретений составляет 76% от доли зарегистрированных изобретений на имя физических лиц. В области неорганической химии, наоборот, доля зарегистрированных на имя физических лиц изобретений выше и составляет больше половины всех зарегистрированных изобретений на имя национальных заявителей в этой отрасли (табл. 1.11).

Анализ активности заявителей в области химии в зависимости от организации показывает, что доля зарегистрированных изобретений, патентообладателями которых являются научно-исследовательские институты Академии наук РУз и ВУЗы, во много раз превышает долю зарегистрированных изобретений, патентообладателями которых являются производственные организации (табл. 1.12).

Таблица 1.12

Распределение зарегистрированных изобретений национальных заявителей в области химии по организациям за 2000-2004 г.г.

	Отрасль	фармацевт.	неоргхимия	удобрения	орг. синт.	биохим.	металлург	быт хим	пищ хим.	нефтехим.	всего
	Организация										
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Научно-исследовательские институты	Институт биоорган. Химии	10	2	-	6	3		5	3	-	29
	Институт общей и неорган. химии	-	5	4	2	-	4	3	3	4	25
	Химико-фарм. институт им. Султанова	8	1	-	3	-	-	-	3	-	15
	Институт химии и физики полимеров	1	4	-	6	1	-	-	-	-	12
	Институт генетики и эксперимент. биологии	-	-	-	1	6	-	-	-	-	7
	Институт химии раст. веществ	5	-	-	2	-	-	-	-	-	7
	НИИ педиатрии	6	-	-	-	-	-	-	-	-	6
	Институт микробиологии	-	-	2	-	2	2	-	-	-	6
	НИИ ветеринарии	5	-	-	-	-	-	-	-	-	5
	Институт ядерной физики	1	1	-	-	-	2	-	-	-	4
НИИ водоснабж., канализ., гидротех. сооруж. и инженерной гидрогеологии	-	4	-	-	-	-	-	-	-	4	

Продолжение табл.1.12

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
ВУЗы	ТашХТИ	-	-	1	4	3	-	10	1	-	19
	2 ТашМИ	5									5
	ТашФарМИ	4	-	-	1	-	-	-	-	-	5
	ТашГУ	1	-	-	4	-	-	-	-	-	5
	Ургенческий гос. университет	-	-	-	-	1	1	1	2		5
	I ТашМИ	4	-	-	-	-	-	-	-	-	4
	ТИТиЛП	1	-	-	-	-	-	2			3
Производственные организации	НПО «Физика-Солнце»		5	-	-	-	4	-	-	-	9
	Ферганский НПЗ	-	-	-	-	-	3	1	-	-	4
	Навоизот	-	2	-	-	-	-	1	-	1	4
	Алмалыкский ГМК		1	-	-	-	3	-	-	-	4
	ООО «Ором-Биопрепарат»	3	-	-	-	-	-	-	-	-	3
	Навоийский ГМК	-	-	-	-	-	3	-	-	-	3
	Прочие	46	45	6	23	23	5	12	16	14	190
Всего	100	70	13	52	39	27	35	28	19	383	

Среди научно-исследовательских институтов лидируют Институт биоорганической химии им. академика А.С. Садыкова Академии наук Республики Узбекистан, Институт общей и неорганической химии и химико-фармацевтический институт им. Султанова. Среди ВУЗов лидирует Ташкентский химико-технологический институт.

Среди производственных организаций лидирует Научно-производственное объединение «Физика-Солнце».

При рассмотрении зарегистрированных изобретений в области химии по регионам республики видно, что лидирующие позиции удерживает г. Ташкент (около 84% от всех зарегистрированных изобретений в области химии). Далее следуют Ташкентская область (5,4%) и Ферганская область (2,2%). При этом более 90% всех зарегистрированных изобретений в области химии, патентообладателями которых являются национальные заявители, приходится на эти регионы (табл.1.13).

Таблица 1.13

Распределение зарегистрированных изобретений национальных заявителей в области химии по регионам Узбекистана по годам

Год						
Регион Узбекистана	2000	2001	2002	2003	2004	Всего
Каракалпакстан	-	-	-	-	-	-
Андижанская область	1	-	3	1	-	5
Бухарская область	1	1	-	-	-	2
Джизакская область	-	-	-	-	-	-
Кашкадарьинская область	3	1	-	-	-	4
Навоийская область	3	2	4	1	1	11
Наманганская область	2	-	-	3	1	6
Самаркандская область	6	3	2	-	-	11
Ташкент	136	161	142	15	22	476
Ташкентская область	12	7	4	3	4	30
Ферганская область	2	3	3	4	-	12
Хорезмская область	-	2	2	1	1	6
Итого	166	180	160	28	29	1210

В целом, анализируя представленную информацию, можно отметить, что количество зарегистрированных изобретений и их распределение по различным показателям взаимосвязаны с количеством поданных заявок.

Среди иностранных заявителей лидерство по подаче заявок и регистрации изобретений в области химии принадлежит заявителям США (около 60% поданных и 42% зарегистрированных изобретений), Германии (около 18% поданных и 13% зарегистрированных изобретений) и Великобритании (3,2% поданных и 3,7% зарегистрированных изобретений). Более 81% от общего количества поданных заявок и около 59% от общего количества зарегистрированных изобретений приходится на долю заявителей из перечисленных государств (табл.1.14).

Таблица 1.14

**Динамика подачи заявок и зарегистрированных изобретений
среди иностранных заявителей по отраслям химии**

Год	2000		2001		2002		2003		2004		Всего	
	п.	з.										
Австралия			1			2	4	8	1	1	6	11
Австрия	1		4	3	1	1			1	1	7	5
Бельгия	-			2		1				2		5
Великобритания	5	3	3	2	1	1	5	2	11	1	25	9
Венгрия			1					1	1	1	2	2
Германия	25	6	31	3	29	12	30		22	10	137	31
Испания					2					1	2	1
Италия		2	1	2	5	2		1	4		10	7
Канада			3		1	2	2	1	2		8	3
Нидерланды			3		1	1	2	2		1	6	4
Республика Корея					1				1		2	
Россия	3		2	2	2	2	4		1	3	12	7
США	92	12	98	11	90	20	70	16	104	45	454	104
Финляндия	1		1		2					1	4	1
Франция	5		5	1	1	7		11	1	2	12	21
Швейцария	2	3	1		2	3	1	1			6	7
Швеция	1				2		3				6	
Япония	1	1			2	4	3	1	5		11	6
Прочие	8	1	16		12	5	12	4	11	15	59	25
Всего	144	28	170	26	154	63	136	48	165	84	769	249

п. - подано; з. – зарегистрировано.

Анализируя количественные характеристики изобретательской деятельности, следует подчеркнуть одно важное положение. Развитая рыночная экономика оперирует значительным количеством объектов интеллектуальной собственности, так как охрана интеллектуальной собственности – ключевой момент инновационной деятельности физических и юридических лиц, в том числе и крупнейших компаний, поскольку дает возможность получать прибыль.

Поэтому необходимо создать такую систему организации и управления инновациями, включая объекты интеллектуальной собственности, которая обеспечивала бы активизацию и эффективное функционирование инновационной деятельности.

1.5. Роль и место интеллектуальной собственности в современном высокотехнологичном бизнесе

Как показывает мировая практика, состояние научно-технического прогресса любой страны в условиях глобализации мировой рыночной экономики во многом зависит от того, насколько правильна эта страна выбрала нишу в международном распределении труда по применению инновационных процессов. Продажа наукоемкой промышленной продукции в настоящее время обеспечивает самую высокую норму прибыли на рынке продукции и товаров (табл. 1.15).

Таблица 1.15

Основные характеристики товарных рынков

Специализация рынков	Распределение затрат по основным стадиям цикла «идея – товар», в %			Нормы прибыли, в %
	НИОКР	Производство продукции или услуг	Коммерческая реализация	
<i>Поставки на рынки сырьевых продуктов</i>				
обогащенных и очищенных	5-15	65-80	15-20	50-150
необогащенных	3-10	75-85	12-15	30-50
<i>Поставки на рынки промышленной продукции и питания</i>				
наукоемкой	10-25	35-60	30-40	300-900
прочей	5-15	40-70	25-45	30-80
<i>Поставки сельскохозяйственной продукции и питания</i>				
экологически чистого, высококачественного	5-10	50-60	35-40	50-80
прочего	2-8	47-63	35-45	20-50
<i>Предоставление услуг отдыха, туризма, развлечений</i>				
для элитарных туристов	5-10	60-70	25-30	50-150
для всех прочих	2-5	70-78	20-25	20-80
Примечание. В графе «Нормы прибыли» даны средние и максимальные данные по группам отраслей, представленные в процентах за период 1995г ÷ 1999 г.				

Менее привлекательны рынки сельскохозяйственной продукции и необогащенных сырьевых продуктов. Там обычная норма прибыли на уровне 20 — 30 %, а максимум, как правило, не превышает 50%.

И, наоборот, наиболее предпочтительным является рынок высокотехнологичной продукции, где норма прибыли превышает 100%. Однако, чтобы его освоить, необходимо многое сделать.

Для начала следует качественно сформировать законодательную базу на государственном уровне. Желаям же получать сверхприбыли бизнесменам следует сформировать новую культуру отношений внутри каждого предприятия — претендента на этот рынок.

Именно инновационность проводимой государством экономической политики определяет, как страна вписывается в мировую рыночную экономику. Хуже, когда это носит чисто декларативный или фрагментарный характер. Будет ли страна существовать с собственными интеллектуальными активами и инновационной экономикой, создающими высокую добавленную стоимость и долю в национальном валовом внутреннем продукте, во многом зависит от продуманной инновационной политики страны, умелой организации эффективного управления интеллектуальными активами на разных иерархических уровнях управления: от предприятия, отрасли, городов, до государства. Яркий тому пример – опыт Китая и Индии, где достигнуто завидное повышение капитализации интеллектуальной собственности (табл. 1.16).

Таблица 1.16

Научеомкость и наукоотдача национальных экономик

Страна	ВВП млрд.долл.	ВВП на одного занятого, тыс.долл.	Доля расходов на НИОКР в ВВП, %	Текущий индекс конкурентоспособности*	Доля Hi-tech продукции в товарном экспорте, %
США	9875	73,1	2,64	2	28,2
Китай	5135	7,2	1,0	47	16,7
Япония	3425	56,0	3,04	15	26,3
Индия		4,9		36	3,2
Германия		56,0	2,44	4	15,3
Франция		56,5	2,17	12	19,4
Великобритания		54,5	1,87	7	26,2
Италия	1410	56,5	1,04	24	7,9
Россия	1185	18,0	1,01	58	3,1
Канада		60,0		11	

* Рассчитывается Всемирным экономическим форумом. Источник: Дынкин А.А. (член-корр. РАН, Зам.директора Института мировой экономики и международных отношений РАН) Место России в мировом технологическом пространстве. Национальная инновационная система // Материалы конференции IV-го международного форума «Высокие технологии XXI века». – М., 2003 - С. 12-14.

В противном случае страна становится технологически зависимой от государств, где инновационная рыночная экономика уже состоялась.

Президент Республики Узбекистан И.А. Каримов в своей книге «Узбекистан на пороге XXI века: угрозы безопасности, условия и гарантии прогресса» отмечает: «Узбекистан располагает всем необходимым для перехода к современной модели инновационного типа развития, основанной на расширенном и эффективном использовании созданного научно-технического потенциала, широком внедрении в практику достижений фундаментальной и прикладной науки, наукоемких технологий, увеличении числа высококвалифицированных, одаренных научных кадров. Это служит необходимым условием и прочной базой для прорыва страны в разряд экономически и индустриально развитых стран мира».

Активизация работ по стимулированию инновационной деятельности и широкомасштабному промышленному освоению наукоемких технологий (инновационного или высокотехнологичного бизнеса) направлена на достижение главной цели – сделать экономику страны более эффективной и конкурентоспособной.

Инновационный бизнес не является предметом чисто научных исследований или изобретательства. В нем весь бизнес строится на основе широкомасштабного (не эпизодического) применения и использования объектов интеллектуальной собственности (ОИС) и других новейших достижений науки и технологий. Другими словами, в высокотехнологичном бизнесе ОИС играют определяющую роль.

В настоящее время отсутствует официально принятое нормативное определение понятия «высокотехнологичный бизнес». В мировой практике (Организация экономического сотрудничества и развития - ОЭСР) применяются два подхода: по отраслям и по продуктам (Руководство Фраскати, ОЭСР, 1993): при **отраслевом** подходе, принятом ОЭСР, главным критерием, на который опирались в прошлом, выступали расходы на исследования и экспериментальные разработки (НИОКР) в процентах от затрат на производство, оборота или добавленной стоимости в конкретной отрасли. Отрасли же подразделялись на

категории: «высокой», «средней» и «низкой» наукоемкости (ОЭСР, 1986). Дальнейшая работа позволит распределять отрасли в соответствии с их «технологическим содержанием», с учетом не только прямых инвестиций в НИОКР, но и косвенного приобретения их результатов, воплощенных в промежуточном потреблении и основных средствах, а также результатов зарубежных НИОКР, содержащихся в импортируемой продукции. Таким образом, весь объем технологических ресурсов следует оценивать эконометрическими методами, используя таблицы «затраты – выпуск»; преимущество **продуктового** подхода заключается в возможности более детализированного анализа и идентификации технологического содержания продуктов, а отсюда и в обеспечении широты их выбора из номенклатуры, выпускаемой также и иными наукоемкими отраслями. Подобный подход требует использования детализированных данных о НИОКР по продуктовым областям.

Публикуемая и используемая разными структурами статистика высокотехнологичных продуктов и отраслей измеряет технологическое содержание продукции, производимой и экспортируемой конкретными отраслями и странами с целью характеристики их конкурентоспособности и состояния торговли на рынках высокотехнологичной продукции. Эти рынки отличаются быстрым ростом на фоне широкого спроса и олигополистических структур, предлагая при этом торговые прибыли выше среднего уровня и оказывая влияние на развитие всей структуры промышленности.

Самое важное доказательство значимости НМА связано с возрастающей в последнее время ролью ОИС и НМА в деятельности компаний. Так автор «Века разума» Чарльз Хэнди писал: «... интеллектуальный капитал корпорации обычно в 3-4 раза превышает стоимость всех ее материальных активов. Однако Лейф Эдвинссон уже в 1996 году считал эти данные устаревшими. Тогда он оценивал колебания данного показателя для большинства компаний в пределах от 5:1 до 16:1. В период с 1996 по 2001 год весомость ИК только возрастала. Иначе говоря, стоимость современных компаний в основном определяется наличием у них ИК».

Дополнительной иллюстрацией возрастающей роли НМА являются исследования² компании Interbrand (табл.1.17. «Значимость материальных и нематериальных активов фирмы в различных отраслях»³).

Индикаторы торговли, агрегированные по высокотехнологичным продуктам либо отраслям, первоначально предназначались в качестве измерителей результативности или эффекта НИОКР. Сейчас просматривается тенденция их более широкого применения в анализе конкурентоспособности и глобализации.

Таблица 1.17

Значимость материальных и нематериальных активов фирмы

Отрасль\ активы	Материальные активы (%)	Товарные знаки (%)	Другие нематериальные активы (%)
1. Финансовые услуги	20	30	50
2. Предметы роскоши	25	70	5
3. Информационные технологии	30	20	50
4. Продукты и напитки	40	55	5
5. Фармацевтика	40	10	50
6. Автомобилестроение	50	30	20
7. Коммунальное хозяйство	70	0	30
8. Тяжелая промышленность	70	5	25
9. Розничная торговля	70	15	15

Источник: Питер Дойль. Маркетинг, ориентированный на стоимость / Пер.с англ. Под ред. Ю.Н.Каптуревского. – СПб: Питер, 2001. – 480с.

Процесс формирования высокотехнологичного бизнеса и своевременного его обновления базируется на шести принципиально отличающихся друг от друга технологиях. Отличительные признаки этих технологий даны в табл. 1.18.

² Raymond Perrier, ed., Brand Valuation, London, Interbrand and Premier Books, 1997. -44 с.

³ Питер Дойль. Маркетинг, ориентированный на стоимость / Пер.с англ. Под ред. Ю.Н.Каптуревского. – СПб: Питер, 2001. – 480 с.

Таблица 1.18

Виды и признаки технологий в высокотехнологичном бизнесе

№ п/п	Виды технологий	Конечный продукт	Критерий оценки	Субъекты (участники)	Средний риск, %
1	креативные (изобретательские)	идея	эффективность и охраноспособность	изобретатели	99÷95
2	инновационные (исследовательские)	образец изделия	качество нововведения	исследователи	95÷40
3	инвестиционные (проектные, строительномонтажные)	объект производства	окупаемость инвестиций	инвесторы	40÷20
4	Товаропроизводящие (производственные)	готовая продукция	рентабельность производства	менеджеры производства	20÷10
5	Товарореализующие (торговые)	товар в сделке	цена/качество/объем продаж	менеджеры по маркетингу	10÷5
6	Товаропотребляющие (потребительские)	товар в потреблении	потребительские свойства	потребители	5÷1

Первая и последняя (шестая) относятся к **осознаваемым технологиям**, оцениваемым чисто субъективно. Креативные технологии охватывают проблемы, цели и задачи и выдвигают конкретные идеи, способные их решить. Последние (товаропотребляющие) технологии опираются на удовлетворённость результатом потребления товара, устраняющем ранее сформулированные проблемы. Изобретатель всегда ориентирован на потребителя. Тот и другой свои действия по созданию идеи и её использованию в быту оценивают субъективно.

Вторая (инновационная) и пятая (торговая) относятся к типу **формализующих технологий**. Инновационные формализуют технику и технологию производства нового изделия и на суд инвесторов и предпринимателей представляют опытный образец в виде конкретной формы, прототипа будущего товара. Торговые технологии превращают проданные изделия в формализованные ценности – в деньги. Потребитель же, наоборот, - отдавая деньги, приобретает товар, который, по его мнению, формально устранил его проблемы. Что в

действительности произойдет с его проблемами, он узнает после, в процессе потребления. Однако на этапе покупки он уже формально решил свои проблемы.

Третья (инвестиционная) и четвертая (производственная) технологии относятся к типу **материализующих**. Инвестиционные технологии материализуют конкретное производство, ориентированное на изготовление конкретной номенклатуры изделий. Производственные технологии материализуют идею конкретного вида изделий, исходя из возможности данного производства. Дальнейший процесс взаимной адаптации инвестиционных и производственных технологий направлен на максимально эффективное использование всех материальных ресурсов производства, чтобы производить наиболее качественные товары со стабильными материализованными в нем потребительскими свойствами.

Такая классификация, прежде всего, нужна для того, чтобы обеспечить наилучшую обоснованность всех факторов, особенностей и свойств объектов ИС при их стоимостной оценке. Из табл.15 видно, что продукты инновационных и тем более креативных технологий не могут оцениваться по принципу окупаемости и тем более рентабельных технологий и изделий. Текущие же новации в производственных торговых и потребительских технологиях не могут расцениваться как наиболее весомая ИС в данном бизнесе. Учитывая средний уровень риска по каждому типу технологий значительно проще и с минимальными ошибками можно определять ставку дисконтирования и норму окупаемости при оценке ИС на любой стадии подготовки и реализации бизнеса.

Таким образом, инновационный бизнес должен базироваться, прежде всего, на генерации и расширенном воспроизводстве знаний. Назовем это интеллектуальным ресурсом. Управление интеллектуальным ресурсом - это особая область современного менеджмента. Управление интеллектуальными активами нельзя трактовать как автономную, самостоятельную процедуру, а следует рассматривать только в контексте системы управления бизнесом. Задача инновационного менеджмента – организовать такое управление, при котором этот

ресурс (при строгом соблюдении всех норм, правил и процедур) превращается в реальный капитал бизнеса.

Один из таких подходов представлен в табл. 1.19.

Таблица 1.19

**Этапы превращения интеллектуального ресурса
в капитал бизнеса**

№	Этапы капитализации интеллектуального ресурса (ИР)	Форма выражения ИР	Внутренняя классификация ИР в ВТБ	Основной критерий оценки ИР
1	Формулирование главной идеи, ведущего замысла ИР как инструмента решения проблемы	Идея, гипотеза, теоретическое доказательство разрешимости проблемы	Теоретико-познавательная или методологическая технология	Доказательство реализуемости (технологичности) и применимости в бизнесе
2	Научно-технические и проектно-технологические работы	Логически завершенная целостная прикладная разработка	Исследовательские технологии, лабораторный образец инновационного продукта	Новизна, оригинальность,
3	Интеллектуальная собственность	Изобретения, полезные модели, промышленные образцы, объекты коммерческой тайны	Опытный образец инновационного продукта	Охраноспособность
4	Объекты инновации для использования	Запатентованные объекты техники и технологии	Комплект документации по технической подготовке производства	Окупаемость, эффективность
5	Нематериальные (неосязаемые) активы	Объекты исключительных и иных прав, взаимоотношений и сгруппированных неосязаемос тей	Образец инновационного продукта, изготовленного в производственном режиме	Способность приносить дополнительные доходы (выгоды), рентабельность
6	Материализованные инновационные продукты	Объект для производства готовой продукции	Производственная технология	Способность удовлетворять спрос потребителя (высокое качество, новые потребительские свойства, низкие эксплуатационны е затраты)

На первом этапе формирования интеллектуальных ресурсов (ИР) системно изучаются два массива информации.

Внешний – о рынке и его состоянии, о внутрикорпоративных возможностях, технико-технологических, организационный и ресурсных.

Здесь сопоставляются возможности предприятия производить и обновлять производство, с одной стороны, и возможности успешной торговли на рынке - с другой. Рынок и потенциал предприятия изучаются как две разные системы, но в одной последовательности: сбор и анализ информации, выявление проблем и постановка целей и задач по их решению. Здесь огромную роль играют измерение качества, оценка стоимости бизнеса, его составляющих, конкурентоспособность продукции и выделение болевых точек. Аналитики бизнеса в системном виде формируют баланс сильных и слабых сторон бизнеса с позиции поставленных задач.

Первый этап завершается «волной» оценок по всем продуктам, технологиям и функциональным системам и «волной» выявленных проблем. На основании выявленных проблем формулируются главная идея, ведущий замысел ИР как главного инструмента решения проблем. Они выражаются в виде комплекса идей, гипотез, теоретического доказательства возможности разрешения проблемы при соответствующем применении ИР для решения возникших проблем и устранения слабых факторов бизнеса. Для генерации или воспроизводства таких знаний применяются теоретико-познавательная или методологическая технологии, с помощью которых доказывается реализуемость ИР и возможность применения в бизнесе для разрешения выявленных проблем.

Второй этап заключается в подключении в этот процесс научно-исследовательских лабораторий, опытно-конструкторских и опытно-технологических подразделений. Этот этап начинается с апробации и отбора для практической реализации наиболее ценных коммерческих идей (КЦИ), а заканчивается логически завершенной целостной прикладной разработкой для последующего изготовления образцов инновационной продукции, новых технологий, образцов нестандартного оригинального технологического оборудования.

Здесь всё завершается оформлением реестра новых, оригинальных научно-технических разработок, способных развивать данный бизнес.

Третий этап знаменателен тем, что он формирует перечни правообладателей научно-технических разработок как объектов интеллектуальной собственности. Каждая относительно перспективная разработка должна и получать статус объекта интеллектуальной собственности. Став таковой, ИР как бы официально признается ребёнком двух родителей – матери, родившей этого ребенка, облечённого правами авторства, неимущественными правами, и отца – инвестировавшего свой капитал в исследования, разработку и коммерческую реализацию данной идеи. Отец становится обладателем исключительных прав, то есть прав на коммерческое использование. Этот этап завершается оформлением юридических документов, устанавливающих статус и самих ИР, и их правообладателей. Этот статус отныне признают все отечественные и зарубежные лица.

Четвертый этап посвящен преобразованию запатентованных объектов техники и технологий в объекты инноваций. На данном этапе разрабатываются соответствующий комплект конструкторской и технологической документации для организации и подготовки инновационного продукта в промышленных условиях. В инновационном проекте промышленного освоения запатентованных ОИС основной акцент делается на окупаемости и эффективности вложенных инвестиций.

Пятый этап – преобразование, получивших юридический статус ОИС, в нематериальные (неосязаемые) активы предприятия, происходящая либо постановкой их на баланс на основании актов передачи, либо по индивидуальной передаче отдельных объектов ИС, либо по результатам инвентаризации НМА, проведенных на данном предприятии по приказу руководителей. Для признания ОИС в качестве НМА они должны обладать возможностью быть использованными в производстве, приносить дополнительные доходы или выгоды для их владельцев или правообладателей. К этому моменту в наличии должен быть образец инновационного продукта, изготовленного

в производственном режиме, завершена работа по запуску инновационного продукта в серийное производство.

Выявление научно-технических разработок и других ОИС для оформления юридических прав на них и постановки их на баланс есть идентификация этих активов. Она производится выборочно и индивидуально по каждому активу.

Процедура системной массовой проверки состояния активов, используемых в хозяйственной деятельности, называется инвентаризацией. Все выявленные и поставленные на баланс активы могут иметь по крайней мере три вида стоимости: основанную на калькуляции затрат, произведенных на создание данного актива; вытекающую из договоров на приобретение этого актива; вытекающую из оценки, проведенной профессиональным оценщиком, например, в случае безвозмездной передачи актива данному предприятию.

Наконец, на **шестом этапе** начинается промышленное производство инновационного продукта, технология отработана в условиях производства, приобретены необходимые сырье, материалы, комплектующие, проведено обучение персонала. Поскольку инновационный продукт обладает высоким качеством, новыми потребительскими свойствами и/или низкими эксплуатационными затратами, направлен на удовлетворение потребности рынка, - все это обеспечивает приток большого дохода производителям инновационного продукта. Это и есть тот капитал, который получен от практической реализации ИР. Справедливое распределение этого дохода между всеми участниками инновационного процесса обеспечивает дальнейшее стимулирование их инновационной активности.

Управление используемых интеллектуальных активов на вышеописанных этапах организации производства инновационного продукта на базе коммерчески ценных ИР производится в большинстве случаев по нормативно установленным процедурам. Вся совокупность действий по введению объектов ИС в хозяйственный оборот является лишь прелюдией для их эффективной коммерческой реализации.

Управлять ИС предприятия можно лишь на основе системы управления высококвалифицированным персоналом. При этом управление должно быть не столько административным, сколько

экономическим (точнее, экономико-правовым). У этой категории персонала предприятия должны быть, с одной стороны, жесткие юридические ограничения по правам присвоения и использования результатов их творческой деятельности, с другой - действенные экономические стимулы, отличающиеся от тех, что используются в отношении представителей исполнительского потенциала. В этом случае возможно эффективное управление ИС и другими НМА, создаваемыми на предприятии и приобретаемыми со стороны. Поэтому объект управления ИС и другими НМА на предприятии будет выглядеть предпочтительнее как двухуровневая структура. На верхнем уровне объект управления воплощают высококвалифицированные специалисты, на втором, нижнем уровне - сами объекты ИС.

Порядок их использования в хозяйственной, производственной и коммерческой деятельности регулируется рядом нормативных, международных и государственных правовых актов. Задача предпринимателей и предприятий состоит в строгом соблюдении требований этих актов. Страны, не соблюдающие эти нормы, не получают льгот в сфере международной торговли и кооперации. Поэтому управление этими активами должно строиться прежде всего на соблюдении всех требований международных и национальных нормативных актов.

Рассматривать лишь ИС в качестве объекта управления на предприятии и не учитывать остальные НМА было бы неправильным, поскольку речь идет об управлении факторами преимущества предприятия на рынке, которые, как правило, дают максимальный эффект лишь в комплексе. Можно было бы их проранжировать по значимости и юридической защищенности следующим образом: - интеллектуальная собственность; - другие нематериальные активы; - факторы, обеспечивающие другие преимущества предприятия на рынке.

Но управление ИС может осуществляться не только на предприятии. Его развитие имеет прямой смысл и на уровень региона, и на уровень государства и даже на уровень отдельной предприимчивой личности (например, предпринимателя без

образования юридического лица). В этом случае речь идет о самоуправлении.

Комплексно управлять ИС можно только в составе остальных НМА, тогда речь идет об управлении всей их совокупностью. В этом случае ИС выступает в качестве одной из подсистем более общей системы реализации юридически оформленных преимуществ, зафиксированных в управлении. В отличие от остальных НМА предприятия ИС выступает как наиболее юридически защищенная и вместе с тем стратегически важная составляющая неосязаемых активов. Поэтому, говоря об управлении НМА предприятия, в первую очередь, следует иметь в виду ИС.

Как уже отмечалось, в международной практике под НМА обычно понимают все юридически оформленные права и привилегии фирмы или корпорации, участвующие в их хозяйственной деятельности. Можно сказать и по-другому: НМА - это все юридически оформленные явные и неявные преимущества предприятия, которые влияют на эффективность его деятельности. При этом понятно, что далеко не все преимущества юридически оформляются. Из них те, что выявлены, юридически оформлены и поставлены на баланс предприятия, называют **идентифицированными**. Остальные, не учитываемые на бухгалтерском балансе, называют **неидентифицированными**.

Таким образом, НМА – это активы, которые: не обладают физической субстанцией; проявляют себя своими экономическими свойствами; дают права и привилегии их собственнику; генерируют доходы для их собственника.

Материальный актив должен отвечать одному или нескольким из условий, которым не отвечает НМА – таким, как:

1. Материальному активу свойственно физическое существование и определенная вещественная форма; он должен быть материальным.
2. Необходимо, чтобы его можно было потрогать и увидеть.
3. Материальный актив должен восприниматься на ощупь; он должен быть осязаемым.
4. Стоимость материального актива создается его материальной субстанцией (физических особенностей, вещественных и

видимых элементов). 5. Стоимость НМА создается его нематериальной субстанцией (из имущественных прав).

Для того, чтобы НМА имел экономическую стоимость, он должен потенциально увеличивать стоимость других активов, с которыми он связан. НМА должен оказывать положительное воздействие на стоимость группы активов. Это не означает, что мера увеличения их стоимости является показателем стоимости оцениваемого НМА. Она просто указывает на то, что оцениваемый НМА на самом деле добавляет положительную стоимость. Именно эти свойства признаются как экономические свойства НМА или способ проявления НМА своих экономических свойств.

Для того, чтобы НМА имел экономическую стоимость, он должен предоставить своему владельцу определенный, измеримый объем прав и привилегий. Патентование технических решений, регистрация товарных знаков, оформление правовой охраны других результатов интеллектуальной деятельности предоставляют их владельцу монопольное право извлекать из них доходы, продать, сдавать в аренду (лицензирование), запретить другим использовать эти результаты, использовать в качестве средств защиты.

Права и привилегии от владения НМА должны приносить экономические выгоды в виде увеличения дохода или снижении издержек. Эти выгоды, генерируемые НМА, измеряются путем сравнения величины экономического дохода, производимого оцениваемым НМА с величиной экономического дохода, который имел бы владелец в том случае, если бы этот НМА вовсе не существовал.

НМА возникают в силу: интеллектуальной собственности; благоприятных контрактных прав; благоприятных неконтрактных взаимоотношений; деловой репутации (имеются также такие синонимы этого понятия, как неидентифицированные (неотделимые) НМА, гудвилл, сгруппированные неосязаемости).

Что касается интеллектуальной собственности, как это неоднократно отмечалось, это – результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации, которым предоставлена правовая охрана. Она охраняется законом от неразрешенного использования другими лицами.

Благоприятные контрактные права существуют в соответствии с условиями контракта (договора, соглашения) в письменной форме, представляющего экономическую выгоду для сторон (контракты на поставки, контракты на сбыт продукции, контракты на снабжение, лицензионные соглашения и др.)

Благоприятные неконтактные взаимоотношения между сторонами обычно не носят договорного характера. Они могут быть кратковременными и представлять большую ценность для сторон (набранные кадры; структурные взаимоотношения сторон; взаимоотношения с клиентами; взаимоотношения с поставщиками, взаимоотношения с дистрибьюторами и пр.)

Под деловой репутацией понимается лояльность клиентов, тенденция клиентов возвращаться к обслуживающему их бизнесу.

Стоимость деловой репутации определяется как остаточная стоимость НМА, после того как будет установлена и вычтена из общей суммы стоимостей всех НМА стоимость отдельно идентифицируемых НМА. К альтернативным понятиям стоимости деловой репутации (гудвилла) относят «сверхприбыль»; дополнительный доход, получаемый бизнесом сверх справедливой отдачи от идентифицируемых активов; добавочная стоимость предприятия как целого сверх общей стоимости составляющих его идентифицируемых активов.

Особенность управления ИС на предприятии состоит в том, что субъект управления обеспечивает свои функции не самостоятельно, а через высококвалифицированный персонал, способный создавать, эффективно использовать и своевременно обновлять ИС и другие НМА. Фактически персонал обеспечивает управление НМА предприятия, сам при этом являясь объектом управления со стороны администрации предприятия. При этом следует различать активные **информационные каналы, управленческие взаимодействия** между основными элементами системы и основные технологии как конкретные **материальные потоки**.

Партнерские обязательства в виде планов, программ и договоров также могут оставаться неформализованными, т.е. быть на уровне устных договоренностей. Знания международных правовых норм и требований государственных нормативных

актов также может существовать и использоваться как элемент квалификации менеджера.

В то же время информационные каналы не следует ассоциировать с **реальными управляющими воздействиями**, являющимися обязательными и официальными отношениями, благодаря которым обеспечивается реальное функционирование предприятия и целевое управление различными его подсистемами.

Факторами регулирования управляющих воздействий или формальных административных отношений являются взаимные обязательства сторон - администрации и персонала.

Эти отношения обычно прописываются в контрактах. Управляющие воздействия реализуются, с одной стороны, через зарплату, премии и штрафы - как экономические инструменты и, с другой стороны, через контракты, приказы, распоряжения и инструкции - как инструменты административно-правового регулирования складывающихся отношений.

И, наконец, третьим и наиболее наглядным видом взаимодействия различных элементов системы управления на предприятии являются **материальные потоки**, то есть реальные производственные технологии основного и вспомогательного производства. Именно здесь наглядно видно, как основные элементы производства, проходя по операциям, превращаются в реальный товар (услугу).

Неформальные информационные каналы и исключительно устные управляющие воздействия характерны, в основном, для малых предприятий. На средних и тем более крупных предприятиях, где нужно и важно фиксировать и отслеживать наиболее важные информационные сообщения и административные воздействия, требуется организация систем целенаправленного формирования ИС и других НМА.

Для того, чтобы эффективно управлять выращиванием и реализацией каждого конкретного объекта ИС необходимо, как минимум, распределить основные работы персонала по времени, а также по жизненному циклу объекта ИС, который в общем виде можно представить как совокупность следующих этапов, в течение которых требуется: во-первых, ее создать, т.е. разработать идею и зарегистрировать на нее право; во-вторых,

вовлечь в хозяйственный оборот, т.е. задействовать ее в хозяйственной деятельности в таких процессах, как: разработка, освоение технологий, производство продукции, коммерческая реализация продукции; в-третьих, грамотно решить вопрос стимулирования лиц, участвующих в хозяйственной деятельности, имея в виду, в первую очередь, владельцев прав на ИС; в-четвертых, полноценно и масштабно реализовать на рынке идею, лежащую в основе данного объекта ИС, т.е. получить от ее использования максимальный доход, не нарушая юридических и этических норм; в-пятых, своевременно решить вопрос качественного обновления идеи, лежащей в основе данного объекта ИС, а также обновления соответствующих прав на него.

Процесс управления ИС - это комбинированный процесс регулирования эффективностью совокупного множества операций и процедур, связанных с качественной и масштабной реализацией самой идеи, лежащей в основе данного объекта собственности. Все множество этих процедур и операций можно классифицировать в рамках Модели периодического обновления НМА, применимой для субъекта любого уровня управления.

Система нормативного регулирования отношений на предприятии строится на основе матрицы, распределяющей все действия и отношения с НМА по двум базовым направлениям: - по жизненному циклу НМА, начиная с его создания и вовлечения в хозяйственный оборот и заканчивая его полным или частичным обновлением; по специфике регулируемых внешних и внутренних отношений, включая этические, технико-технологические, экономические, юридические и административные.

Регулирование отношений в процессе создания и реализации НМА с учетом их специфики должно осуществляться не только в рамках административных отношений, которые, по сути, всегда являются **дорегулирующими отношениями**, то есть используемыми тогда, когда остальные бездействуют или действуют недостаточно результативно. Минимальное администрирование требуется в научных коллективах, где все строится на инициативе сотрудников и их высокой квалификации. Максимальное администрирование проявляется при полной безынициативности объектов управления. Каждая

группа специальных отношений, включая этические, юридические, экономические и технико-технологические, структурируется по следующим системным уровням - установкам (нормам), механизмам (технологиям) и идеологиям (общим принципам и подходам). Понятие специализированной идеологии на предприятии вытекает, с одной стороны, из сложившейся парадигмы как доминирующей научной концепции в этой области знаний, с другой стороны, она строится на мнениях, позиции и мировоззрении наиболее авторитетных в этой области специалистов данного предприятия. При этом установки могут быть частично и полностью прописаны в виде инструкций, положений, норм. Механизмы могут быть также задокументированы в виде описаний технологических, технологических регламентов и технологических инструкций. А идеологии по большей части воспринимаются и усваиваются персоналом в результате общения с администрацией.

Правильное всестороннее понимание ИС теми, кто с ней работает на предприятии, в итоге определяет успех всего бизнеса. И, наоборот, однобокое ее понимание (которое особенно свойственно юристам или некоторым многоопытным патентоведом) позволяет лишь начать общение с руководителями многих служб на предприятии. Сформирована концепция основных функций ИС, которая предложена и используется на ряде предприятий. На наш взгляд, она имеет большое прикладное значение при работе с этими активами в хозяйственной деятельности. Суть концепции состоит в выделении важнейших стратегических и тактических функций ИС и построении на этой основе системы управления бизнесом в различных отраслях. Как весьма специфическая собственность – ИС обладает следующими стратегическими функциями: товарной, технологической, правовой, экономической, символической и культуuroобразующей (идеологической). Суть стратегических функций ИС заключается в том, что ИС является средством: *наделения выпускаемой продукции особыми потребительскими свойствами. Это происходит за счет:* создания оригинальной конструкции изделия, обеспечивающей надежную и эффективную его эксплуатацию у потребителя; *обеспечения технического превосходства над конкурентами за счет:* новых и

оригинальных технологий и технологических ноу-хау, не позволяющих воспроизводить подобные эффекты у конкурентов; индивидуализации технологических приемов при производстве эксклюзивной продукции для конкретного потребителя; *обеспечения экономического управления бизнесом, включая: оценку бизнеса и его нематериальных активов; коммерциализацию; ценообразование в сфере производства и продажу высокотехнологичной продукции; обеспечения юридической защищенности бизнеса по всему комплексу ОИС благодаря: регистрации всех ценных идей и предложений на предприятии; регистрации и поддержания в числе действующих объектов промышленной собственности, включая патенты на изобретения, промышленные образцы, полезные модели, свидетельства о регистрации товарных знаков, программных продуктов, баз данных и др.; обеспечению режима охраны коммерческой и служебной тайны на предприятии. обеспечения бренда менеджмента своего товарного знака на национальном и международном рынках сбыта своей продукции за счет: формирования, обновления и реализации бренд-стратегии; организации франчайзинговых отношений с партнерами; управления правами на основе договоров коммерческой концессии. обеспечения высокой общекорпоративной культурой работы с ценными идеями, продуктами творчества.*

Под тактическим управлением ИС понимается решение задач и функций, требующих срочного первостепенного исполнения. В управлении ИС под тактикой следует понимать выполнение задачи **по нормализации отношений с правообладателями**, то есть тех задач, которые следует выполнять обязательно, чтобы обеспечить нормальное функционирование ИС, чтобы иметь от её использования значительный доход.

Нормализация – это приведение правоприменительной практики в соответствие с нормами действующего законодательства на конкретном предприятии.

Процедура нормализации правоотношений с правообладателями ИС содержит следующие работы: юридическое оформление охранного режима в случае наличия или получения конкретных коммерчески ценных идей. Это может

быть оформлением и подача заявки в патентное ведомство на получение патента на изобретение, полезную модель или промышленный образец, на регистрацию других объектов. Либо это организация охранного режима в отношении ноу-хау, других секретов производственной или коммерческой деятельности; юридическое оформление договоров передачи прав в случаях возникновения намерений их коммерческого использования лицами, не владеющими этими правами, а также в случаях выявления факта непреднамеренного нарушения прав, то есть факта использования чужих прав; оформление авторских договоров между обладателями исключительных и неисключительных (авторских) прав и строгое их соблюдение; выплата вознаграждения всем, чьи права используются в коммерческой деятельности и дают доходы в бизнесе. Сюда относятся выплаты вознаграждений обладателям исключительных и неисключительных прав.

Условия управления ИС на предприятии целесообразно обеспечивать такими, чтобы не давать основания персоналу негативно относиться к своим обязанностям. Эти условия в значительной степени вытекают из контрактных обязательств каждого сотрудника данного предприятия. Если принятые сторонами условия соблюдаются, то менеджеры вправе требовать аккуратного и этичного отношения к своим обязанностям и бизнесу в целом.

Практически психологический аспект управления реализуется в основном за счёт решения следующих весьма важных для бизнеса задач: обеспечения оптимального использования способностей и квалификации каждого сотрудника предприятия, с его максимальной самоотдачей; отбора и селекции сотрудников с позитивной и созидательной логикой и сотрудников с творческими способностями; формирования ответственных и этичных отношений между персоналом и менеджментом предприятия и массового вовлечения персонала в творческую деятельность с целью стабильного и неизменного наращивания преимуществ на рынке.

Решение первой задачи, в основном, осуществляется психологами совместно с руководителем по персоналу,

внимательно изучающими каждую личность и организующими их ротацию по индивидуальному плану.

Вторая задача требует тестирования и длительного наблюдения за каждым отдельным сотрудником предприятия. Предметом наблюдения и изучения является характер поведения и соответственно тип мышления каждого из сотрудников. Проблема состоит в том, что устойчивое негативное мышление отдельного сотрудника работает, в конце концов, как фактор разрушения бизнеса. Негативное мышление проявляется в критике порядков и ведущих должностных лиц предприятия; в оправдании бездействия или некачественной работы не только своей, но и других сотрудников; в потребительском, неэкономном отношении к имуществу и ресурсам предприятия; в безучастном отношении к общим проблемам бизнеса и отдельным негативным явлениям; в неучастии в знаменательных событиях и других проявлениях. Здесь должна быть индивидуальная программа работы психологов с каждым сотрудником.

Третья задача решается путем создания единой системы стимулов, постепенно вовлекающей в творческий процесс всё большее число сотрудников подобно тому, как это решено во многих японских корпорациях, использующих технологию организации кружков качества, когда им удавалось вовлечь до 80% всех работающих в творческую деятельность. В итоге процесс управления производством и маркетингом на японских предприятиях непрерывно совершенствуется, и их бизнес почти не испытывает банкротства.

В заключение следует отметить, что в настоящее время формируются новые направления менеджмента в сфере управления собственностью и здесь, пожалуй, принципиально новое звено - это менеджмент в сфере ИС. Речь идет об **управлении отношениями субъектов в сфере собственности и, в частности, интеллектуальной собственности**. Безусловно, это управление носит целевой характер и с позиции собственника ориентировано на наиболее эффективное использование как прав, так и самого объекта собственности. С позиции конкурента нередко оказываются обратные действия, дестабилизирующие любое эффективное управление. Поэтому прежде чем

рассматривать управление собственностью, необходимо оценить складывающиеся так называемые инфраструктурные отношения, то есть взаимодействие этого объекта собственности и его владельца с внешней средой. Здесь, в первую очередь, следует оценить: имущественные отношения субъектов, пытающихся каким-то образом строить отношения с данным объектом собственности (например, это собственники, арендаторы, временные пользователи, конкуренты); конъюнктуру потребности рынка в данной собственности и ее стабильность на момент оценки, исходя из текущего состояния и ретроспективных данных; вероятные риски целевого использования собственности, или вероятность целевой эффективной реализации прав собственника.

В ближайшей перспективе возможно появление новых научных и прикладных направлений: управление промышленной собственностью в различных отраслях экономики; управление НМА на уровнях государства и регионов; управление ИС на предприятии, в научных, проектных и конструкторских организациях; оптимизационное управление налоговой политикой в сфере НМА предприятия, региона, государства; управление ИС в сфере информационных технологий; управление ИС в инновационной сфере и в инвестиционных проектах.

1.6. Концептуальные основы организации управления интеллектуальными активами предприятия

Свою деятельность по управлению ИС и интеллектуальным капиталом менеджеры строят на основе норм международного права, а также на положениях государственных нормативных актов. Управление ИС и интеллектуальным капиталом обеспечивается высококвалифицированным персоналом, ответственным за данную функцию. В состав этого персонала входят учёные, маркетологи, исследователи, технологи, конструкторы, изобретатели, работники функциональных служб (финансовой, плановой, юридической, бухгалтерской, кадровой и др.). В соответствии с планами и программами предприятия они изучают рынок, анализируют и отбирают **коммерчески ценные**

идеи, предлагаемые работниками предприятия, осуществляют патентные исследования для выяснения их охраноспособности и патентной чистоты. В целях наведения и поддержания порядка в отношениях с объектами интеллектуальной собственности (ОИС) и правообладателями на предприятии периодически проводится инвентаризация НМА.

Основной целью управления ИС и интеллектуальным капиталом предприятия является обеспечение возможности системного формирования и развития уникальных отношений, знаний и способностей производить уникальную продукцию с уникальными свойствами для максимально полного удовлетворения рыночного спроса.

Для реализации целей управления ИС и интеллектуальным капиталом на предприятии формируется *система управления интеллектуальной собственностью (СУИС)*, которая является, в свою очередь, подсистемой общей системы стратегического управления (менеджмента) предприятием. СУИС предприятия имеет в рамках общих задач менеджмента свои, специфические задачи и содержание процессов стратегического управления.

Проведение инвентаризации интеллектуальной собственности предприятия является исходным, стартовым этапом организации эффективного управления современным высокотехнологичным бизнесом и занимает в процессах стратегического управления предприятием своё важное и вполне определённое место.

На рис.1.1 схематично представлены *процессы стратегического управления интеллектуальной собственностью* предприятия ВТ- бизнеса, которые включают организационно-подготовительный этап, процесс стратегического анализа, выбор стратегии и её реализацию. Стратегическое управление ИС предприятия в интересах его высокотехнологического развития целесообразно начать с организационно-подготовительного этапа.

В ходе его реализации в помощь руководителю предприятия подготавливается механизм для обеспечения стратегического управления ВТ-бизнесом - организационная структура СУИС предприятия, предназначенная для осуществления функций и решения задач инновационного

менеджмента. Более подробно вопрос организационной структуры СУИС предприятия будет освещён далее.

Концепция эффективного управления интеллектуальным капиталом предприятия в соответствии со схемой, показанной на рис. 1.1, также как и в классической схеме стратегического управления предприятием⁴, предусматривает анализ двух сред бизнеса: 1) его организационного окружения, т.е. экзо- или внешней по отношению к предприятию среды и 2) эндосреды предприятия, включая его внутренние ресурсы.

Экзосреда или внешнее организационное окружение предприятия включает в себя в качестве главной составляющей всю совокупность субъектов и отношений с ними на местном, национальном и международном рынках. При этом значительная часть этих отношений регулируется нормативными актами и договорными обязательствами.

Среди субъектов экзосреды следует выделить партнёров по бизнесу, которые способствуют усилению позиций предприятия на рынке, и его конкурентов по рыночной нише. К числу основных субъектов организационного окружения также относятся покупатели и поставщики, органы государственного регулирования и муниципальной власти, транспортные, торговые предприятия, профсоюзы и т.д. С большей частью субъектов экзосреды предприятие активно и непосредственно взаимодействует, находясь в договорных отношениях того или иного вида. Взаимодействие с субъектами внешнего окружения в определяющей степени обуславливает эффективность бизнеса предприятия и возможности реализации его стратегических целей. В отношении субъектов экзосреды устремлениями предприятия являются использование параметров окружения с выгодой для себя и их изменение в благоприятном направлении.

⁴ См., например: Зуб А.Т. *Стратегический менеджмент: учебн. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2008.*

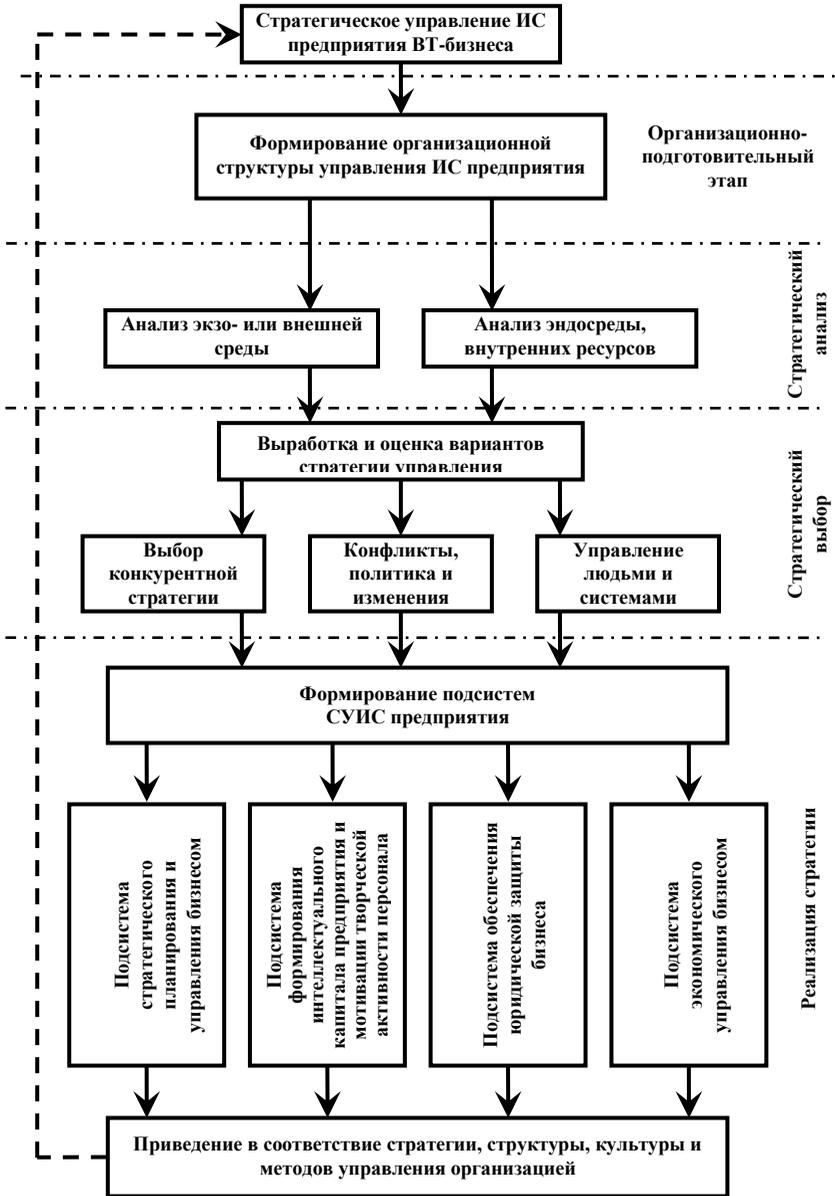


Рис.1.1. Процессы стратегического управления ИС предприятия ВТ-бизнеса.

При анализе субъектов экзосреды на первый план выходит *правовая функция ИС*: особо выделяют взаимоотношения, регулирующие правовую защиту интеллектуальных достижений, их коммерческий и гражданский оборот, проводят юридическую экспертизу заключаемых контрактов в отношении защиты прав предприятия на полученные РНТД, решают вопросы распределения и государственной регистрации прав на ОИС и другие РИД.

Другую, не менее существенную часть внешнего организационного окружения предприятия составляют не субъекты, а *факторы окружения*, которые опосредованно влияют или могут влиять на предприятие. Это макроэкономические факторы экономики, требования национального законодательства или законодательства зарубежных стран, включая особенности правовой охраны ИС; характеристики рынков сбыта продукции, осуществления производственной или иной деятельности предприятия; политическая ситуация и формирующие её события и силы, изменения в государственной или региональной политике; культурные, социальные, религиозные, этнографические, географические, климатические особенности страны, региона или территории и прочее. Предприятие, как и другие участники рынка, в общем случае, не имеет возможности влиять на большую часть объективно и независимо существующих факторов экзосреды. Хотя современная история знает примеры вмешательства международных корпораций во внутренние дела и политику целых государств и народов, такую ситуацию нельзя считать общим правилом. В связи с этим менеджеры предприятия обязаны выявлять параметры указанных факторов внешнего окружения, отслеживать динамику, тенденции их изменения и учитывать их в планах стратегического управления бизнесом.

При анализе организационного окружения, исследованиях экзо- или внешней организационной среды в интересах формулирования стратегических задач управления ИС и ВТ-бизнесом предприятия осуществляется:

- 1) выявление субъектов правоотношений предприятия и формирование экономико-географического реестра субъектов правоотношений предприятия по каждому виду рынка: местный

(региональный) рынок; национальный рынок; международный рынок с делением при возможности и необходимости на обособленные географические сектора (например, западно- и восточноевропейский, северо- и южноамериканский сектора, Центрально-Азиатский регион, Юго-Восточной Азии, африканский, бассейна Индийского океана и т.д.) и сегменты проникновения отдельных видов продукции предприятия;

2) классификация участников экономико-географического реестра субъектов правоотношений: по месту их юридической регистрации – отечественные и зарубежные с распределением по странам; по организационно-правовому статусу (органы государственного управления, ведомства, муниципальные органы, государственные предприятия, коммерческие предприятия различной организационно-правовой формы, частные предприниматели, физические лица и т.п.); по видам деловых взаимоотношений: по наличию или отсутствию взаимных договоров и иных обязательственных правоотношений; - партнёры по бизнесу; - соисполнители и субподрядчики; - поставщики; - покупатели продукции предприятия; - заказчики; - конкуренты; - посредники; - финансово-кредитные организации; - экспедиторы и предприятия транспортной инфраструктуры; - юридические компании; - консультанты; - надзорные органы; - и т.д.

3) выявление обязательственных отношений предприятия с каждым из субъектов правоотношений, определяющих рамочные условия ведения бизнеса на соответствующем сегменте рынка: обеспечивающих права предприятия, способствующих расширению бизнеса и укреплению конкурентной позиции предприятия на рынке; ограничивающих права предприятия, снижающих возможности расширения бизнеса и ослабляющих конкурентную позицию предприятия.

4) углубленное и многостороннее исследование и систематизация данных конкурентной разведки и выявленных сведений о фирмах-конкурентах внутри отрасли и потенциальных новых конкурентах: номенклатура и объёмы выпускаемой конкурентом продукции; показатели качества и технико-экономические показатели продукции, наиболее эффективные образцы продукции; круг покупателей продукции

конкурента, направления и объёмы экспорта продукции; портфель патентов на изобретения, полезные модели и промышленные образцы, перечень патентов, защищающих каждый из видов продукции конкурента; география патентования объектов патентной защиты; динамика патентования по годам; средства индивидуализации: фирменные наименования, товарные знаки, знаки обслуживания, наименования мест происхождения товаров, коммерческие обозначения, зарегистрированные на имя конкурента в различных странах; география размещения предприятий и производств; партнёры по бизнесу, субподрядчики, поставщики.

5) выявление фирм-конкурентов, производящих товары-заменители (субституты) продукции предприятия: путём прямой замены образца продукции предприятия на другой товар того же назначения, выполняющий такую же функцию, используемый с тем же или близким результатом, выполненный на тех же физических или иных принципах, в основу которого заложены сходные конструктивные решения, но который может иметь незначительные отличия от продукции предприятия; путём косвенной замены продукции предприятия товаром другого производителя, выполненным с использованием других физических, химических, биологических или иных принципов, основанным на другой принципиальной конструктивной схеме, который способен выполнять сходные функции при достижении такого же, сходного или более высокого результата; определение степени опасности вытеснения продукции предприятия с рынка товарами-субститутами и разработка первоочередных мероприятий по противодействию фирмам-конкурентам, производящим заменители;

6) выявление потребителей (покупателей) продукции предприятия и исследование их потребностей и предпочтений: перечень реальных и потенциальных потребителей по видам рынков, странам и регионам; классификация покупателей по видам потребляемой продукции предприятия; классификация покупателей по объёму потребления продукции; классификация покупателей по требованиям к качеству и уровню технико-экономических показателей продукции; выявление круга их прочих поставщиков продукции – конкурентов предприятия,

объёма их поставок, сведений о качестве и уровне технико-экономических показателей поставляемой продукции конкурентов; формирование систематизированных сведений об отношениях предприятия и субъектов внешнего окружения, факторах дальнего окружения и их параметрах *как базы данных*, а также формулирование обобщённых знаний (сведений, информации) о внешней среде, как нематериального актива предприятия и нематериальной составляющей экосреды;

8) разработка плана мероприятий по укреплению конкурентной позиции предприятия в отношении всех рынков, регионов и сегментов, каждого вида продукции и каждого из субъектов правоотношений: по укреплению партнёрских отношений; по пересмотру условий невыгодных для предприятия контрактов, в том числе в отношении распределения прав на ИС; по обходу ограничений, оспариванию патентов конкурентов и активным антиконкурентным действиям; по патентованию интеллектуальных достижений предприятия в соответствующей стране; по повышению технического уровня и потребительских свойств продукции предприятия, созданию и правовой защите интеллектуальных достижений предприятия.

Значительную часть перечисленных сведений и объективной исходной информации об организационном окружении для реализации целей стратегического анализа получают путём проведения патентно-информационных, конъюнктурных и маркетинговых исследований (например, в соответствии с квалифицированными рекомендациями⁵). Эти исследования осуществляются силами структурного подразделения предприятия - Управления интеллектуальной собственности (УИС), которое целесообразно сформировать в составе организационной структуры СУИС предприятия на начальном этапе её создания.

Вторым компонентом стратегического анализа является *анализ эндосреды*. **Эндосреда предприятия** представляет собой персонал, а также внутренние возможности и ресурсы

⁵ Скорняков Э.П., Горбунова М.Э. Патентные исследования. Учебное пособие. -М.: РГГИИС. 2005.

предприятия в виде используемой персоналом в своей работе совокупности трёх капиталов – интеллектуального, финансового и материального. В качестве субъекта управления персоналом предприятия и, соответственно, ИС и интеллектуальным капиталом выступает его высший менеджмент (рис. 2).

Анализ эндосреды в отношении интеллектуальной собственности решается путём разработки и создания в составе СУИС предприятия *системы учёта прав на ОИС и другие РНТД*.

Методом организации учёта указанных прав является **инвентаризация нематериальных активов**, регулярно и системно проводимая на предприятии Рабочей инвентаризационной комиссией предприятия с привлечением сил специалистов Управления интеллектуальной собственности (УИС). Целью реализации системы учёта прав на ИС и другие РНТД предприятия является организация достоверного бухгалтерского учёта НМА и формирование *реестра ОИС*, как фундаментальной основы обеспечения управления ИС в интересах высокотехнологического развития предприятия.

По результатам инвентаризации составляется (обновляется) реестр ОИС. Составляются отдельные перечни коммерчески ценных идей для патентования и охраны в качестве секретов производства. На их основе организуются исследования и разработки стратегически важных проблемных тем. В основном эти темы ориентированы на стабильное и качественное обеспечение ресурсов бизнеса предприятия, на совершенствование основных и вспомогательных технологий производства продукции и на совершенствование самой продукции, её конструктивных, технологических особенностей и её потребительских свойств. Образцы новой продукции предварительно проходят апробацию на выставках, ярмарках и на специализированном рынке в качестве опытных партий. Если рынок на продукцию реагирует с живым интересом, то в эти программы вкладываются дополнительные инвестиции и создается полноценное производство этой продукции. Управление интеллектуальной собственностью в данном случае происходит по всем направлениям, где используются коммерчески ценные идеи, получившие ту или иную юридическую охрану.



Рис. 1.2. Схема управления интеллектуальной собственностью и другими нематериальными активами промышленного предприятия.

В состав интеллектуального капитала входят не только объекты интеллектуальной собственности, но и знания, опыт, квалификация и способности персонала, словом, все интеллектуальные активы.

Эффективно управлять современным бизнесом без реестра ОИС сегодня уже нельзя. Вся системная работа в этой области начинается с реестра.

Именно в нём, как итоговом документе инвентаризации, должны отражаться права на результаты научно-технической деятельности (РНТД) в соответствии с «Методическими рекомендациями по инвентаризации прав на результаты научно-технической деятельности»⁶.

В рекомендациях отмечены случаи обязательной инвентаризации, когда речь идет о передаче или использовании ИС, принадлежащей государству, то есть той, что создана за счёт средств государства.

Нормативно регулируемые государством обязательные процедуры в сфере ИС в основном относятся к государственной собственности. Это учёт, оценка, инвентаризация, перемещение через границу и отношения с Федеральным агентством по правовой защите результатов интеллектуальной деятельности военного, специального и двойного назначения. При этом отношения с правообладателями собственности, созданной за счёт всех негосударственных финансовых источников, регулируются Гражданским кодексом, другими законами и нормативными положениями, касающимися ИС. Таким образом, никакого специального регулирования отношений с ИС в коммерческой сфере нет и быть не может. Отношения с частной собственностью устанавливаются самими собственниками.

Одна из актуальных проблем российской экономики в области ИС состоит в том, что большинство крупных и средних отечественных предприятий реестра ОИС пока не имеют.

Считается, что если на предприятии есть патентный отдел, то он ведёт список патентов и свидетельств и этого вроде бы вполне достаточно. Однако патентный отдел не занимается

⁶ Утверждены распоряжением Минимущества России, Минпромнауки России, Минюста России от 22 мая 2002 г. № 1272-р/Р-8/149.

планированием инвестиций, вопросами расширения производства и строительства новых объектов. К сожалению, должностные лица предприятия, которые планирует большие инвестиции в программы развития бизнеса, часто такого реестра не ведут и ОИС как стратегические активы не учитывают. И это их серьезная принципиальная ошибка, поскольку все инвестиции без учёта этой собственности впоследствии могут оказаться бессмысленными из-за вероятности их вложения в производство контрафактной продукции, выпускаемой с нарушением чужих прав.

Совершенствование отношений в сфере управления ИС, принадлежащей государству, для многих промышленников и учёных чрезвычайно актуально.

Без этого все конкретные действия в отношении разработанных со стороны государства нормативных документов носят либо фрагментарный практический характер разрешения частных вопросов, либо сводятся к неконкретным общесистемным пожеланиям и установкам. Для предприятий военно-промышленного комплекса процесс реального государственного управления ИС, по сути, начинается с момента формирования и ведения реестра результатов интеллектуальной деятельности (РИД).

Реально ли на основе этого реестра организовать действенное управление высокотехнологичным бизнесом военно-промышленного комплекса и обороноспособностью страны – это ещё большая проблема, пока качественно не разрешённая.

Две формы учёта РИД и учёта гражданских правовых договоров, в значительной степени могут быть адаптированы и применены на предприятии с учётом специфических отличий. Разница между реестром НМА предприятия и государственным реестром состоит в основном в том, что в реестре предприятия всё, что касается информирования Минюста РУз и РФ и не должно учитываться. В остальном государственный реестр может стать хорошим прототипом для реестра любого коммерческого предприятия. Потому, что, **во-первых**, над его структурой поработало много грамотных специалистов; **во-вторых**, определенная унификация формы реестра ОИС на предприятии в дальнейшем во многом поможет и новому персоналу, и внешним

консультантам, и оценщикам бизнеса и ИС лучше разобраться в полноте и достоверности информации об интеллектуальных ценностях данного бизнеса.

Помимо нормативно установленных объектов ИС, таких как изобретения, полезные модели, промышленные образцы, товарные знаки, программные продукты, научные и художественные произведения и ноу-хау, в реестре отдельными разделами целесообразно перечислить также договора о передаче прав на научно-технические, технологические и проектно-конструкторские разработки. Структурировать реестр лучше по группам активов, объединённых специфическими режимами охраны и защиты. Примерная структура реестра должна содержать, как минимум, следующие разделы: объекты госрегистрации; секреты производства (ноу-хау); авторские предложения и договоры; договоры с правообладателями; - прочая коммерчески ценная информация.

Режимы работы с активами по каждому из разделов должны определяться внутренними приказами предприятия, иначе этот документ и вся работа по целевому использованию НМА будет неэффективна.

Следующим этапом процесса стратегического управления ИС и ВТ-бизнесом предприятия согласно схеме, приведённой на рис. 1.1, является *стратегический выбор*.

На этом этапе учитываются данные, полученные при анализе организационного окружения или внешней среды, выявленные внешние возможности и угрозы. Применительно к задачам управления ИС и инновационному бизнесу, такими данными являются результаты патентно-информационных, конъюнктурных и маркетинговых исследований сегментов рынка, относящихся к сфере деятельности предприятия, содержащие выводы о достигнутом в мире современном уровне и тенденциях развития науки, техники и технологий, сведения о наиболее эффективных образцах продукции, величине или уровне их технико-экономических показателей. Используются также данные о конкурентах, их продукции, портфеле патентов, направлениях экспорта продукции и патентования изобретений. Оцениваются сведения о потребителях продукции и предпочтениях покупателей.

В процессе стратегического выбора в сопоставлении с обозначенными внешними обстоятельствами и угрозами рассматриваются выявленные при анализе эндосреды внутренних ресурсов и объективных данных сформированного реестра НМА возможности, преимущества и недостатки предприятия в отношении: пакета прав на ОИС и другие РНТД, состояния правовой защиты интеллектуальных достижений и бизнеса; научно-технического уровня исследований, разработок и продукции; способности ответить на вызовы внешнего окружения с учётом объективного наличия, состояния или ограниченности ресурсов, финансового, интеллектуального и материального капиталов предприятия.

Стратегический выбор включает⁷: выработку стратегических вариантов или альтернатив, исходя из целей предприятия, его преимуществ и недостатков, а также внешних возможностей и угроз; выбор оптимального варианта стратегии предприятия на основе оценки и сравнения выдвинутых альтернатив в отношении возможности обеспечения наилучшего соотношения между сильными и слабыми сторонами предприятия, возможностями и угрозами внешней среды; формирование стратегии, стратегической линии поведения и планов по их реализации.

Выбор альтернативных вариантов стратегического управления интеллектуальной собственностью осуществляется в следующих направлениях: определение стратегических целей и задач научно-технической политики, перспективных направлений высокотехнологического развития и укрепления конкурентной устойчивости предприятия на основе повышения эффективности использования интеллектуальных достижений и совершенствования СУИС предприятия; формирование направлений научно-технической политики предприятия, главных направлений и масштаба проведения научно-исследовательских работ, опытно-конструкторских и проектно-технологических разработок, номенклатуры и технико-

⁷ Зуб А.Т. *Стратегический менеджмент: учебн. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2008.*

экономических показателей выпускаемой и планируемой к разработке продукции; выбор стратегий конкурентного поведения предприятия в соответствии, например, с «экономико-биологической» классификацией стратегий конкурентной борьбы⁸ на рынке в целом, в отношении каждого из рынков, отдельных сегментов рынка, видов продукции и направлений разработок с учётом оценки стратегической информации об участниках рынка, потенциале и возможностях конкурентов, объективной оценки ресурсов самого предприятия, а именно: *виолентной* (силовой) стратегии, предусматривающей проведение широкомасштабных НИОКР. Виолентная стратегия характерна для фирм, действующих в сфере крупного, стандартного производства товаров и/или услуг, т.е. там, где производство можно наладить более эффективно и с меньшими издержками, чем изготовление небольших партий сильно отличающихся друг от друга товаров. Виоленты используют преимущества, создаваемые *широкомасштабными научными исследованиями*, развитой сбытовой сетью и крупными рекламными кампаниями; *пациентной* (специализированной) стратегии с осуществлением узко специализированных НИОКР улучшающего характера. Пациентная или нишевая стратегия типична для узко специализированных фирм. Она предусматривает изготовление особой продукции для определенного круга потребителей. Рыночная стратегия пациентов опирается на незаменимость их продукции *для соответствующей группы покупателей (стратегия фокусирования)*; *коммутантной* (приспособительной) стратегии. Коммутантная стратегия характерна для мелких неспециализированных предприятий, приспособленных к удовлетворению небольших по объему или кратковременных нужд конкретного клиента. Крупными предприятиями коммутантная стратегия, как правило, не используется, но совсем не исключена в отдельных случаях. Примером такой стратегии (скорее, оправданным исключением из виолентной стратегии)

⁸ Юданов А.Ю. Конкуренция: теория и практика. Учебно-практическое пособие, 2-е изд., испр. и доп. М.: Ассоциация авторов и издателей «Тандем», изд-во «ГНОМ-ПРЕСС», 1998.

может являться выполнение небольшого заказа на изготовление изделий для конкретных нужд потребителя и загрузки простаивающего универсального оборудования и высококвалифицированного персонала предприятия; *эксплерентной* (пионерской, экспериментальной) стратегии, подразумевающей поиск революционных решений в ходе выполнения прорывных НИОКР. Эта стратегия конкурентной борьбы связана с созданием новых или радикальным преобразованием старых сегментов рынка. Речь идет не просто о совершенствовании товаров и услуг, а о поиске революционных решений. Главный фактор силы эксплерентов связан с опережением во внедрении принципиальных нововведений, с созданием нового рынка и извлечением выгод из первоначального единоличного присутствия на нём; разработка структуры, формирование и совершенствование системы управления ИС предприятия в интересах решения стратегических задач и высокотехнологического развития бизнеса.

Реализация стратегии является третьим этапом стратегического процесса управления. Этап включает мероприятия, обеспечивающие осуществление стратегии, выбранной руководителем предприятия, а именно – формирование подсистем управления ИС предприятия.

На образцовых промышленных предприятиях реестр ОИС должен служить основой четырёх важнейших подсистем управления высокотехнологичным бизнесом: стратегического планирования и управления бизнесом в долгосрочной перспективе от 2 до 10 лет, а иногда и более (подсистема внешней стратегии создания и использования высокоэффективных НМА); организации творческой деятельности и непрерывного формирования интеллектуального капитала предприятия (внутренняя стратегия бизнеса относительно интеллектуальных ценностей); экономического управления бизнесом, включая управление его затратами, доходами и стоимостью его важнейших активов; юридической защищённости бизнеса в целом и его отдельных активов.

На рис.1.3 отображены основные направления использования реестра НМА на предприятии.



Рис.1.3. Основные направления использования реестра нематериальных активов на предприятии.

Подсистема стратегического планирования и управления бизнесом в долгосрочной перспективе от 2 до 10 лет предполагает после своего формирования и запуска осуществление постоянных, непрерывных и циклически повторяющихся уже описанных и схематически изображённых на рис. 1.1 процессов стратегического управления предприятием: постоянно и циклически проводимого стратегического анализа внешней организационной среды и внутренних ресурсов:

интеллектуального, финансового и материального капиталов предприятия; стратегического выбора, заключающегося в выработке альтернативных сценариев, выборе оптимальных вариантов и формировании стратегии конкурентного поведения на основе сопоставления возможностей и угроз со стороны внешнего окружения и выявленных ресурсов предприятия; реализации выбранной стратегии.

Подсистема формирует задачи для других подсистем СУИС, предназначенных для осуществления выбранных из числа выдвинутых альтернатив наиболее оптимальных вариантов стратегического поведения и развития предприятия и получает от других подсистем необходимую информацию, сведения, предложения альтернативных вариантов стратегического развития предприятия.

Подсистема формирования интеллектуального капитала предприятия и мотивации творческой активности персонала предназначена для решения следующих задач и выполнения ниже перечисленных функций: 1) систематического проведения информационно-аналитических, конъюнктурных и маркетинговых исследований внешней среды в части рынка продукции, области научных исследований, опытно-конструкторских и проектно-технологических разработок предприятия с целью: определения состояния и перспектив развития рынка продукции, относящейся к сфере деятельности предприятия; определения достигнутого в мире уровня научных исследований, техники и технологий, выявления наиболее эффективных научно-технических достижений в области науки и техники, относящейся к сфере деятельности и интересов предприятия; определения перечня и фактического уровня наиболее важных технико-экономических показателей, характеризующих каждый из выявленных в мире наиболее эффективных образцов исследований, разработок и продукции (логический анализ); сравнения выявленных образцов между собой по каждому из показателей, формирования «идеальной» модели образца продукции на основе наделения его наивысшими из достигнутых технико-экономических показателей и формирования представления о достигнутом в мире уровне техники (анализ, логическое сравнение и синтез нового понятия);

проведения сравнительных исследований образцов продукции предприятия с достигнутым в мире уровнем техники по каждому из показателей и по их совокупности в целом, определение фактического технического уровня продукции предприятия и перспектив её коммерческой реализации; анализа наиболее эффективных научно-технических достижений, их классификации по заложенным в основу их функционирования физическим, химическим, биологическим и иным принципам, видам научно-технических и конструкторских решений, предназначенных для достижения технико-экономических показателей и потребительских свойств продукции, выявления тенденций и направлений научно-технического развития науки и техники в соответствующей области, научного прогнозирования уровня технико-экономических показателей перспективных образцов продукции, подлежащих использованию в качестве элементов технического задания для научно-исследовательских, научно-конструкторских и иных подразделений предприятия;

2) реализации стратегии *бенчмаркинга*⁹, заключающейся в сравнительном анализе показателей собственного предприятия и характеристик работы наиболее успешных фирм, с целью: выявления передовых фирм; определения факторов их успешного функционирования; последующего копирования этих факторов в своём предприятии;

3) разработки системы доведения до подразделений предприятия технических заданий на проведение исследований и разработок, включающих определённые на основании предварительных патентно-информационных исследований технико-экономические показатели перспективного образца, превышающие достигнутый в мире уровень техники;

4) разработки системы патентно-информационного сопровождения разработки и исследований на всех стадиях жизненного цикла объекта техники, определения фактического технического уровня результата по сравнению с достигнутым в

⁹ *Опыт конкуренции в России: причины успехов и неудач / кол. авторов; автор проекта и координатор исследований А.Ю. Юданов. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: КНОРУС, 2008.*

мире уровнем техники, выявление и правовую охрану научно-технических достижений;

5) разработки условий оплаты работников структурных подразделений предприятия в зависимости от фактически достигнутых результатов по выполнению технического задания в отношении уровня технико-экономических показателей объекта разработки;

б) разработки в целом системы мотивации всех работников предприятия в создании, правовой охране, использовании в производстве и введении в коммерческий оборот интеллектуальных достижений.

Подсистема обеспечения юридической защиты бизнеса и его отдельных активов, включая интеллектуальную собственность, обеспечивает: изучение и учёт особенностей российского законодательства и национального законодательства стран экспорта продукции, технологий и другой ИС предприятия, в том числе в области защиты интеллектуальных достижений; обеспечение юридической экспертизы содержания внешнеэкономических контрактов предприятия в части обеспечения интересов предприятия в вопросах защиты интеллектуальной собственности и обеспечения патентной чистоты объекта договора; экспертизу юридической модели и экономической целесообразности заключения договоров отчуждения (приобретения) исключительного права на объекты патентных прав или лицензионных договоров на предоставление (получение) права использования изобретений, полезных моделей или промышленных образцов, договоров, связанных с куплей-продажей прав на использование секретов производства (ноу-хау), средств индивидуализации, программ для ЭВМ, баз данных, авторских произведений и т.д.; совершенствование правовых механизмов защиты результатов интеллектуальной деятельности, разработку критериев выбора оптимального вида правовой охраны интеллектуальных достижений предприятия; формулирование критериев экономической или иной целесообразности патентования интеллектуальных достижений и поддержания в силе полученных патентов; контроль исполнения решений по поддержанию в силе патентов, полученных на имя предприятия, своевременной оплате государственных пошлин; обеспечение разработки и реализации мероприятий по защите

секретов производства (ноу-хау) предприятия и обеспечению режима коммерческой тайны; разработку и выполнение стратегических и тактических задач зарубежного патентования ОИС предприятия с целью правовой защиты экспорта продукции предприятия и обеспечения патентной монополии в странах патентования; проведение экспертизы экспортируемой продукции, прочих объектов экспорта на патентную чистоту с целью предотвращения арестов продукции и убытков от нарушения чужих патентных прав.

Подсистема экономического управления ВТ-бизнесом, его затратами, доходами и стоимостью его важнейших активов включает: формирование организационной структуры системы управления ИС и организацию деятельности по достижению поставленных целей и реализации текущих, тактических и стратегических задач предприятия в области развития высокотехнологичного бизнеса за счёт эффективного использования и управления интеллектуальными достижениями; формирование системы учёта созданных и использованных ОИС, совершенствование методической вооружённости и механизмов инвентаризации ОИС, других РИД, нематериальных активов предприятия; системное и регулярное проведение инвентаризации ОИС и других РИД предприятия, представление материалов для постановки НМА на бухгалтерский учёт и списания объектов инвентарного учёта НМА; создание и ведение реестров ОИС и других РИД предприятия; разработку автоматизированной системы ведения реестров – базы данных интеллектуальных достижений предприятия; отбор и определение перспектив коммерческой реализации интеллектуальных достижений предприятия, определение значимости изобретений; проведение оценки стоимости ОИС с различными целями, в том числе рыночной стоимости; повышение капитализации предприятия и его инвестиционной привлекательности за счёт рыночной оценки ИС (с учётом перспектив совершенствования законодательства); осуществление рекламных мероприятий, размещение информации об интеллектуальных достижениях и прочих открытых разработках предприятия на выставках, в том числе международных; подготовку предложений об установлении сотрудничества и проведении переговоров.

Реализация этих подсистем возможна лишь при наличии реестра НМА. Следовательно, эффективное управление экономикой предприятия и его правами начинается с реестра. При этом с учётом развития интеллектуального капитала управление предприятием на системной и регулярной основе должно предусматривать решение четырёх периодически возникающих задач: обеспечение правовой охраны вновь созданным ценным РИД; обновление охраны ОИС, содержащихся в технологиях и изделиях предприятия; оценка активов, составляющих основу инвестиционных проектов на длительную перспективу; оценка (переоценка) стоимости бизнеса и его акций в процессе развития техники, технологий и расширения рынков сбыта.

Это лишь принципы совершенствования управления высокотехнологичным бизнесом на основе НМА. Полноценные системы управления ИС на предприятии формируются специалистами, исходя из условий конкретного предприятия.

Для формирования полноценных программ разработки СУИС конкретного предприятия можно рекомендовать следующую последовательность действий (табл. 1.20).

Для этапов разработки программы, особенно в части, относящейся к инвентаризации прав на ОИС и другие РИД предприятия, в схеме приведены только наименования, содержание этапов не раскрывается, поскольку: далее предусматривается их подробное рассмотрение (вопросы инвентаризации); настоящая схема приведена с целью демонстрации места инвентаризации ИС в общей программе разработки СУИС предприятия.

Таблица 1.20

Программа разработки СУИС предприятия

Разделы программы	Этапы разработки программы	Цели и результаты
1	2	3
1-й раздел: Разработка организационной структуры СУИС на предприятии	1.1. Определение общей организационной структуры СУИС предприятия. 1.2. Разработка положения о структурном подразделении предприятия, ответственном за организацию, координацию и контроль управления	Организационная и методологическая готовность предприятия к разработке СУИС предприятия и реализации задач управления ИС

Продолжение табл.1.20

1	2	3
<p>2-й раздел: Инвентаризация ИС и создание системы учёта прав на ОИС и другие РИД</p>	<p>интеллектуальной собственностью предприятия.</p> <p>1.3. Разработка внутренних нормативных документов для создания целостной системы управления ИС предприятия, учёта ИС и РИД, системы бухгалтерского, налогового и статистического учётов НМА.</p> <p>1.4. Разработка стандарта предприятия "Система управления интеллектуальной собственностью предприятия", подготовка приказа о введении в действие стандартов.</p> <p>1.5. Утверждение и поэтапное внедрение усовершенствованной организационной структуры предприятия.</p> <p>2.1. Организационно-подготовительный этап инвентаризации прав на РИД.</p> <p>2.1.1. Издание приказа руководителя предприятия об утверждении:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Положения о проведении инвентаризации прав на ОИС и другие РИД предприятия; • Положения о рабочей инвентаризационной комиссии (РИК); • состава РИК; • сроков, графика проведения инвентаризации и объёма выделяемых на проведение инвентаризации средств. <p>2.1.2. Методическая подготовка проведения инвентаризации:</p> <ul style="list-style-type: none"> • инструктаж членов РИК; • определение структурных подразделений, в которых будет проводиться инвентаризация и инструктаж их руководителей. <p>2.2. Отбор независимой оценочной фирмы-исполнителя работ по инвентаризации и стоимостной оценке прав на ОИС и другие РИД (по решению руководителя предприятия).</p> <p>2.2.1. Подготовка пакета конкурсной документации для проведения.</p>	<p>Организационная и методологическая готовность предприятия к проведению инвентаризации ИС и прав на другие РИД.</p> <p>Обеспечение эффективного использования собственных средств (государственного) предприятия, гласности и прозрачности, предотвращение коррупции и других злоупотреблений в сфере размещения заказов.</p> <p>Проверка квалификации исполнителя.</p> <p>Урегулирование в договорах с заказчиками отношений, связанных с созданием и использованием ОИС и иных РИД, образованных за счет средств государственного бюджета и/или иного заказчика.</p> <p>Составление перечней коммерчески ценных идей для патентования и охраны в режиме коммерческой тайны.</p> <p>Формирование реестров ОИС как основы для эффективного управления</p>

1	2	3
<p>3-й раздел: Разработка подсистемы формирования интеллектуального капитала предприятия и мотивации творческой активности персонала</p>	<p>размещения заказа на право заключения контракта для проведения комплекса работ по инициативной инвентаризации прав и стоимостной оценке на ОИС и другие РИД. 2.2.2. Проведение открытого конкурса в соответствии с конкурсной документацией. 2.2.3. Подписание контракта с победителем конкурса. 2.2.4. Формирование программы инвентаризации прав на ОИС и другие РИД с победителем конкурса, включение представителя оценочной фирмы в состав РИК. 2.3. Проведение инвентаризации ИС и прав предприятия на другие РИД. 2.3.1. Выявление РИД и наличия на них прав предприятия. 2.3.2. Научно-технический, правовой и экономический анализ РИД. 2.3.3. Группировка выявленных РИД по объектам. 2.3.4. Идентификация субъектов прав на выявленные РИД и группировка РИД. 2.3.5. Подготовка и издание приказа о нормализации отношений с субъектами РИД. 2.3.6. Проверка признания выявленных РИД в качестве НМА и постановка их на бухгалтерский, налоговый и статистический учёт. 2.3.7. Документирование результатов инвентаризации. Формирование и ведение реестров. 2.3.8. Разработка практических рекомендаций по осуществлению юридически значимых действий по оформлению правовой охраны выявленных РИД и использованию их в хозяйственном, гражданском и коммерческом обороте. 3.1. Разработка и утверждение</p>	<p>предприятием. Создание системы учёта прав на ОИС и другие РИД. Патентно-информационное обеспечение НИР и ОКТР (патентные, маркетинговые, конъюнктурные исследования и т. п.). Обеспечение высокого уровня разработок по темам НИР и ОКР за счёт реализации системы мотивации персонала, объективного патентно-информационного обеспечения и контроля.</p>

Продолжение табл.1.20

1	2	3
	<p>системы патентно-информационного обеспечения и контроля высокого технического уровня научно исследовательских, опытно-конструкторских и технологических работ (НИР и ОКТР), выявления и правовой охраны ОИС.</p> <p>3.2. Совершенствование системы доведения технических заданий на проведение НИР и ОКТР на основе включения в них планируемых технико-экономических показателей разрабатываемого объекта, превышающих достигнутый в мире уровень техники.</p> <p>3.3. Разработка и утверждение положения об оплате труда работников подразделений, ответственных за выполнение НИР, ОКТР и создание ОИС в зависимости от фактически достигнутого научно-технического уровня результата и правовой охраны созданных ОИС.</p> <p>3.4. Разработка и утверждение положения о выплате вознаграждения авторам ОИС.</p> <p>3.5. Разработка и утверждение положения о выплате вознаграждения лицам, содействующим разработке, внедрению и практическому использованию ОИС.</p>	
<p>4-й раздел: Разработка и реализация стратегии устойчивого развития высокотехнологичного бизнеса предприятия</p>	<p>4.1. Разработка и реализация задач стратегического управления ИС, конкурентного поведения, патентно-лицензионной и маркетинговой политики предприятия, патентного обеспечения экспорта и сбыта продукции на внутреннем рынке.</p> <p>4.2. Разработка и производство высокотехнологичной продукции.</p> <p>4.3. Продажа ВТ-товара с повышенной составляющей ИС в цене продукции и извлечение сверхприбыли.</p>	<p>Формирование патентно-лицензионной политики предприятия.</p> <p>Реализация целей и задач ВТ-развития предприятия, формирование возвратного капитала ВТ-бизнеса.</p>

Развитие управления государственными правами на РНТД на основе реестра этих прав позволяет унифицировать формы учёта НМА и распространять их на сферу коммерческих предприятий. По сути, началась упорядоченная работа с ОИС, принадлежащими государству. Появился образец реестра объектов интеллектуальной собственности и других нематериальных активов для высокотехнологичных коммерческих предприятий, на которых пока также не наведен порядок с НМА, полезно работающими в собственном бизнесе.

Возможности формирования и развития уникальных способностей персонала предприятия производить уникальную продукцию с уникальными свойствами для максимально полного удовлетворения потребностей рынка должны воплотиться в качество управления ИС и интеллектуальным капиталом.

В свою очередь качество управления интеллектуальным капиталом может измеряться масштабами расширения рынков сбыта, скоростью роста доходов, объёмами продаж по всей номенклатуре товаров, а также критериями очевидного признания этих товаров на потребительском рынке. *Основные критерии успешного тактического управления интеллектуальной собственностью и интеллектуальным капиталом*, определяющие характер и объёмы реализации товаров с уникальными потребительскими свойствами - это **объёмы продаж и масса прибыли**. Однако эти критерии не характеризуют бизнес со стратегической точки зрения. *Основным критерием успешного стратегического управления интеллектуальной собственностью и интеллектуальным капиталом* является наращивание значительной итоговой стоимости бизнеса и темпах её прироста. Чем выше стоимость бизнеса и чем выше темпы такого прироста, тем выше качество управления ИС и интеллектуальным капиталом на данном предприятии.

На крупных фирмах и в корпорациях уже сегодня создаются отделы управления собственностью, в том числе и интеллектуальной. Все эти новые отношения формируются в виде самостоятельных функциональных подсистем и объединяются в единую и общую на фирме систему управления. Управление ИС как взаимосвязанный единый комплекс

мероприятий, ориентированных на работу с правами предприятия на РИД, целесообразно объединять в единую систему и в общей системе управления предприятием называть её подсистемой управления ИС. Такая подсистема требует специального её рассмотрения.

Если обратиться к уже существующему опыту, то такая подсистема управления интеллектуальной собственностью на предприятии обычно состоит из следующих трёх составляющих её функциональных более мелких подсистем: инвентаризации, сертификации и распределения ИС; целевого накопления, развития и эффективного использования ИС у себя на предприятии; эффективного целевого использования ИС во внешней сфере.

Подсистема «Инвентаризации, сертификации и распределения» создается с целью выявления наличия, состояния и стоимости НМА. Эта подсистема, по сути, выявляет весь имеющийся на фирме потенциал ИС и показывает, в каких производственных, научных или других специализированных подразделениях, направлениях деятельности или в инвестиционных программах они имеются. В частности, выявляется к какому виду промышленной собственности (изобретениям, промышленным образцам, полезным моделям, товарным знакам и др.), объектам авторского права или ноу-хау относятся эти активы; кому они принадлежат и на основании, каких юридических документов; каков срок их нормативного использования. Он может быть ограничен патентом, свидетельством, договором, соглашением, нормой закона или иным нормативным актом. Выявление состояния этих активов показывает их изношенность, коммерческую ценность, а также прошедший и оставшийся срок использования. При этом может быть проанализировано соответствие этого актива требованиям места его наиболее эффективного использования.

Результаты оформления ИС в качестве НМА, с точки зрения авторов, должны учитывать множество факторов, которые можно разделить на три принципиально отличающиеся друг от друга специфические группы. Это технико-технологические, юридические и экономические факторы. Если под НМА так же, как, например, в США понимать права и привилегии, то далеко не все из них следует ставить на бухгалтерский баланс. Там

должны быть с точки зрения стратегии весьма перспективные и реально используемые в бизнесе НМА. Обычно целесообразно вести отдельный реестр НМА, где следует учитывать и регистрировать все НМА, включая любые полезные для предприятия результаты творческой деятельности. Каждый творческий продукт и каждое юридически оформленное право предприятия на эффективные решения, которые могут быть использованы в бизнесе, должно подлежать обязательному учёту. И этот учёт не следует путать с бухгалтерским учётом, строго ориентированным на положения и нормативы бухгалтерского учета (ПБУ).

Исходя из этого, можно и нужно вести учёт ИС и других НМА на предприятиях. Если же в учётной политике коммерчески полезных результатов творчества руководствоваться только положениями и нормативами бухгалтерского учета, то это может привести к негативным последствиям, начиная от неэффективного использования ИС и кончая уткой неучтенных и неоцененных ИС и интеллектуального капитала.

На рис.1.4 наглядно показано, что результаты интеллектуальной деятельности зависят в основном от того, как будет организовано правовое и экономическое управление в этой сфере.

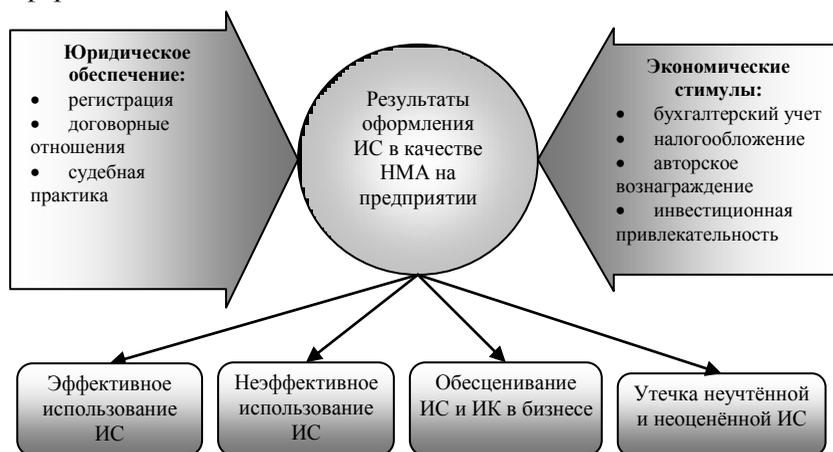


Рис. 1.4. Влияние оформления интеллектуальной собственности в качестве нематериальных активов на результаты реализации в бизнесе.

Содержание правового управления ИС на предприятии в основном сводится к следующему: **во-первых**, к нормативному регулированию отношений в сфере ИС на предприятии. Здесь речь идет о наличии и мобильном использовании базы в виде «Консультант-плюс» или «Гарант», об отслеживании всех изменений в законодательстве и своевременной подготовке рекомендаций для изменения внутренней политики предприятия; **во-вторых**, к своевременной регистрации результатов интеллектуальной деятельности, устанавливающей авторство и имущественные права на РИД и их приоритеты; **в-третьих**, к наведению порядка в договорных отношениях с внешними и внутренними инвесторами интеллектуальных вложений. Речь идет о лицензионных договорах, договорах отчуждения прав, договорах коммерческой концессии, контрактах с высококвалифицированными работниками, способными как повышать эффективность работы предприятия, так и снижать её; **в-четвёртых**, к подготовке к реальным потенциальным судебным разбирательствам, а также реализация этих приготовлений. Сюда же следует отнести и работу с адвокатами и судебными органами; **в-пятых**, к построению деятельности предприятия в рамках антимонопольного законодательства.

Если предприятие желает получить увеличение продуктивности в общественном и некоммерческом секторах, то управление интеллектуальным капиталом должно представлять собой совокупность новых и уже имеющихся навыков и умений, составляющих известных процессов менеджмента, которые ранее широко использовались и продолжают применяться в настоящее время. Предлагаемая модель должна помочь предприятию избежать наблюдаемых в прошлом недостатков человеческого мышления (узости, поспешности, торопливости, вспыльчивости, расплывчатости) при принятии организационного решения.

1.7. Функции интеллектуальной собственности в высокотехнологичном бизнесе

Бизнес не является сугубо экономической сферой, связанной только с деньгами. Современный бизнес, тем более высокотехнологичный, является интегрированной структурой,

междисциплинарной по форме и содержанию. В нем интегрируются современные достижения из разных областей науки и техники, включая отраслевые технологии, правовые, социальные, психологические, организационные, экономические и даже этнические и медицинские аспекты. Междисциплинарный подход к организации управления современным бизнесом, который во главу угла ставит институциональная экономика и ее лидеры – ученые-экономисты, представляется наиболее приемлемым для практиков и теоретиков.

Ниже пойдет речь о том, как выделить и сгруппировать функции интеллектуальной собственности, капитала и ресурса, чтобы затем на их основе построить сбалансированную современную бизнес-систему как совокупность специализированных подсистем, составляющих базу ее стратегического управления. Понятия капитала и ресурса более приемлемы для экономических технологий. Однако унифицированной во всем мире категорией является, безусловно, интеллектуальная собственность.

Ценности и их функции. Все признанные в обществе ценности имеют свои функции, которые сознательно или подсознательно реализуются в разных формах и технологиях, направлениях деятельности людей в различных ситуациях. Например, именно так реализуются функции денег, которые описаны в энциклопедиях и учебниках по экономике. К. Маркс выделил пять функций денег: мера стоимости, средство обращения, средство платежа, средство образования сокровищ (средство накопления), мировые деньги¹⁰. Здесь мера стоимости в переводе на современный язык может звучать как средство стоимостной оценки, а мировые деньги – как средство интеграции первых четырех функций на государственном и международном уровнях. Однако, деньги уже давно расширили сферу своего применения, выйдя далеко за пределы экономической категории.

Подобно деньгам своими функциями наделены такие феномены междисциплинарного характера, относящиеся к

¹⁰ *Экономическая теория / под ред. А.И.Добрынина, Л.С. Тарасевича: учеб. для вузов. – Спб.: ГУЭФЮ: Интер Пабблишинг, 1997. С. 81–82.*

институциональной экономике, как семья, государство, правовые нормы, собственность, монополия, конкуренция и др. В институциональной экономике их называют институтами¹¹. Соответственно накопленный в мире свод юридических норм и знаний междисциплинарного характера, объединенных единым термином «интеллектуальная собственность», также является самостоятельным институтом. ИС как современный феномен специфических общественных отношений, сегодня изучается во всем мире и потому выделение его функций в бизнесе имеет особую значимость для совершенствования управления высокотехнологичными системами на всех иерархических уровнях.

До недавнего времени функции ИС в отечественном и зарубежном бизнесе никак не определялись. Это связано с тем, что экономисты рассматривают ИС как юридическую категорию, и потому феномен ИС в экономике ими пока не осознан. К тому же ИС как юридическое понятие появилось лишь в начале 90-х годов и рынок этого специфического товара развивается весьма быстро, опережая теоретические обоснования. В то же время есть ряд проблем, связанных с нормативным учетом, налогообложением и соответственно с эффективным использованием этих нематериальных активов в бизнесе.

Решая задачи комплексного управления ИС, менеджеры на предприятиях и в организациях нередко задают резонные вопросы: каковы функции ИС как специфического объекта управления в бизнес-среде? Какие функции выполняет ИС, участвуя в бизнесе в виде нематериальных активов и как извлечь максимальную выгоду из имеющихся в бизнесе объектов промышленной собственности? Ответив на эти вопросы, можно вполне обоснованно решать другие более общие и сложные задачи, связанные с эффективным управлением любой самостоятельной бизнес-системой, любым предприятием.

Подобные вопросы ставят сегодня специалисты в сфере инноваций на многих предприятиях после того, как ИС там выявлена, оценена и поставлена на баланс. Возникновение этой

¹¹ Юровский В. *Эволюция денег: денежное обращение в эпоху изменений*. – М.: Гросс Медиа, 2004.

пока нетрадиционной для отечественных менеджеров проблемы подтверждает, что эти НМА сложны для понимания и требуют специального квалифицированного управления. В стороне от тех, кто занят вопросами охраны и защиты ИС, остаются вопросы юридической защищенности бизнеса, своевременного технико-технологического перевооружения, рентабельности бизнеса и качества его продукции. Специфична их многофакторная комплексная зависимость друг от друга и их совокупное влияние на коммерческие результаты в бизнесе, а также междисциплинарный характер их изучения, понимания и использования. Разносторонний учет этой специфики нужен для развития общей методологии управления ИС в качестве нового феномена в экономических и общественных отношениях.

Теория идей как идеологическое начало творчества.

Ученые и специалисты Института сертификации и оценки интеллектуальной собственности и бизнеса (СОИС) нашли научно обоснованный ответ на вышеставленные вопросы. Отслеживая новую быстро развивающуюся систему знаний в этой области, они постепенно нарабатывают оригинальную и всесторонне обоснованную методологию работы с этими активами в разных отраслях экономики. Публичное освещение ряда аспектов этой методологии интересует многих наиболее продвинутых менеджеров отечественного бизнеса. Приведем лишь краткие выводы относительно исследованных и обоснованных нами функций ИС, которые являются прикладной частью теории идей¹², разработанной в СОИС.

Как ключевой феномен цивилизации теория идей занимала умы древних мыслителей еще 2500 лет назад. Ею занимались Пифагор, Гераклит, Парменид, Сократ и многие другие философы тех времен. Эта теория занимает, по словам Бертрана Рассела, центральное место в творчестве Платона, который назвал ее важнейшим знанием человечества. Однако в то время она не получила должного развития и не была соединена с практикой, хотя попытки разработать ее в качестве инструмента, полезного обществу, предпринимались неоднократно. Этим

¹² Леонтьев Б. Б. *Теория идей как фундаментальная основа интеллектуальной собственности // Журнал для акционеров*, 2006. – № 11. – С. 18–27.

занимались в Академии, созданной Платоном и просуществовавшей с 387 г. до н.э. – по 529 г. н.э. Свою теорию идей в XVIII веке разработал Джон Локк¹³. Затем эту тему дальше развивали французские идеологи. Французское слово «идеология» означает «теория идей». Этот термин дошел до нас в сильно искаженном виде, так же, как смысл платоновской Академии как учебно-научного центра, где сознание наиболее способных учеников перестраивалось от понимания быстротекущих событий к пониманию незыблемых вечных истин.

В Институте СОИС теория идей разрабатывается как методологическая основа любых результатов творческой деятельности, ориентированных на практику. На ее основе разработана Антропометрическая матрица¹⁴ (графическая модель так называемых базовых асимметрий человека, определяющих характер его стратегического и тактического поведения, раскрывающая стратегию и тактику поведения человека и всех самостоятельных субъектов общества). Антропометрическая матрица позволила разработать в СОИС методологию асимметричного моделирования ценностей управляемого субъекта. Одним из практических результатов этого метода стали функции ИС в бизнесе, которые не подвержены старению. Со временем формулировки этих нижеизложенных функций, возможно, будут уточняться, но по своему содержанию они останутся таковыми неопределенно долго, поскольку все социально-экономические системы воспроизводятся на тех же принципах, что и антропометрическая матрица. Поэтому данные функции, по нашему убеждению, относятся не к категории обычного быстро стареющего изобретения, а к категории научного открытия в системе социальных знаний, в частности, в экономике.

Многоликое средство актуализации бизнеса. Патенты, свидетельства, а также лицензионные договоры об их передаче не

¹³ Локк Дж. Сочинения: в 3 т. Т. 2 / пер. с англ.; ред. кол.: М.Б. Митин и др. – М.: Мысль, 1985.

¹⁴ Леонтьев Б. Б. Антропометрическая матрица как основа построения социально-экономических систем // Журнал для акционеров, 2007, № 1–2, С. 35–40.

являются ценными бумагами, которые продаются на бирже. Зато эти правовые документы могут быть инвестициями в бизнес. Высокотехнологичный бизнес должен обраться изобретениями. Для него этот процесс чрезвычайно важен.

Так постепенно ИС становится формализованной и стратегически объективно устойчивой интеллектуальной сердцевиной бизнеса. Она обеспечивает его стабильный рост и вместе с тем его актуализирует, омолаживая источники наиболее значимых эффектов. Такое непрерывное омолаживание происходит за счет воспроизводства и реализации новых и уже адаптированных к данному бизнесу идей. Для того чтобы бизнес был конкурентоустойчивым и стабильным, эти активы следует тщательно формировать, изучать, охранять и укреплять, поскольку на их основе наращиваются преимущества современного предприятия, повышается его способность продвигать собственный бизнес, стабильно увеличивая прибыль¹⁵. Недаром четыре страны – США, Япония, Германия и Великобритания вместе патентуют изобретений больше, чем весь остальной мир. Там гораздо эффективнее ищут, регистрируют и используют новые идеи, чем это делается в остальной части мира. Они лучше других сориентированы на мировой рынок и технологический прогресс. Правоприменительная практика передачи и использования ИС в этих странах отработана юристами тщательнее чем где бы то ни было. В течение нескольких столетий юридические, а затем и экономические нормы, правила, методики и различные сведения об ИС сформировались в специализированный институт знаний, активно внедряющийся сегодня в инновационную сферу бизнеса и других социально-экономических систем. Судя по количеству материалов на эту тему в Интернете, интерес к ней быстро растет.

Всестороннее понимание роли и функций ИС в бизнесе в итоге обеспечивает его успех. И наоборот, однобокое, лишь юридическое понимание этого феномена больших дивидендов не дает. Знание юридических норм позволяет лишь начать общение

¹⁵ Якутин Ю.В. *Интегрированные корпоративные структуры: развитие и эффективность.* – М, 1999.

с руководителями многих служб предприятия, но это вовсе не означает, что из этого знания можно автоматически извлекать прибыль. От юридической охраны до реальной прибыли весьма далеко.

Исследование и разработка проблемы симметрии и асимметрии в природе и обществе позволили заложить основы универсальной теории идей и развивать многолетний диалог специалистов СОИС с руководителями предприятий, работающими на рынке ИС в СНГ. В результате удалось сформировать *концепцию основных функций ИС*, которая уже используется на ряде промышленных предприятий. Эта концепция имеет большое прикладное значение при работе с ИС в виде нематериальных активов в хозяйственной деятельности. Суть ее состоит в выделении семи базовых функций ИС и построении на этой основе системы стратегического управления стоимостью бизнеса в отраслях экономики.

Семь функций – семь векторов. Как многослойная специфичная категория ИС обладает следующими семью функциями: – технической, технологической, правовой, экономической, психологической, социологической и общеорганизационной. В связи с этим ИС как объект комплексного управления может рассматриваться на предприятии как: средство наделения товара особыми потребительскими свойствами (*техническая функция*); средство обеспечения технологического превосходства над конкурентами (*технологическая функция*); средство обеспечения высокой и стабильной правовой защищенности бизнеса, включая средство индивидуализации юридического лица (*правовая функция*); средство экономического управления капиталом с целью устойчивого извлечения сверхприбылей и наращивания его стоимости (*экономическая*); средство идентификации бизнеса в сознании потребителя на основе бренд-стратегии (*социологическая функция*); средство формирования высокой корпоративной культуры индивидуального и массового творчества в конкретной бизнес-среде (*психологическая функция*); средство интеграции шести вышеназванных функций (*общеорганизационная функция*).

Рассмотрим функции ИС, обеспечивающие бизнесу конкурентные преимущества, в представленной выше последовательности.

Рассмотрим каждую из вышеназванных функций отдельно.

ИС как средство наделяния товара особыми свойствами. Такими средствами в основном являются изобретения новых материалов, конструкций и изделий повышенного спроса, а также некоторые дизайнерские решения, касающиеся внешнего вида изделий. Эта функция вытекает из содержания каждого конкретного объекта ИС, задуманного его автором. Поэтому ее в первую очередь выполняют патенты на изобретения и промышленные образцы, авторами которых обычно являются технические специалисты. Однако их содержание доводится до потребителя, как правило, правообладателями и лицами, формирующими менеджмент и инвестиционную политику предприятий. Учитывая, что качество самого объекта ИС формируется его автором на основе знания определенных технических или технологических эффектов, а также знания рынка, который можно удовлетворять с помощью товара, воспроизводящего данный эффект, *управление данной функцией следует начинать с материального и морального стимулирования авторов изобретений с учетом значимости их творческих вкладов.* Следует также учитывать, что данная функция является финишной во всех остальных вопросах использования ИС. Без этой функции ИС современный бизнес и производимая им продукция не имеют никакого экономического, правового и физического смысла. По сути, это результирующая функция ИС, которая в основном реализуется в технической идее товара.

Хотя функция насыщения товара особыми потребительскими свойствами как свойство будущего товара замышляется в основном автором изобретения, реализуется она затем конструкторами, технологами и производственниками, которые ее дорабатывают и адаптируют к конкретным условиям. В последние десятилетия она проявляется наиболее ярко при стратегическом планировании в высокотехнологичном бизнесе с быстрым распространением идеологии маркетинга.

Сегодня принципиально новые виды товаров появляются относительно редко, но изделия отдельного модельного ряда многих товаров зачастую весьма существенно отличаются друг от друга в глазах потребителей. Гарантии качества товара, его высокие потребительские свойства – следствие его совершенствования на базе умелого применения технологий маркетинга в сочетании с использованием конкретных объектов ИС.

Однако по мере насыщения рынка высококачественными товарами и ужесточения конкуренции на неотрегулированном рынке растет процент контрафакта. Вопросы принадлежности прав на высокоэффективные творческие решения, закладываемые в изделия, для руководителей бизнеса зачастую отходят на второй план. Проблема использования только «своего» изобретателя и внедрения только «своих» идей сегодня характерна для российского бизнеса, поскольку речь идет о максимально экономной стратегии его самоутверждения или выживания. Однако наблюдается и движение от использования «только своей» к использованию «чужой» ИС, но обязательно высокоэффективной для техники и технологий данного бизнеса. Это обстоятельство поднимает новые проблемы, связанные с борьбой против контрафакции. Есть масса примеров, когда незаконно используется чужая ИС, которую на предприятии не рекламируют.

Данная функция ИС реализуется с помощью технологий, при описании которых используются такие понятия, как **изделие, потребительские свойства, товар, товарный знак или бренд**. Примером может служить известное московское предприятие, производящее и продающее люстры Чижевского. Здесь ценность товара в виде изделия доминирует как некая форма или конструкция, внешний вид который запатентован производителем как промышленный образец. Такая люстра обладает особыми потребительскими свойствами, которые вытекают из идеи этого изделия, высказанных русским ученым А.Л. Чижевским. Модельный ряд этого изделия постоянно расширяется за счет внедрения новых патентов и ноу-хау в производственные технологии. Происходит постоянное

наделение товара все более качественными потребительскими свойствами.

ИС как средство технологического превосходства над конкурентами. Данная функция ИС реализуется при внедрении в технологию производства и сбыта товарной продукции на основе все более эффективных изобретений в области технологий и ноу-хау. Значимость ноу-хау здесь наибольшая по сравнению с их значимостью в других функциях, а в целом же ИС при этом выступает как технологическая система производства и сбыта конкретного товара. Она выражается в виде последовательных системных действий, таких как обновленная операция, процедура или технология, по-новому рационально дозирующая потребление ресурсов. При этом первостепенную роль играет наличие технологических секретов в этих процессах, качество и своевременность исполнения всех операций по обслуживанию основных и вспомогательных технологий. Поэтому вопрос об исполнителях и организаторах этих процедур по всему комплексу уникальных работ, ритмичному выполнению необходимых действий здесь стоит на одном из первых мест. Нередко ценность ИС, заложенной в технологических решениях, состоит в том, что без разрешения и помощи ее автора или владельца, обладающих рядом ноу-хау, ее законное воспроизводство становится все более сложным делом. Это особенно важно в отраслях, где особое значение имеет безопасность изделия. Речь идет, в частности, об авиационной промышленности, космических технологиях, производстве оружия, фармацевтике, медицинской промышленности и других отраслях. Поэтому авторский надзор и сопровождение со стороны правообладателя становятся проблемами все более актуальными.

В обеспечении качественного воспроизводства уникальной технологии состоит одна из наиболее острых проблем организации управления устойчивого бизнеса. *Функция ИС как средства обеспечения технологического превосходства над конкурентами способствует созданию ритмичного воспроизводства уникальных потребительских свойств в товарной продукции, то есть реализация первой функции непосредственно зависит от реализации данной, второй функции ИС.* Организация такой трудновоспроизводимой

конкурентами технологии и составляет суть искусства менеджеров, занятых совершенствованием управления данным бизнесом. Здесь примерами могут быть отечественные технологии уникальных материалов, предназначенных для авиакосмической промышленности и других современных отраслей.

Указанная выше функция отражается через такие понятия, как *ноу-хау, технология, организация производства, менеджмент, персонал*. В основе реализации этой функции лежит форма производства и уникальное содержание процессов, способов, процедур. А персонал, способный воспроизводить, развивать и внедрять изобретения и ноу-хау, превращается в главную движущую силу бизнеса вместе с менеджерами, способными находить и использовать креативных специалистов.

ИС как средство правовой защищенности бизнеса. Смысл правовой защищенности наиболее ценных технико-технологических и организационных решений в бизнесе состоит в обеспечении юридической монополии на них, из чего можно извлекать коммерческую выгоду. Эта функция получила длительное историческое развитие по мере развития рыночных отношений и товарного производства – от возникших примерно 800 лет назад избирательных привилегий до принятия рядом стран Парижской конвенции, означавшей начало периода интернациональной охраны прав правообладателей ИС. Сегодняшнее состояние законодательства по ИС можно охарактеризовать как период формирования и совершенствования единой международной системы охраны прав правообладателей ИС.

Ключевыми понятиями функции правовой защищенности являются: исключительное право, неисключительное право, ущерб от несанкционированных действий нарушителя прав, штраф за нанесение ущерба. Уместно отметить, что ИС, в частности, в рамках данной функции рассматривается и как средство индивидуализации юридического лица. Имеются в виду товарные знаки, фирменные наименования и другие объекты охраны торговых обозначений. Однако все более ярко ИС как средство индивидуализации выражается в пятой функции, которая реализуется через бренд-стратегии. Это проявляется по

мере ужесточения требований к предпринимателям со стороны правоохранительных органов и по мере совершенствования законодательства в этой сфере.

Данная функция может успешно осуществляться, с одной стороны, за счет активных и грамотных действий со стороны владельца исключительных прав, юристов и менеджеров на предприятиях, а с другой – за счет слаженных профессиональных действий соответствующих государственных органов. В диалоге бизнеса и государства эта проблема решается все более глубоко и качественно. Кстати, западный бизнес через эти проблемы прошел сто лет назад, и сегодня у него другие проблемы в этой области.

ИС как средство получения сверхприбылей в бизнесе. Эта функция может быть успешно реализована, если качественно реализована предыдущая функция.

Основное условие получения сверхприбыли на базе ИС состоит в обеспечении законопослушного поведения субъектов на рынке. Оно возникает как результат реализации предыдущей, третьей правовой функции ИС, полноценно обеспеченной на каждом конкретном предприятии при поддержке государства. Правила игры на цивилизованном рынке, узаконенные в виде национальных и международных норм частного права, обязательных для всех бизнесменов, стимулируют бизнес в основном на конечных этапах жизненного цикла продукции. При этом наиболее ответственными для предпринимателя здесь по-прежнему остаются начальные этапы цикла, где, с одной стороны, закладываются особые потребительские свойства товарной продукции, а, с другой – хронически не хватает средств для стимулирования изобретателей. Если этих свойств не заложить изначально, то сверхприбыль получить невозможно. В ведущих странах мира, где научно-технический прогресс, тесно сопряженный с бизнесом, взаимодействием ученых с изобретателями и бизнесменами, превращается в единую продуктивно функционирующую систему, давно уже существуют льготы, стимулирующие бизнес уже на начальных этапах жизненного цикла продукции, то есть, на этапах изобретательства, проведения научно-исследовательских, опытно-конструкторских и опытно-технологических работ. При

этом экономические преимущества основываются на практически отработанных юридических и этических нормах поведения участников рынка, которые контролируются в соответствующих саморегулируемых организациях субъектов рынка. Эти нормы в основном уже приняты на государственном и международном уровнях и реализованы в виде стандартов. Без этого на рынке возникает вседозволенность, которая разрешается в том числе через доминанту физической силы и устрашение добропорядочных бизнесменов со стороны беспредельщиков. Рынок начинает жить по закону джунглей. Происходят локальный регресс и деградация культуры общества, бизнеса и зачатков цивилизованного рынка на местах.

При реализации данной функции в бизнесе ключевыми словами в экономическом инструментарии являются капитал, нематериальные активы, стоимость, налоги, бренд. С ростом цивилизованности главными понятиями постепенно становятся интеллектуальный капитал, нематериальный актив, стоимость, налоговая льгота. При реализации данной функции экономический инструментарий на каждом предприятии имеет свою государственную, региональную и местную специфику ввиду того, что нормы регулирования льгот, оценки и учета стоимости этих активов на разных уровнях различны. К тому же в каждом государстве формируются свои регуляторы рынка, которые отражают его содержание и привлекательность для бизнеса. Проблема поиска специалистов, способных своими предложениями преобразовывать рынок в нужном направлении – одна из главных задач саморегулируемых организаций и государственных органов.

Важнейшая процедура превращения идей в стоимость бизнеса – капитализация ИС. Проблема капитализации ИС стоит во всех странах, включая США. У нас пока нет технологии превращения идей в деньги. Хотя это мнение свидетельствует о нерешенности проблемы капитализации идей, эти слова все же не следует воспринимать буквально, потому что такие технологии в отечественном бизнесе имеются. Но они до сих пор тщательно не изучены и не реализованы.

Выступая в роли средств получения стабильных сверхприбылей, которые позволяют интенсивно наращивать

стоимость бизнеса за счет капитализации идей в стоимость товарной продукции, ИС на всех ее этапах технической разработки, НИОКР и всех стадиях освоения нового или обновленного производства, должна формироваться и использоваться на принципе тотальной, но разумной экономии затрат, включая процедуры обеспечения охраны, защиты в досудебных и судебных спорах. Никакое управление стоимостью эффективно не реализуется, если остальные функции управления ИС создают лишь убытки.

ИС как средство идентификации бизнеса в сознании потребителя. В этом контексте товарный знак и другие торговые обозначения, сопровождающие рекламу и маркирующие товары и услуги данного предприятия, попадают в центр внимания менеджеров, поскольку через них в рекламных акциях происходит общение с потребителем. Таким образом, данная функция реализуется за счет формирования и воплощения эффективной бренд-стратегии. В отечественной литературе об этом немало пишут маркетологи, как правило, плохо понимающие, что продвижение товарного знака на рынке, а не бренда, как они считают, необходимо осуществлять как продвижение конкретного объекта ИС со всеми вытекающими последствиями. То есть, продвигать товарный знак (бренд) следует в тех потребительских нишах, в классах которых он зарегистрирован в Патентном ведомстве. Надо понимать, что брендов в юриспруденции не существует и символикой бизнеса на рынке служит товарный знак.

Основная задача организации бренд-стратегии состоит в доведении до сведения потребителя преимуществ товара и целей данного бизнеса. Добиться великолепных результатов в производстве товаров и услуг – задача чрезвычайно сложная, но не окончательная, а лишь промежуточная. Любой, даже самый великолепный, результат следует рекламировать. Психология производителя, добросовестного, но скромного во всех отношениях субъекта, которую всем прививали в советское время, здесь срабатывает как фактор неудачи в бизнесе и фактор роста риска. Поэтому все достоинства своего товара нужно обязательно показывать, рассказывать, доказывать. Причем к демонстрации, доказательству и пропаганде достоинств товара на

данной фирме не стоит привлекать работников, которые обеспечивали эти технические, технологические и, в конечном итоге, потребительские преимущества. Такой идеолог товара работает над совершенствованием технических преимуществ конкретных изделий и в разговорах, в том числе с посторонними лицами может, *во-первых*, поделиться информацией о реальных недостатках данных изделий, которые всегда есть, а, *во-вторых*, увлечься доказательствами достоинств товара, объясняя их через раскрытие технологических секретов, то есть, раскрытие ноу-хау своей фирмы. Поэтому рекламировать товар должны другие люди, с другим менталитетом. Лучше всего дело обстоит тогда, когда на фирме создана система по формированию и реализации бренд-стратегии, в которую привлечены специалисты разных необходимых направлений.

ИС как средство формирования внутрикорпоративной культуры. Здесь речь идет о том, что под символикой бизнеса, под его товарным знаком и другими маркировками должна формироваться своя особая внутрикорпоративная культура устойчивого отношения менеджмента к творчеству персонала, а также отношение всех работников к своему предприятию и его результатам на рынке. В этом случае весь бизнес непрерывно актуализируются.

По мере роста конкуренции на рынке товаров и услуг нормы законодательства по ИС, работающие в режиме средств индивидуализации данного юридического лица, выступают как основа всей творческой деятельности и современного бизнеса. Они на предприятиях постепенно превращаются во внутрикорпоративные нормы креативного поведения бизнесменов, ученых, инженеров, деятелей науки и искусства.

Средства индивидуализации – товарный знак с точки зрения менеджмента в случае реализации данной функций в системе управления ИС на предприятии превращается в символ, который у персонала ассоциируется с идеологией управления интеллектуальными активами всего предприятия. Таким образом, через сознание персонала и стандарты предприятия создается система непрерывного самообновления, которая в первую очередь касается изделий и технологий.

Чтобы организовать непрерывное обновление изделий и производственных технологий, на предприятии необходимо подключить к этому сложнейшему процессу как можно больше ответственных, высоко дисциплинированных, творчески активных и продуктивных специалистов и креативных работников. На японских предприятиях в этих целях организованы кружки качества, объединяющие до 70 % ÷ 80 % всех работающих. Для того чтобы стабильно получать хорошие результаты, нужна каждодневная агитация и эффективное стимулирование труда, которые являются неотъемлемыми элементами этой творческой технико-экономико-правовой идеологии¹⁶.

Можно констатировать, что не только за рубежом, но и на российских и узбекских предприятиях уже формируется и внутрикорпоративная, и интернациональная культура понимания ИС как сложного феномена, становящегося основой для принятия норм регулирования цивилизованных отношений в бизнесе. Эти новые междисциплинарные знания начинают выступать в качестве всеобщей основы поведения современного интеллектуала.

Анализ рынка услуг в сфере ИС показывает, что понимание и применение этой новой области знаний быстро прогрессируют. Здесь в первую очередь задействованы экономические и социально-психологические факторы, вырабатывающие личностное отношение к ИС и личностную позицию поведения в обществе. Лидерами становятся те, кто выгоду от этого понимает быстрее и лучше других, кто берет на вооружение новые принципы поведения и эффективнее их использует.

Рассматривая ИС как средство становления новой идеологии общества, следует делать упор на выработку новой этики поведения на рынке различных субъектов, имея в виду деятельность всей совокупности юридических и физических лиц. Многие малые предприятия научно-технического профиля

¹⁶ Старовойтов Е. А. *Управление крупнейшими металлургическими компаниями Японии.* – М.: Наука, 1980. См. также: Мильнер Б. З. и др. *Японский парадокс.* – М.: Мысль, 1985; *Как работают японские предприятия: сокр. пер. с англ. / под ред. Я. Мондена и др. ; науч. ред. и авт. предисл. Д.Н. Бобрышев.* – М.: Экономика, 1989.

быстро адаптируются к новому законодательства по ИС, требованиям Положения по бухгалтерскому учету нематериальных активов, к положениям международных конвенций. Новая этика интеллектуального бизнеса базируется на признании норм международного частного права, норм международных конвенций по ИС, национальных нормативных и законодательных актов по ИС, корпоративных стандартах и правилах обеспечения правоприменительной практики. Эти новые знания делают интеллектуалов в науке, бизнесе и политике лидерами общества.

Средство интеграции шести вышеназванных функций.

Функция актуализации всей ИС в бизнесе служит интеграционной и общеорганизационной функцией, которая объединяет все вышеназванные функции в единую систему. Эта функция обеспечивает взаимопроникновение каждой функции в каждую другую. Процесс этот не простой, поскольку на предприятии каждым руководителем отдельной функции из шести вышеназванных необходимо, в том числе, учитывать требования к технологиям выполнения пяти других функций. Этой, седьмой функцией, обеспечивающей общую интеграцию шести предыдущих функций, должны заниматься высшие руководители, обладающие знанием, касающимся исполнения всех функций и творческим мышлением организаторов. Интеграция в данном случае выступает как наиболее сложная и ответственная функция обеспечения гармонизации взаимоотношений персонала внутри предприятия и в итоге общего баланса всех интересов в бизнесе, баланса всех факторов успеха и неудач, баланса доходов, затрат, прибыли и стоимости бизнеса с тем, чтобы он был привлекателен для инвесторов и высококвалифицированных специалистов. Если говорить кратко, то технология такой интеграции строится на тех же принципах, что и вся система функций. А она включает три системы альтернативных или, так называемых асимметричных, ценностей бизнеса: осознаваемость, формализуемость и материализуемость, о чем подробно говорилось в работе.

Первична асимметрия «осознаваемости», которая обеспечивает прямую взаимосвязь сознания творцов продукции бизнеса с сознанием потребителя. Однако она практически

отсутствует во всех бизнес-системах отечественных предприятий. Даже самые крупные и известные из них не имеют этой исходной технологической подсистемы в своих системах управления. Ничего не говорится об этой базовой асимметричной системе и ни в одном американском учебнике по маркетингу, начиная с учебников Филиппа Котлера¹⁷ и других классиков маркетинга.

Вторична асимметрия «формализуемости», то есть асимметрия базовых формализованных ценностей бизнеса. Ими являются количественно-качественные формальные ценности, когда-то изобретенные людьми и сегодня превратившиеся в институты специальных знаний. Количественные – это деньги, а качественные – право. Экономико-правовая асимметрия – это самостоятельная важнейшая система нормативно-финансовых отношений по превращению в сверхдоходы юридической монополии бизнеса в имеющиеся у него уникальные творческие решения. Она также пока не сложилась на российских предприятиях как управленческая технология. И ее также нет в американских учебниках по маркетингу.

Третья система альтернативных ценностей – асимметрия «материализуемости», то есть асимметрия базовых материализованных ценностей бизнеса, к которым относится технология производства его основной продукции и изделия как материальный результат бизнеса. Поэтому данную асимметрию можно назвать продуктивно-технологической. Эта асимметрия как организационно-технологическая система широко прописана во многих российских и американских учебниках с тем, чтобы показать как нужно организовывать бизнес. Эти примеры очень наглядны, но на них нельзя ничему научиться, не поняв две предыдущие асимметрии. Примеры материализуемости плохи тем, что они всегда неповторимы, поскольку демонстрируют особый случай успешного бизнеса, который невозможно воспроизвести.

Понимая смысл и содержание трех вышеназванных асимметрий как базовых организационных технологий, можно

¹⁷ Котлер Ф. *Маркетинг менеджмент* / пер. с англ. – СПб, Питер, 2000.

Котлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Д., Вонг В. *Основы маркетинга: пер. с англ., 2-е европ. изд.* – М.: СПб; К.: Вильямс, 2000.

видеть, что шесть первых функций ИС по своей логике весьма устойчивы и научно обоснованы. Это позволяет на их основе развивать теорию организации современного бизнеса, поскольку эти функции относятся не только к ИС, но и к интеллектуальному капиталу и, в конечном счете, к интеллектуальным ресурсам. Однако здесь умышленно не ведется речь об интеллектуальном капитале и интеллектуальных ресурсах потому, что по двум последним терминам юридических норм еще не сложилось. В то же время ИС (в отличие от интеллектуального капитала и интеллектуальных ресурсов) уже обладает мощнейшими международными юридическими нормами, результатами правоприменительной практики и статистики.

Возвращаясь к реализации седьмой функции ИС в бизнесе, надо отметить, что для менеджеров, претворяющих эту функцию в реальном бизнесе, крайне важно понимать вышеописанную логику построения всей системы функций ИС. Их совместимость в единой системе необходимо глубоко осмыслить прежде чем применять на практике. Самой большой проблемой при этом может стать узкая специализация менеджеров, которым поручена такая интеграция и гармонизация взаимоотношений персонала. Поэтому следует искать специалистов с системным прагматичным взглядом на экономику предприятия, имеющих опыт обновления бизнес-систем.

«Системный взгляд на функцию экономической сферы в обществе в смысле ее вклада в функционирование и развитие социальной системы в целом не отвечал бы своему назначению, если бы ограничивался только функциональной стороной дела. Нормальное состояние системы подразумевает сбалансированную работу и взаимодействие всех ее структурных подразделений. Поэтому, когда одна или несколько подсистем достигают достаточно высокой степени автономизации, то для системы в целом одной из главных задач становится проблема системной интеграции»¹⁸.

¹⁸ Институциональная экономика: учеб. пособие / под рук. акад. Д.С. Львова. – М.: ИНФРА-М, 2001, С. 72–73

Это напоминание специалистов по институциональной экономике в данном случае весьма уместно. Интеграция функций логически объяснима, но на практике руководители отдельных функциональных подразделений часто не только конфликтуют между собой, но и стремятся стать автономными, независимыми друг от друга, создать свою «тихую заводь», живущую по своим автономным законам. Поэтому топ-менеджерами должны становиться личности, обладающие знанием выстраивания и совершенствования единой бизнес-системы, объединяющей шесть вышеназванных функциональных подразделений, каждое из которых должно быть высокоэффективным и необременительным по своим затратам для бизнеса в целом.

Рекомендации пользователям функций. В качестве рекомендаций по эффективному использованию семи функций управления ИС в бизнесе предлагается следующее.

Во-первых, на крупных и средних предприятиях, работающих в сфере высокотехнологичного бизнеса, организовать сроком на один-два года Совет по совершенствованию управления ИС. Его основной задачей должна стать разработка программы по коммерческому использованию ИС и создание временного подразделения с функциями творческого коллектива по организации управления ИС. Ввиду того, что если Россия вступит во Всемирную торговую организацию, ИС на многих предприятиях неминуемо станет объектом большинства ожидаемых споров с зарубежными конкурентами. Поэтому здесь следует срочно начать формирование в рамках общего управления предприятием дополнительную специализированную подсистему управления ИС, которая бы регулировала процессы творчества, юридической защиты прав на объекты ИС, стратегического планирования и непрерывного обновления изделий и технологий производства. Эта подсистема должна строиться на стандартах предприятия. После того, как она будет сформирована и заработает на правах нового структурного подразделения, Совет может быть распущен.

Во-вторых, исходя из многофункционального характера управления ИС на предприятиях, к процессу организации такой специализированной подсистемы следует привлекать, прежде

всего, креативных сотрудников, которых раньше называли энтузиастами, а также лиц, хорошо понимающих эту тему – из юристов, маркетологов, технологов, научных работников, аудиторов, финансистов, патентоведов, конструкторов, менеджеров. Здесь в первую очередь должны цениться компетентность и универсализм как способность комплексного решения междисциплинарных задач бизнеса. Чаще всего самые компетентные узкоспециализированные работники недооценивают значимость новых проблем и задач. Это надо учитывать.

В-третьих, чтобы на предприятии осуществлялось подобного рода сложное мероприятие, как показывает отечественная практика, нужно чтобы его возглавил директор. Без этого любое подобное мероприятие, одобренное и принятое администрацией на уровне лозунга, превратится в кампанию, не дающую должного эффекта. Новой стратегии управления высокотехнологичным бизнесом потребуются свои идеологи. Было бы идеально, если ими станут реальные лидеры, возглавляющие и знающие свое предприятие. Однако практика показывает, что специалистов в любом деле следует основательно готовить системно и планомерно.

Подытоживая, следует обратить внимание на следующее: ИС как объект управления представляется гораздо более сложным, чем его традиционно рассматривают юристы, ограничивающиеся обычно рамками дефиниций. Представленная выше методология выделения семи функций ИС в качестве основы эффективной системы управления бизнесом стала одним из элементов общей методологии управления ИС. Надо сказать, что все высокоэффективные системы управления, как показывает мировой опыт, строятся с учетом индивидуальных условий бизнеса и особенностей его руководителей и персонала. Данные функции ИС с таким же успехом могли бы быть названы функциями интеллектуального капитала или интеллектуальных ресурсов высокотехнологичного предприятия. Однако проблема в том, что ни интеллектуальные ресурсы, ни интеллектуальный капитал сегодня не имеют под собой общепринятой нормативной базы, подобно той, которую имеет ИС как институт международных правовых норм. К тому же в рамках этого

института уже сложились весьма устойчивые организационные формы и технологии экономического управления. Подобные технологии уже сложились в рамках этого же института также в сфере производства и сервисного обслуживания объектов техники и технологии. Уже имеются системы их экспертизы, отбора, классификации и идентификации. Поэтому управление интеллектуальным капиталом или интеллектуальными ресурсами, как и их функции, целесообразнее привязывать именно к ИС, а не другим окончательно несформировавшимся понятиям. Междисциплинарный характер ИС сегодня очевиден. Этот институт, прежде всего юридических норм, также упорядочивает и экономику современного высокотехнологичного предприятия. Юридические действия относительно технических идей важны только в случае их весомости и перспективности для развития техники и технологии, а также их дальнейшей рыночной реализации. В этой связи ИС является объектом исследования в рамках институциональной экономики как категория междисциплинарная по содержанию и экономическая лишь по результату. Из этого вытекает, что любая собственность, в том числе ИС, будучи одним из институтов в рамках институциональной экономики, становится, по сути, автономной междисциплинарной категорией, за которой кроется, пожалуй, самый перспективный и неисчерпаемый ресурс человечества – интеллект со всеми его атрибутами и продуктами, ориентированными на ускорение прогресса во всех направлениях. Поэтому выявление функций ИС и применение их в современном бизнесе представляются весьма перспективным элементом теории управления предприятием, позволяющим заложить основы устойчивой системы управления, существенно более эффективной, чем традиционно используемые сегодня.

1.8. Коммерциализация интеллектуальной собственности

Под коммерциализацией понимается комплекс организационно-правовых и технико-экономических мероприятий по коммерческой реализации объектов интеллектуальной собственности и других результатов научно-технической деятельности (РНТД).

Оценка коммерческой значимости ОИС производится с целью определения потенциальной способности ОИС приносить в будущем прибыль при условии должной организации производства (юридическая законность, физическая возможность, финансовая осуществимость использования ОИС) и адекватной маркетинговой политики хозяйствующего субъекта. Показатели коммерческой значимости носят исключительно прогнозный характер.

Выбор технологии оценки коммерческой значимости интеллектуальной собственности зависит от типа рынка, в котором происходит обмен инновационными нововведениями и трансферт технологий. В зависимости от степени развития законодательства, регулирующего рыночные отношения внутри каждого государства, рынки можно подразделить на три вида: **нецивилизованный**, с неразвитым законодательством; **цивилизованный**, с развитым законодательством, кроме законодательства по интеллектуальной собственности; **высокоцивилизованный**, с развитым рыночным законодательством, включая законодательство по интеллектуальной собственности.

Управление интеллектуальной собственностью имеет глубокий смысл и обоснование лишь в условиях третьего типа рынка, то есть в условиях высокотехнологичного рынка. И чтобы иметь четкое представление о высокотехнологичном рынке, необходимо хотя бы кратко дать определение всем трем альтернативным вариантам.

Первый тип рынка — нецивилизованный, где допускается и по крайней мере со стороны властей не наказывается торговля любыми подделками, не только технико-технологическими, но без внимания остаются подделки наименований торгующих предприятий и маркировок продукции. Этот тип рынка в быту называется **базар**, где торгуют товарами повседневного спроса — продуктами питания, швейными и гончарными изделиями, упакованными материалами, другими традиционными товарами. На этом рынке сверхприбыли не бывает, за исключением случаев явного обмана покупателя (см. рис. 1.5).

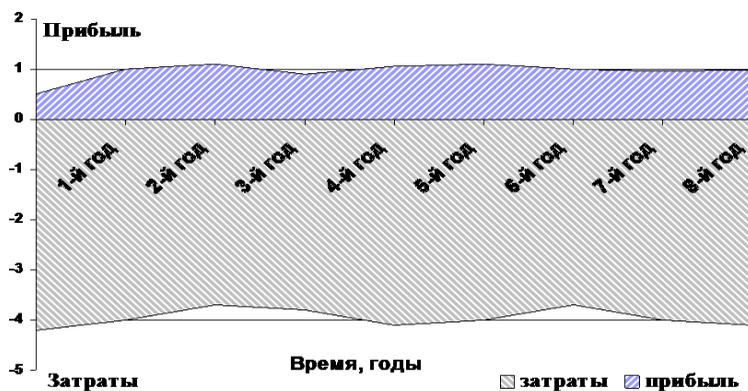


Рис. 1.5. Затраты и прибыль производителей на нецивилизованном рынке.

На рис.1.5 показано, что прибыль на таком рынке не превышает обычно 20 — 30 %. Все конкуренты стремятся обыграть друг друга за счет объема продаж.

Второй тип рынка — цивилизованный, характеризуется строгим соблюдением наименований и маркировок товаров, контролем их качества, подтвержденного сертификатами, наименований фирм производителей и продавцов товаров. Несоблюдение этих требований быстро выявляется и нарушители наказываются штрафами. Но при этом допускается заимствование технологий производства, видов выпускаемых товаров и большинства дизайнерских решений. Этот тип можно назвать **свободным цивилизованным рынком**, где производители и продавцы гарантируют заявленные потребительские свойства своего товара. Сверхприбыль возможна лишь в самом начале выхода на рынок с новым товаром. Затем быстро появляются конкуренты и норма прибыли падает до традиционного уровня (см. рис. 1.6).

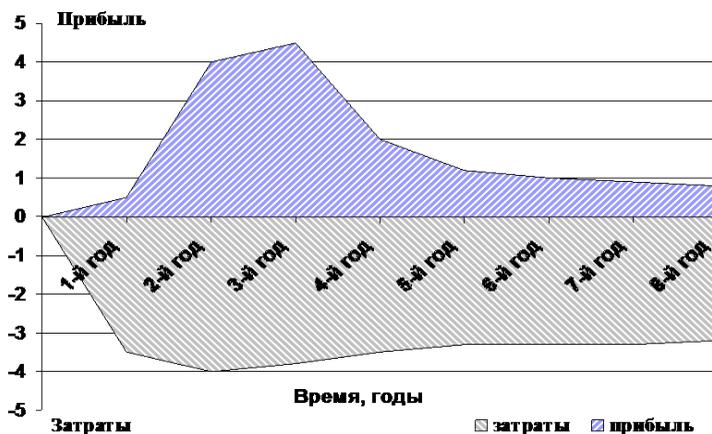


Рис. 1.6. Затраты и прибыль производителей на цивилизованном рынке.

Сверхприбыль возможна лишь в начале вступления в рынок с конкретным новым товаром, до тех пор, пока не появятся конкуренты.

Третий тип рынка — высокоцивилизованный или **высокотехнологичный**, основывается на строгом соблюдении государственных и международных норм по интеллектуальной собственности. Производители и продавцы уникальных товаров получают временное монопольное право на производство и реализацию продукции с уникальными свойствами, предоставленное им государством на основании соответствующих законов и международных норм частного права. Оформление и использование исключительных прав на высокоэффективные решения позволяют стабильно получать сверхприбыль за счет постоянного обновления своей продукции (см. рис. 1.7).

На рис.1.7. показано, что по данному варианту получение сверхприбыли стабильно за счет периодически обновляемых временных монопольных прав. Точки a_1 , a_2 , a_3 отмечают начало окупаемости по вновь создаваемым модификациям данного изделия.

Анализируя вышеприведенные данные, видно, что альтернативы высокотехнологичному рынку нет. Соревнование национальных экономик происходит за счет лучшего освоения рыночного законодательства и лучшей организации творческой деятельности ученых и изобретателей. Высокоэффективная экономика способна разрешить любые социальные проблемы.

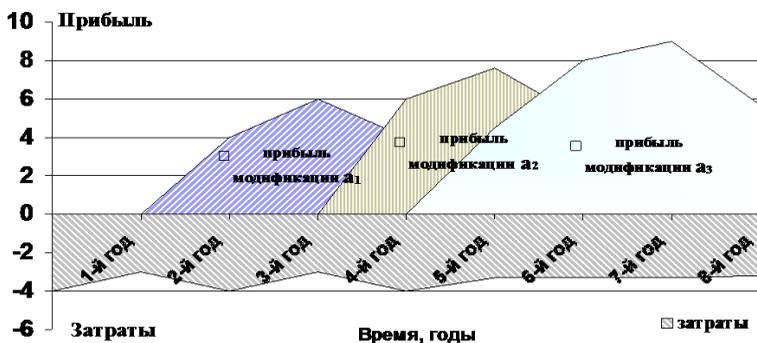


Рис.1.7. Затраты и прибыль производителей на высокотехнологичном рынке.

В отличие от оценки недвижимости, движимого имущества и бизнеса, где оценщикам известна в основном только одна стоимостная методология, в оценке интеллектуальной собственности существуют две принципиально разные оценочные методологии: стоимостная и прогнозная, то есть интеллектуальная собственность оценивается либо по стоимости, либо по ее предпочтительности перед другими объектами.

При использовании стоимостной методологии определяется рыночная стоимость интеллектуальной собственности, исходя из условий наиболее эффективного ее использования. Под такими условиями понимаются юридическая допустимость, физическая осуществимость, финансовая обеспеченность и максимальная продуктивность использования ОИС.

Юридическая допустимость. Проверка юридической допустимости использования ОИС осуществляется во всех

случаях его коммерческого применения в первую очередь. В данном случае рассматриваются частные ограничения, нормативные акты по охране и использованию ОИС, включая соблюдения требований государственной, экологической, экономической и других видов безопасности, которые могут иметь место при конкретном виде использования ОИС в коммерческих целях. На юридическую допустимость использования ОИС может оказать влияние наличие уже заключенных долгосрочных лицензионных договоров. Необходимо учитывать возможные ограничения, которые могут быть заложены в договорах на приобретение прав применения ОИС. Они могут касаться некоторых направлений, форм, времени и территорий использования. Имеет значение также тип, размеры, технические характеристики и потребительские свойства продукции, выпускаемой на основе ОИС и др. Отдельные нормативные ограничения или получение специальных разрешений на производство и реализацию лицензионной продукции (например, изделия военного назначения, лекарственные препараты, акцизные товары и т.п.) могут существенно сдерживать сроки вывода на рынок лицензионной продукции и, соответственно, получения реальных доходов от использования ОИС.

Физическая осуществимость. Критерием физической осуществимости является практическая реализация заявленных в формуле изобретения, полезной модели (в существенных признаках промышленного образца) технических характеристик, свойств и других решений в конкретном продукте или технологии, в их функциональных параметрах или потребительских свойствах. Наличие технической документации, отработанные производственные режимы и регламенты, наличие опытных, полупромышленных и промышленных образцов лицензионной продукции и технологии, полученные сертификаты соответствия могут существенно снизить производственные и инвестиционные риски и влиять на предполагаемый вариант коммерческого использования ОИС. Конечная полезность ОИС зависит от объема правовой охраны, конкурентного преимущества заявленных технических решений, степени готовности к промышленной реализации. На размер и

масштабы извлечения наибольшего эффекта от использования ОИС могут повлиять производственные возможности потенциального лицензиата, спрос на лицензионную продукцию и область его применения (потребления) и др. В процессе анализа физической осуществимости коммерческого использования ОИС необходимо рассмотреть состояние производственных участков и линий для определения возможности их дальнейшей эксплуатации при производстве новой (усовершенствованной) продукции на базе ОИС. Как правило, затраты на реконструкцию (переналадку) зависят от физического состояния, местоположения, гибкости и других характеристик оборудования, участков и производственных линий, где планируется производство лицензионной продукции. В этом случае необходимо определить возможность расширения производственных мощностей лицензиата, сроки проведения переналадки производственных линий и участков на их переориентацию производства лицензионной продукции. Издержки, сложности переналадки производственных линий и участков могут быть значительными, что в дальнейшем могут негативно отразиться в показателях ожидаемой эффективности использования ОИС.

Финансовая обеспеченность. Вариант коммерческого использования ОИС считается финансово приемлемым, если он обеспечивает получение дополнительного дохода, превышающего объем эксплуатационных затрат, расходы на финансирование и требуемую схему возврата капитала. Если доход ниже расходов или превышает их лишь незначительно, такой вид использования признается невыполнимым в финансовом отношении. И, наоборот, если чистый доход от использования ОИС соответствует необходимой доходности инвестиций и обеспечивает получение дополнительной прибыли сверх той, которое имело место до использования ОИС, этот вид применения является выполнимым в финансовом отношении. Очевидно, идентификация видов использования, выполнимых в финансовом отношении, базируется на анализе конъюнктуры рынка лицензионной продукции, наличия спроса и предложения на нее.

Максимальная продуктивность. Максимальная продуктивность – это наибольшая стоимость ИС как таковой, независимо от того, правообладатель сам производит продукцию на основе ОИС (использование ОИС в хозяйственном обороте), или продает другим производителям (потребителям ОИС) лицензии на применение ОИС (коммерческое использование ОИС). Реализация данного критерия предполагает, что из всех юридически разрешенных, физически реализуемых и обеспечивающих положительную величину дохода вариантов надо будет выбрать того вида применения ОИС, который обеспечивает максимальную стоимость ИС. Максимальная продуктивность определяется путем соотнесения суммы дохода от использования ОИС со ставкой капитализации, требуемой рынком для данного вида его использования.

Вид использования, обеспечивающий наибольшую доходность ОИС, является наиболее эффективным. В основе всех применяемых методов определения стоимости ИС с целью выбора наиболее эффективного варианта лежит так называемая техника выделения эффекта, генерируемого ОИС.

Эффект, генерируемый ОИС, может выражаться в форме таких выгод (доходов) от использования ОИС: экономия затрат на производство и реализацию продукции и/или на инвестиции, в том числе фактическое снижение затрат, отсутствие затрат на получение права использования ОИС; увеличение цены единицы выпускаемой продукции за счет расширения функциональных свойств продукции новыми потребительскими свойствами; увеличение физического объема продаж выпускаемой продукции; снижение выплат налогов и иных обязательных платежей; сокращение платежей в счет обслуживания долга; снижение риска неполучения денежного потока от использования ОИС; улучшение временной структуры денежного потока от применения ОИС; различные комбинации указанных форм.

Выгоды от использования ОИС определяются на основе прямого сопоставления величины, риска и времени получения денежного потока от применения ОИС с величиной, риском и временем получения денежного потока, который получил бы правообладатель при отсутствии (неиспользовании) данного ОИС.

Обычно рыночная стоимость ИС рассчитывается, как стоимость одного из активов (нематериальных) бизнеса, в котором данный объект участвует. Оценка рыночной стоимости ИС строится на прогнозе, поддержанном инвестором документально. Результатом такой оценки является рассчитанная стоимость нематериального актива. При этом применяются классические подходы (доходный, затратный, сравнительный) и соответствующие им методы. Если инвестор не поддержал использование данных активов, то для оценки стоимости применяются в основном методы затратного подхода.

Критерием стоимости при оценке интеллектуальной собственности является согласие инвестора (юридически оформленное или устное) финансировать бизнес, проект или программу, в которых задействована данная интеллектуальная собственность. Такое согласие может быть оформлено договором, контрактом, соглашением, актом, протоколом или иным аналогичным документом. Для оценщика устное согласие инвестора должно быть подтверждено письмом в его адрес. Все прочие гипотетические предположения об областях применения и возможностях получения доходов должны рассматриваться как маловероятные и рискованные и потому в расчетах рыночной стоимости использоваться не должны.

При применении методологии прогнозной оценки определяется предпочтительность одного объекта перед другими при их выборе для разработки стратегии развития бизнеса с целью более выгодного вложения капитала. Прогнозная оценка применяется при отборе изобретений, промышленных образцов, полезных моделей, ноу-хау и других оформленных идей и разработок при выборе стратегии бизнеса. Такая оценка дает представление о перспективности идей, о ее потенциале и предполагаемой восприимчивости ее рынкам. Одним из вариантов методологии прогнозной оценки является оценка коммерческого потенциала ОИС.

Оценка коммерческого потенциала представляет собой выявление потенциальной способности ОИС приносить в будущем прибыль при условии должной организации производства и адекватной маркетинговой политике

хозяйствующего субъекта. Показатели оценки коммерческого потенциала носят исключительно прогнозный характер.

Оценка коммерческого потенциала ОИС проводится после проведения правовой экспертизы объекта коммерциализации, в которой обращается особое внимание на следующие моменты ОИС: способ охраны, правообладатель, действительность охранного документа; потенциальная охраноспособность в стране и странах экспорта; ближайшие аналоги по результатам патентных исследований; образцы-аналоги лицензионной продукции.

При оценке коммерческого потенциала в первую очередь оценивается готовность технологии для коммерциализации. Критериями готовности ОИС для коммерциализации могут быть нижеследующие: технология должна быть лучше по крайней мере на 10% от известных аналогов с точки зрения потребительских свойств и/или эксплуатационных характеристик; превосходство должно быть подтверждено независимой экспертизой (сертификация); соответствие технологии стандартам ИСО; наличие правовой охраны в стране и за рубежом и возможности его «улучшения» (возможность получения нового патента); область применения и преимущества технологии над конкурентами; стоимость технологии и ее конкурентоспособность; пути коммерческого применения (лицензирование или возможность самостоятельного производства); наличие образцов технологий; возможные сложности при передаче образцов потенциальным лицензиатам; наличие у владельцев собственных средств на «доработку» технологии под область применения.

В свою очередь, техническая экспертиза объекта коммерциализации должна позволить: устанавливать номенклатуру технико-экономических показателей (ТЭП) лицензионной продукции для сравнения с известными образцами-аналогами; определять коэффициент весомости технико-экономических показателей; выявлять основные характеристики степени коммерческой значимости ОИС: оценивать стадии разработки (идея, НИР, ОКР, промышленное освоение); установить степень пригодности ОИС к практическому использованию; оценить влияние ОИС на

технический уровень продукции, на ее потребительские свойства и на изменения затрат ее производства; определить объем и широту правовой охраны по формуле изобретения; выявить степень ожидаемого платежеспособного спроса на лицензионную продукцию.

Коммерческая реализация ОИС может быть осуществлена в форме: уступки прав на ОИС; продажи лицензий на использование ОИС; передачи в режиме ноу-хау; создания нового и/или реконструкции существующего производства на базе ОИС; внедрения в производство новых объектов техники и технологий; продажи товаров (продукции, работ, услуг), произведенных с использованием ОИС.

Коммерческий потенциал ОИС определяется по следующей формуле

$$P = \frac{K_{my}}{Z_o} B_y, \quad (1)$$

где P – коммерческий потенциал ОИС; K_{my} – обобщенный показатель технического уровня лицензионной продукции; $Z_o = Z_n / Z_{o0}$ – относительные затраты производства единицы лицензионной продукции; Z_n – затраты на изготовление лицензионной продукции; Z_{o0} – затраты на изготовление базового образца продукции, по отношению к которому оценивается технический уровень лицензионной продукции; B_y – вероятность коммерческого успеха в зависимости от степени проработанности ОИС (идея – 0,01 - 0,25; НИР – 0,25 - 0,5; ОКР – 0,5 - 0,75; Освоение = 0,75 – 1,0).

Обобщенный показатель технического уровня лицензионной продукции определяется как

$$K_{ty} = 1 + \sum \pm K_i, \quad (2)$$

где $\sum \pm K_i$ – алгебраическая сумма коэффициентов весомости тех технико-экономических показателей, которые изменяются в лучшую или худшую сторону с использованием оцениваемого ОИС в сравнении с базовым образцом.

Основными показателями эффективности применения ОИС являются: *производственная эффективность*: прирост чистой продукции, экономия от снижения себестоимости; *финансовая*

эффективность: прирост чистого дохода (прибыли), прирост рентабельности; *инвестиционная эффективность*: экономический эффект, срок окупаемости; *бюджетная эффективность*: интегральный дисконтированный бюджетный эффект, степень финансового участия.

1. Показатели производственной эффективности использования ОИС.

1.1. Прирост чистой продукции (ΔЧП) от использования ОИС в сфере производства определяется по формуле:

$$\text{ЧП} = \text{ЧП}_1 - \text{ЧП}_0 = (\text{ТП}_1 - \text{М}_1 - \text{А}_1) - (\text{ТП}_0 - \text{М}_0 - \text{А}_0), \quad (3)$$

где ЧП₁ и ЧП₀ – чистая продукция в расчете на год соответственно от реализации продукции, произведенной с использованием ОИС и до его применения; ТП – годовой объем продукции; М – материальные затраты на производство годового объема продукции; А – амортизация основных средств в расчете на год.

1.2. Экономия от снижения себестоимости (Э):

$$\text{Э} = \frac{\text{ТП}_o}{\text{ТП}_m} C_{\text{но}} - C_{\text{нт}}, \quad (4)$$

где ТП_m – объем производства продукции в базовом варианте (до использования ОИС); C_{нт} и C_{но} – нормативная себестоимость продукции, созданной соответственно с применением ОИС и в базовом варианте.

2. Показатели финансовой эффективности использования ОИС.

2.1. Прирост чистого дохода (ΔЧД), созданного за счет использования ОИС:

$$\Delta\text{ЧД} = \text{ЧД}_1 - \text{ЧД}_0, \quad (5)$$

где ЧД₁, ЧД₀ – чистый доход, созданный соответственно за счет ОИС и до его применения.

2.2. Прирост рентабельности, исчисленной по чистому доходу в сфере использования ОИС в расчете на год:

$$\Delta P_{\text{чд}} = \frac{\text{ЧД}_1 * 100}{\text{РП}_1} - \frac{\text{ЧД}_0 * 100}{\text{РП}_0}, \quad (6)$$

где РП₁, РП₀ – объем продаж, полученный соответственно от использования ОИС и до его применения.

3. Показатели инвестиционной эффективности использования ОИС.

3.1. Экономический эффект (Ξ), полученный от применения ОИС:

$$\Xi = \text{ЧП} - K_n * K_{ин}, \quad (7)$$

где ЧП – общий объем чистой продукции, полученный от использования ОИС; K_n – общая сумма капитальных вложений; $K_{ин}$ – коэффициент индексации, с помощью которого K_n приводится к расчетному году.

3.2. Срок окупаемости капитальных вложений (T_o), исчисленный по чистому доходу от использования ОИС:

$$T_o = \frac{K_n}{D} T_{ни}, \quad (8)$$

где K_n – общая сумма капитальных вложений на создание и доведения ОИС до состояния, в котором он пригоден к применению в запланированных целях; D – общая сумма чистого дохода, полученного от использования ОИС; T – срок полезного применения ОИС.

4. Показатели бюджетной эффективности использования ОИС.

4.1. Интегральный дисконтированный бюджетный эффект (Ξ_b) за весь срок полезного использования ОИС:

$$\Xi_b = \sum_i \frac{D_i - P_i}{(1 + d)^i}, \quad (9)$$

где D_i – доход, полученный от использования ОИС в производстве и поступивший бюджет в i -м году; P_i – расход бюджета в i -м году применения ОИС в производстве; d – ставка дисконтирования.

4.2. Степень финансового участия (D) государства (региона) в реализации ОИС:

$$D = P_b \frac{100}{K}, \quad (10)$$

где P_b – общая сумма бюджетных расходов, направленных на финансирование создания и использования ОИС в течение всего периода его полезного применения; K – общая сумма единовременных затрат (капитальных вложений), направленных

всеми инвесторами (включая бюджет) на реализацию (создание, доведения до практического использования и применение в производстве) ОИС.

В результате такой прогнозной оценки рассчитывается емкость рынка товара, произведенного на основе данной интеллектуальной собственности. В других случаях определяется совокупный рыночный спрос на данное изделие на всех рынках (города, региона, страны, других стран). Отсюда затем определяется потенциальная масса прибыли, полученная от реализации товара, содержащего объект интеллектуальной собственности.

Критериями прогнозной оценки являются объемы продаж и прибыль, которые намечается получить на всех рынках, освоение которых реально осуществимо и предполагается. При этом рынки могут быть территориальными, когда интеллектуальная собственность используется в потребительских товарах (пище, лекарствах, бытовой технике и др.), и отраслевыми, когда речь идет об интеллектуальной собственности, задействованной в средствах производства.

1.9. Правовая охрана коммерчески ценных идей и разработок высокотехнологичного бизнеса

Интеллектуальная собственность является бизнес-активом. Эксперты ВОИС определяют ИС как составную часть культуры нации и общества. Перефразируя это выражение, можно утверждать, что без ИС нет у бизнеса культуры, нет у него будущего. ИС является генетической основой современного бизнеса. ИС определяет ценность и привлекательность бизнеса. Чем больше ИС – тем выше культура бизнеса, тем выше его стоимость. ИС принципиально отличается от других видов собственности – земли, зданий и сооружений, машин и оборудования и др. Правильное выстраивание своей стратегии превращения коммерчески ценных идей в ценный актив, правильная идентификация, специфика правовой охраны и использования, умение эффективно управлять ИС требуют особых знаний, навыков, опыта работы с этой категорией активов.

Основная цель патентной системы проста и разумна: стимулирование людей к созданию новых оригинальных решений, обеспечение широкого доступа ко всем достижениям научно-интеллектуальной и художественно-творческой деятельности и вытекающая отсюда обязательность вознаграждать тех, кто способствует возникновению и распространению этих достижений. Для поощрения технических усовершенствований и содействия их раскрытию (что предпочтительнее их тайному использованию) автор, разработавший данное усовершенствование в виде изделия, способа его изготовления, нового вещества и/или способа его получения, может после раскрытия деталей в Роспатенте получить определенный набор исключительных прав на ограниченный период времени. После истечения этого срока объект интеллектуальной собственности становится достоянием общества и может быть использован в общегражданском обиходе без получения официального согласия владельца патента и без выплаты ему вознаграждения. Заинтересованность государства и общества заключается в том, что если бы изобретатель не разработал и не раскрыл бы данное усовершенствование, то никто не мог бы пользоваться им как в момент изобретения, так и в любое время после этого. А предоставление монопольных прав владельцу патента содействует внедрению таких нововведений, поскольку это единственный способ извлечения выгоды в результате использования этого нововведения и формирования самостоятельного преимущества над конкурентами или путем разрешения третьим лицам применять нововведение за лицензионные платежи.

Что такое патент на изобретение? Патент - это монопольное, исключительное право на использование изобретения, которое относится к разряду интеллектуальной собственности.

Понятие «интеллектуальная собственность» подразумевает не материальные ценности, а результат творческой деятельности человека. Интеллектуальную собственность обычно подразделяют на промышленную собственность (изобретения) и произведения, охраняемые авторским правом. Термин "промышленная собственность" иногда ошибочно воспринимается как нечто вещественное, используемое в

промышленных целях (оборудование, сырье, здания, сооружения и т.д.). В действительности же промышленная собственность - это результат интеллектуальной деятельности человека. К ней относятся изобретения, новые технологии, промышленные образцы и новые художественно-конструкторские решения. Понятие "промышленная собственность" также включает различные обозначения деловой активности человека.

Среди таких обозначений особо выделяются товарные знаки и знаки обслуживания, фирменные наименования предприятий и организаций, географические указания, позволяющие судить о месте происхождения товара или услуги и их свойствах.

Зачем нужен патент? Изобретателю не нужен патент, чтобы использовать свое изобретение. У него уже есть автоматическое право на его применение, при условии, что у кого-то другого нет патента на это изобретение. Наличие патента дает его владельцу возможность защитить свои права от всякого рода нарушений в судебном порядке и требовать выплаты компенсации.

Патент, полученный в какой-либо из стран СНГ, дает право на изготовление, использование и продажу внутри этой страны изобретения, на которое распространяется патент. Любой человек или компания могут получить разрешение на применение изобретения. Такое разрешение называется лицензией. В этом случае обладателю патента выплачиваются лицензионные вознаграждения, размер которых определяется лицензионным соглашением.

Монопольное право, которое дает патент, должно охраняться самим владельцем патента или его доверенным лицом.

Для того чтобы быть патентоспособным, изобретение должно обладать: *1. Новизной.* Любое изобретение должно быть шагом вперед. Специалист должен быть способным понять, что данное изобретение представляет из себя нечто ранее неизвестное. Под "новизной" понимается новый, не известный ранее технический уровень, движение вперед в той или иной области. *2. Изобретательским уровнем.* В законодательстве стран СНГ существует условное понятие "специалист", обладающий средним уровнем знаний. Изобретение не должно

явным образом вытекать из существующего уровня техники, т.е. не должно быть чем-то уже известным и знакомым для специалиста. 3. Применение в промышленности. *Под применением в промышленности понимается возможность использования изобретения на практике. Под промышленным применением понимается возможность использования изобретения в промышленном производстве и других отраслях экономики.*

Это и отличает изобретательскую деятельность от чисто интеллектуальной деятельности.

Невозможно получить патентную защиту для чисто эстетического облика конкретного предмета, его формы, конфигурации, рисунка, орнамента.

Эти категории относятся к области регистрации дизайна.

Исключения из патентной защиты. В соответствии с законодательством стран СНГ существует ряд исключений из патентной защиты: научные теории и математические методы; методы организации и управления хозяйством; методы и правила выполнения умственных операций; алгоритмы и компьютерные программы; проекты и схемы планирования и сооружения зданий и территорий; художественные решения, касающиеся внешнего вида изделия и имеющие только эстетическое значение; технологии интегральных микросхем; сорта растений и породы животных.

Создание новых микросхем и выведение новых сортов растений и пород животных защищаются специальными законами.

Нельзя получить патент на изобретения, нарушающие элементарные нормы этики и морали, принятые в обществе.

Кто может подать заявку на получение патента на изобретение? В странах СНГ заявка на выдачу патента может быть подана автором, работодателем или их правопреемниками. В заявке на получение патента следует, однако, указать автора изобретения и его адрес.

Что такое служебное изобретение? В странах СНГ существует понятие "служебное изобретение". Оно создается работником при выполнении им служебных обязанностей или в результате полученного от работодателя конкретного задания.

Автор изобретения обязан сообщить работодателю о своем изобретении. Если в течение четырех месяцев с даты уведомления его автором о создании изобретения работодатель не подаст заявку, не уступит право на подачу заявки другому лицу или не сообщит автору о необходимости сохранения изобретения в тайне, последний может подать заявку и получить патент на свое имя.

Другими словами, первоначальное право на служебное изобретение принадлежит работодателю, который может определить его судьбу по своему усмотрению.

Подача заявки на изобретение. Заявки на выдачу патента на изобретения подаются в странах СНГ в национальные патентные ведомства. Заявки подаются на официальном бланке в соответствии с существующими правилами.

Заявка на выдачу патента должна относиться к одному изобретению или ряду изобретений, связанных между собой настолько, что они образуют единый изобретательский замысел, удовлетворяющий требованию единства изобретения.

Заявка на изобретение должна содержать: заявление о выдаче патента; описание изобретения; формулы, чертежи и иные материалы, если они необходимы для понимания сущности изобретения; реферат;

Описание должно быть четким, ясным и быть понятным для человека, который хочет использовать это изобретение. Описание должно быть достаточно полным для промышленного приложения и использования изобретения.

К заявке прилагается квитанция об оплате госпошлины.

В заявке должны быть указаны автор (авторы) изобретения и лицо (лица), на имя которого (которых) испрашивается патент, а также их адрес.

Формула изобретения должна выражать его сущность и полностью основываться на его описании.

Чертежи и иные дополнительные материалы представляются в тех случаях, когда без них невозможно или затруднительно понять сущность изобретения из его описания.

Реферат представляет собой краткое изложение описания изобретения и не имеет юридической силы.

Заявка не может быть принята, пока все вышеперечисленные документы не поданы в патентное ведомство.

Приоритет изобретения. Дата приоритета изобретения, как правило, устанавливается по дате первого поступления в патентное ведомство правильно оформленной заявки на изобретение.

Законодательство большинства стран СНГ признает право на "конвенционный" приоритет. Если, например, первая заявка на патент подана в России, то заявитель получает автоматическое приоритетное право. В течение последующих 12 месяцев заявка на то же изобретение может быть подана в любой другой стране, участвующей в Парижской Конвенции по охране промышленной собственности.

Экспертиза заявок на изобретение. Все заявки на изобретения проходят экспертизу для определения их патентоспособности.

Экспертиза заявок на изобретение в России и Узбекистане состоит из двух стадий. Похожая процедура существует и в других странах СНГ.

Сначала проводится предварительная экспертиза заявки на изобретение на соответствие формальным требованиям. На втором этапе проводится экспертиза заявленного изобретения по существу - патентная экспертиза.

В ходе предварительной экспертизы проверяется: относится ли заявленное изобретение к охраняемым объектам; соответствуют ли представленные документы установленным требованиям; соблюден ли принцип единства изобретения.

Если изобретение благополучно прошло предварительную экспертизу, то заявителю сообщается об установлении приоритета изобретения и затем проводится экспертиза по существу.

Предварительная экспертиза проводится по истечении двух месяцев с даты поступления заявки в патентное ведомство.

Если по мнению патентного ведомства заявка содержит информацию, разглашение которой может нанести ущерб обороне или безопасности страны, то это может стать основанием для запрещения публикации заявки.

Временная правовая охрана изобретения. После проведения предварительной экспертизы сведения о принятой заявке публикуются в официальном бюллетене.

Публикация сведений о заявке на выдачу патента на изобретение предоставляет заявителю временную правовую охрану изобретения в заявленном им объеме.

Действие временной правовой защиты начинается с даты публикации информации о поданной заявке и прекращается с даты принятия решения о выдаче патента.

По ходатайству заявителя или любого заинтересованного лица в течение 3-х лет с даты подачи заявки патентное ведомство может провести экспертизу изобретения, в ходе которой проверяется соответствие заявленного изобретения требованиям патентоспособности.

Проведение информационного поиска. Важной особенностью механизма экспертизы в странах СНГ является предоставление заявителю или третьим лицам возможности ходатайствовать перед патентным ведомством о проведении информационного поиска по заявке, успешно прошедшей предварительную экспертизу. Этот поиск проводится для определения уровня техники, в сравнении с которым может осуществляться оценка новизны заявленного изобретения и изобретательского уровня. Информационный поиск проводится в течение 4-х месяцев с даты поступления ходатайства о его проведении. За проведение поиска вносится дополнительная плата.

Обжалование решений экспертизы. При несогласии заявителя с решением патентной экспертизы он может обжаловать это решение. В России, например, обжалование может быть сделано в течение 3-х месяцев с даты получения решения экспертизы. Возражения направляются в палату. Они рассматриваются в течение 4-х месяцев со дня их получения.

Срок действия патента. Максимальный срок действия патента в странах СНГ - 20 лет, считая с даты поступления заявки в патентное ведомство.

Передача прав на изобретение. По законодательству стран СНГ можно либо полностью передать право на патент (договор об уступке), либо предоставить право на использование запатентованного изобретения (лицензионный договор).

Регистрация указанных договоров в патентном ведомстве является обязательной. Без такой регистрации договоры считаются недействительными. Договоры вступают в силу с момента их регистрации.

Лицензия может быть исключительной и неисключительной. В странах СНГ существует также открытая лицензия, когда владелец патента предоставляет лицензию на использование изобретения любому заинтересованному лицу. Заявление об этом владелец патента представляет в патентное ведомство для публикации.

Заявления о предоставлении права на открытую лицензию отзыву не подлежат.

Об использовании изобретения. В странах СНГ патент теряет свою силу при неиспользовании или недостаточном использовании изобретения в течение 4-х лет с даты выдачи патента.

Ответственность за нарушение действия патента. Согласно действующим правилам ответственность за нарушения патента можно возлагать лишь с даты, когда сведения о патенте стали общедоступны, обычно при опубликовании.

Нарушением патента считается несанкционированное практическое использование (производство, продажа, реклама и т.д.) охраняемого им изобретения, если предполагаемый нарушитель не сумеет доказать, что произведенное им изделие было изготовлено без применения данного изобретения.

Присвоение авторства, принуждение к соавторству, незаконное разглашение сведений об изобретении влекут за собой уголовную ответственность.

Порядок рассмотрения споров в области охраны промышленной собственности. Споры в области промышленной собственности рассматриваются в административном, судебном и административно-судебном порядке.

В судебном порядке рассматриваются следующие споры: об авторстве на изобретение; об установлении права на патент; о нарушении исключительного права на использование запатентованного изобретения; о выплате вознаграждений автору работодателем; о выплате компенсаций; о действительности патента.

Прекращение действия патента. Действие патента может быть досрочно прекращено, если: патент признан полностью недействительным; по заявлению владельца патента; в случае неуплаты в установленный срок пошлины за поддержание патента в силе.

Информация о патентах. В национальных патентных ведомствах ведется Реестр, содержащий сведения о каждой заявке, с обозначением стадии, на которой находится каждая из них.

Если заявитель или владелец патента меняют адрес или имя, если права на патент продаются или же становятся частью лицензионных соглашений, то в этом случае следует известить патентные ведомства об этих изменениях.

Реестр доступен для широкой публики.

Получение патентов за рубежом. Жители СНГ, желающие получить патент на свои изобретения за рубежом, должны получить на это разрешение от национальных патентных ведомств. Большинство европейских стран связаны Европейской Патентной Конвенцией.

Заявка на получение европейского патента, поданная в Европейское патентное ведомство в Мюнхене (Германия) или Гааге (Нидерланды), должна обязательно распространяться хотя бы на одну из 18 европейских стран-членов конвенции. Преимущество "европейского пути" в том, что патентные права могут быть получены для всех стран, являющихся членами Европейской конвенции.

Получение патентов, действующих в большинстве стран мира, обеспечивается с помощью Договора о патентной кооперации, в котором участвует 84 страны, включая страны СНГ. Если необходима охрана в странах, не являющихся участниками международных соглашений, необходимо подать отдельные заявки и получить патенты в каждой стране.

Товарные знаки и знаки обслуживания. Товарный знак - это обозначение, слово или несколько слов, символ или сочетание слов и символов, которые используются для того, чтобы отличить товары одного производителя или продавца от аналогичных, однотипных товаров других фирм.

В качестве товарного знака может быть использовано любое обозначение, позволяющее различать производителей

товаров. Товарные знаки могут быть изобразительными, словесными, объемными и комбинированными. Товарный знак может быть выражен звуком, цветом или цветовым сочетанием.

Знак обслуживания - это знак, используемый для отличия услуг одних лиц или компаний от аналогичных, однотипных услуг других лиц или компаний.

Процедуры регистрации товарных знаков и знаков обслуживания странах СНГ одинаковы. Только зарегистрированный в соответствии с законодательством товарный знак или знак обслуживания позволяет получить охраняемую законом монополию на его использование.

Если кто-либо применяет зарегистрированный или похожий на зарегистрированный знак при изготовлении и продаже товаров или при предоставлении услуг без разрешения, то только обладатель зарегистрированного знака имеет право обратиться в суд и добиваться выплаты компенсации.

Не все товарные знаки можно зарегистрировать. Чтобы товарный знак можно было зарегистрировать, он должен отвечать определенным требованиям, т.е. должен иметь право на существование или, как говорят специалисты, быть "охраноспособным".

а) нельзя регистрировать обозначения и символы, само существование которых обусловлено законами той или иной страны;

б) запрещается регистрировать товарные знаки, если они в точности повторяют, идентичны или практически неотличимы от знаков, входящих в существующие реестры знаков в странах СНГ;

в) в случае поступления двух или более заявок на тождественный (одинаковый) или очень похожий товарный знак или знак обслуживания, приоритет будет отдан той заявке, которая была подана ранее других, исключением считаются случаи, когда у заявителя есть весомые доказательства того, что он ранее других пользовался указанным знаком. Если оба заявителя пользовались знаком на протяжении длительного периода времени, обе заявки могут быть зарегистрированы, при условии, что знаки фактически не идентичны, а товары или услуги не одинаковы;

г) нельзя регистрировать знаки, которые могут вводить потребителей в заблуждение относительно предлагаемых товаров и услуг, на которые распространяются эти знаки;

д) не принимаются к регистрации любые эмблемы, рисунки, дизайн или слова, если они противоречат Женевской и Парижской Конвенциям об использовании в качестве товарных знаков и знаков обслуживания государственных символов и эмблем международных организаций. К этой же категории относятся знаки, охраняемые в соответствии с Мадридским Соглашением о международной регистрации знаков. Исключаются также обозначения, тождественные или сходные с наименованиями мест производства или происхождения товаров;

е) не допускается регистрация в качестве товарного знака или знака обслуживания обозначений, воспроизводящих названия известных в стране произведений науки, литературы и искусства без разрешения обладателя соответствующего авторского права;

ж) не допускается регистрация обозначений, воспроизводящих фамилии, имена, псевдонимы, портреты известных в стране лиц без их согласия.

Охраноспособность. Чтобы то или иное обозначение могло быть зарегистрировано в качестве товарного знака или знака обслуживания необходимо, чтобы оно отвечало следующим требованиям охраноспособности: обозначение не должно находиться под законодательным запретом; оно не должно входить в существующий реестр или находиться в стадии рассмотрения.

Различительная способность. Различительный характер товарного знака заключается в его способности выделить те или иные товары или услуги среди однородных товаров и услуг.

Товарный знак должен быть "независим" от товаров или услуг, т.е. выбран в качестве дополнения к ним, а не навязан производителем и самим товаром.

Товарный знак считается независимым, если по отношению к товару он не является: составной частью товара, изображением или описанием самого товара.

Подача заявки. Любое физическое, являющееся индивидуальным предпринимателем, или юридическое лицо, может зарегистрировать товарный знак или знак обслуживания.

Заявка может быть индивидуальной, т.е. сделанной от имени конкретного лица, или коллективной, т.е. сделанной от имени группы лиц или компании.

Оформление прав на товарный знак. Правовая охрана товарных знаков в странах СНГ осуществляется на основании их регистрации в патентных ведомствах либо в силу участия стран в международных соглашениях, в частности, в Парижской Конвенции по охране промышленной собственности и Мадридском Соглашении о международной регистрации товарных знаков.

Требования к подаваемой заявке. Каждый товарный знак должен сопровождаться отдельной заявкой на специальном бланке. Заявка должна содержать сведения о заявителе. К заявке прилагаются графическое изображение товарного знака и описание с указанием цвета или цветового сочетания, в котором регистрируется знак.

К заявке должен быть приложен перечень товаров услуг, для которых регистрируется товарный знак или знак обслуживания. Заявка может содержать несколько классов товаров и услуг, для которых регистрируется знак, а предварительная экспертиза осуществляется в течение месяца с даты поступления заявки в патентное ведомство. Заявки на регистрацию товарного знака проходят проверку на соответствие установленным требованиям, в частности, на наличие всех требуемых документов. По результатам предварительной экспертизы заявка либо принимается к рассмотрению, либо отклоняется.

Коллективный знак. Союзы, ассоциации и любые другие объединения могут регистрировать коллективные товарные знаки.

Коллективный знак и право на его использование не могут быть переданы другим лицам.

Приоритет товарного знака. Приоритет товарного знака устанавливается по дате поступления заявки в патентное ведомство, при условии, что заявка правильно оформлена. Приоритет товарного знака может быть установлен по дате подачи первой заявки в стране-участнице Парижской Конвенции, если в национальное патентное ведомство заявка поступила в течение шести месяцев с этой даты.

Проверка заявок. Экспертиза. Предварительная экспертиза осуществляется в течение месяца с даты поступления заявки в патентное ведомство. Заявки на регистрацию товарного знака проходят проверку на соответствие установленным требованиям, в частности, на наличие всех требуемых документов. По результатам предварительной экспертизы заявка либо принимается к рассмотрению, либо отклоняется.

Экспертиза заявленного знака проводится по завершении предварительной экспертизы. В период проведения экспертизы эксперт вправе запросить у заявителя дополнительные материалы, без которых проведение экспертизы невозможно. В России дополнительные материалы по запросу экспертизы должны быть представлены в течение двух месяцев с даты получения запроса. По просьбе заявителя данный срок может быть продлен. Если заявитель нарушил указанный срок или оставил запрос экспертизы без ответа, заявка считается отозванной.

Обжалование решений экспертизы. При несогласии заявителя с результатом предварительной проверки или с решением экспертизы, он в праве в течение трех месяцев с даты получения решения подать возражение в Апелляционную палату. Заявление должно быть рассмотрено в течение четырех месяцев.

Заявки, которые оспариваются. Если у эксперта возникают замечания, возражения или сомнения по поводу регистрации знака, то заявитель может предоставить дополнительные доказательства для обоснования своей заявки.

Срок действия регистрации товарного знака. Регистрация товарного знака действительна в течение 10 лет с момента поступления заявки в патентное ведомство. Срок действия регистрации товарного знака может быть продлен по заявлению владельца товарного знака, поданному в течение последнего года её действия, каждый раз на десять лет.

Регистрация товарного знака в Реестре и выдача свидетельства на товарный знак. На основании решения экспертизы о регистрации товарного знака патентное ведомство в течение одного месяца с даты получения документов об уплате установленных пошлин, проводит регистрацию товарного знака в Реестре товарных знаков и знаков обслуживания. Кроме товарного знака в Реестр вносятся сведения о владельце знака,

дате приоритета товарного знака, дате регистрации, а также перечень товаров, для которых этот знак зарегистрирован, и все возникающие дополнения и изменения. В качестве охранного документа в течение трех месяцев со дня регистрации товарного знака в Реестре выдается свидетельство на товарный знак.

Передача прав на товарный знак. Законодательство стран СНГ предусматривает исключительные права на использование товарного знака на их территории. Поэтому только владельцы зарегистрированных знаков могут давать разрешение другим лицам на применение своего знака на определенные товары или услуги. Владелец может полностью уступить права на товарный знак другому лицу в отношении всех или части товаров и услуг, для которых этот знак зарегистрирован; выдать лицензию на право использования товарного знака.

Права можно передавать полностью или частично. Уступка товарного знака не допускается, если она может явиться причиной введения в заблуждение потребителя относительно товара или его изготовителя.

Договор об уступке товарного знака и лицензионный договор должны быть зарегистрированы в патентном ведомстве.

Использование товарного знака. Товарные знаки должны обязательно использоваться, т.е. применяться на товарах или на упаковках. Для подтверждения использования знака допускается его размещение в рекламе, в печатных изданиях, вывесках и в сопроводительных документах.

Если товарный знак не применяется непрерывно в течение 5 лет, то по заявлению заинтересованного лица патентное ведомство может принять решение об аннулировании регистрации товарного знака.

Признание регистрации товарного знака недействительной. Регистрация товарного знака может быть признана недействительной, если знак был зарегистрирован с нарушением требований законодательства; не обладает различительной способностью; является ложным или способным ввести в заблуждение; не отвечает требованиям нравственности и морали; содержит обозначения, охраняемые в соответствии с международными конвенциями; тождественен или сходен с ранее зарегистрированными товарными знаками.

В течение пяти лет с даты публикации информации о товарном знаке заинтересованное лицо может оспорить регистрацию.

Ответственность за нарушение права на товарный знак. Владельцу товарного знака принадлежит монопольное право на использование этого знака. Под нарушением этого права понимается любое несанкционированное применение товарного знака.

За нарушение монопольного права владения товарным знаком или знаком обслуживания предусмотрены меры гражданской и уголовной ответственности. Надзор за соблюдением права на товарный знак или знак обслуживания осуществляется самим владельцем.

Предупредительная маркировка. Если рядом с товарным знаком изображен символ ®, то это свидетельствует о том, что знак зарегистрирован. Использование подобной предупредительной маркировки на товаре без регистрации является незаконным.

Реестр товарных знаков и знаков обслуживания открыт для всех желающих. Перед подачей заявки на регистрацию товарного знака заявитель может попросить совет у эксперта патентного ведомства по вопросу возможности регистрации того или иного товарного знака.

Заявителям советуют также провести предварительную проверку уже зарегистрированных товарных знаков на случай возможного дублирования.

Классификация товаров и услуг для их регистрации. Описание товаров и услуг, включенных в заявку, должно быть по возможности полным и описывать товары и услуги таким образом, чтобы это описание было ясным и четким и его невозможно было бы понять двояко.

В затруднительных случаях патентные ведомства постараются Вам помочь.

Промышленные образцы (дизайн). Промышленные образцы (дизайн) входят в понятие промышленная собственность. Это художественно-конструкторское решение, определяющее внешний вид изделий и их эстетические особенности.

Художественное конструирование нацелено на создание удобных в употреблении, целостных по форме, внешне

совершенных промышленных изделий, отвечающих одновременно техническим и эстетическим требованиям.

Разработка изделий на уровне промышленного образца имеет большое коммерческое значение, поскольку определяет потребительский спрос и способствует успешной реализации товара.

Поскольку разработка и создание нового изделия сопряжены с финансовыми затратами, разработчик и создатель напрямую заинтересованы в обеспечении надлежащей юридической охраны для промышленного образца. Такая охрана позволяет окупить затраты на разработку, производство и продажу изделия.

Критерии патентоспособности промышленного образца. Промышленному дизайну предоставляется правовая охрана, если он является новым, оригинальным и может быть многократно воспроизведен промышленным способом.

Промышленный образец может представлять собой объемную продукцию, пространственное изображение, определяющее внешний вид изделия. Промышленные образцы также могут представлять собой линейно-графическое изображение изделия. Промышленный образец может относиться как к одному, так и к набору изделий.

Патентование промышленного образца. Получение патента на промышленный образец в странах СНГ схоже с патентованием изобретений и товарных знаков в других странах. Заявки необходимо подавать в национальные патентные ведомства, которые проводят экспертизу и выдают патенты.

Срок действия патента на промышленный образец составляет 15 лет с последующим продлением на 10 лет по просьбе владельца патента. Право на патент может принадлежать нескольким лицам и регулироваться соглашением между ними. Оно может передаваться другим лицам на основе лицензионного договора или же договора о полной передаче этого права. Такие договора должны быть зарегистрированы в патентных ведомствах.

В противном случае они не будут иметь юридической силы.

Более подробные сведения о получении патента на промышленный образец можно получить в национальных патентных ведомствах стран СНГ.

Представление интеллектуальной собственности как сугубо юридической категории не вполне корректное, как и для любых других видов собственности. Юридической здесь является лишь оболочка как некая условная форма представления отдельных самостоятельных объектов.

В этом случае стратегия использования её лишь судебная. Важно понять, что если мы говорим только о юридической форме объекта собственности (об обозначении прав на нематериальные объекты интеллектуальной деятельности), то термин «интеллектуальная собственность» справедлив. Но если мы говорим обо всей совокупности качеств данного объекта, включая, в том числе, и его юридическую форму, то тогда определение «интеллектуальная собственность» не вполне корректно. Почему?

К примеру, возьмём изобретение как объект интеллектуальной собственности. Оно, как известно, имеет юридическую форму – это патент. Но у него есть особое содержание как у какого-то конкретного технического решения, обладающего новизной, изобретательским уровнем и промышленной применимостью. Но и этого недостаточно для комплексной характеристики этого объекта, поскольку его назначение экономическое, а точнее коммерческое, за которым можно иногда рассмотреть также и социальное назначение и даже политическое.

На заре цивилизации, когда первые изобретения не имели ни юридической оболочки, ни коммерческого использования, все изобретения изначально носили сугубо социальный характер. Они создавали более безопасные или более комфортное жизнеобеспечение обществу. Затем по мере развития отношений и их дифференциации в обществе статус изобретений не столько изменился векторно, сколько изменился по форме и своему назначению.

Сегодня любое изобретение как и любой объект интеллектуальной собственности имеет содержание, форму и назначение. Речь идёт о техническом содержании, юридической форме и экономическом назначении. Причём доминирующими

здесь являются содержание и назначение, то есть качество технического решения, составляющего суть изобретения, и его экономическое назначение, поскольку оно приносит доходы и создаёт реальные преимущества тому, кто его использует. Юридическая форма здесь в общей системе социальных отношений имеет промежуточное значение некой условности или языка общения, прежде всего, с конкурентами. Она необходима для того чтобы данное техническое решение использовалось либо только его владельцами, либо только с их согласия. Для большинства изобретений юридическая форма лишь как фирменная одежда, обозначающая профессиональную принадлежность конкретного человека: милиционер, пожарник, судья, военный, повар, врач, продавец и так далее. Эта форма существенного значения не имеет в тех организациях, где соблюдается общий порядок создания и использования изобретений, где нет реальной угрозы со стороны конкурентов, где отношения с конкурентами выстраиваются цивилизованно.

Стратегия использования объектов ИС всегда движется по общей для них схеме «содержание – форма – назначение». Здесь нужно изначально знать, что создаётся, каким юридическим режимом охраняется и где применяется.

Во всех случаях конечная цель остаётся наиболее привлекательной стороной создания и использования любого объекта ИС. Вопросы технического и художественного творчества здесь не будем рассматривать, перейдём сначала к юридической, а затем к экономической стратегии, как более прагматичным и устоявшимся технологиям.

Объекты промышленной собственности и объекты авторского права различаются формой регистрации и охраны, т. е. предоставления исключительных прав.

Для получения исключительных прав на свои новые идеи, которые делают возможным практическое решение конкретной проблемы в технической области, необходимо подать заявки особого рода в службу по интеллектуальной собственности, патентам и товарным знакам и получить охранный документ — патент или свидетельство.

Патент, удостоверяя приоритет (дата подачи заявки в патентное ведомство на выдачу патента), авторство, исключительное право патентообладателя на объект

промышленной собственности, действует в течение определенного ограниченного срока. Срок действия исключительного права на изобретение, полезную модель, промышленный образец и удостоверяющего это право патента исчисляется со дня подачи первоначальной заявки на выдачу патента и при условии уплаты ежегодных патентных пошлин за поддержание патента в силе составляет: двадцать лет - для изобретений; десять лет - для полезных моделей; пятнадцать лет - для промышленных образцов.

При этом, если изобретение относится к лекарственному средству, пестициду или агрохимикату, применение которых не – возможно без получения в установленном законом порядке разрешения, срок действия патента может быть продлен на срок получения такого разрешения, но не более чем на пять лет. Заявление о продлении срока подается патентообладателем в период действия патента до истечения шести месяцев с даты получения разрешения на применение изобретения или даты выдачи патента в зависимости от того, какой из этих сроков истекает позднее.

Срок действия исключительного права на полезную модель и удостоверяющего это право патента продлевается по заявлению патентообладателя на срок, указанный в заявлении, но не более чем на три года, а исключительного права на промышленный образец и удостоверяющего это право патента - на срок, указанный в заявлении, но не более чем на десять лет.

Защита исключительного права, удостоверяемого патентом, может быть осуществлена лишь после государственной регистрации изобретения, полезной модели или промышленного образца и выдачи патента.

Разработчик нововведения должен хорошо подумать о том, когда патентовать свою разработку и патентовать ли ее вообще. Ясно, что целесообразно оформлять правовую охрану своей разработки в том случае, если выгода, получаемая в результате использования этой разработки, превысит затраты на получение такой охраны. Охрана всех коммерчески ценных идей и разработок предприятия является не всегда экономически целесообразной, даже несмотря на то, что большинство из них могут обладать некоторой ценностью. Дело здесь не столько в размерах расходов на уплату патентных пошлин, сколько в

извлечении максимальной выгоды от использования разработки в течение как можно более длительного времени.

Яркий тому пример — действия фирмы “Coca-Cola”. В мае 1886 года в Атланте (штат Джорджия) фармацевт Джон Стиф Пембертон создал тоник, стимулирующий работу головного мозга. Кроме листьев южноамериканского дерева кока и семян из Западной Африки, в его состав входили жженный сахар, ортофосфорная кислота и сочетание семи «натуральных вкусов». Бухгалтер Пембертона Фрэнк Робинсон назвал напиток «Coca-Cola». Таким образом, разработав состав и способ приготовления освежающего, ни с чем не сравнимого на тот момент напитка фирма встала перед выбором: подавать в патентное ведомство заявку или нет?

Преимущества обладания патентом известны. Но есть и минусы: он не обеспечивает 100-процентной гарантированной защиты, действует ограниченный срок, требует дополнительных затрат на получение и поддержание его в силе и др.

Не подавать заявку — значит рисковать тем, что кто-то раскроет или выдаст секрет технологии приготовления напитка и запатентует его. Последнее — катастрофа для фирмы, так как патентообладатель мог бы предъявить судебный иск, который полностью блокировал бы перспективы расширения производства (фирма могла бы производить напиток только в объемах, которые позволял бы принцип преждепользования, не говоря о том, что ей пришлось бы конкурировать с самим патентообладателем).

В конце концов, приняв беспрецедентные меры конфиденциальности, руководство фирмы, исходя из стратегических соображений, решило не патентовать технологию приготовления напитка. И поступило мудро. Действительно, в случае подачи заявки и получения патента напиток фирмы “Coca-Cola” только в течение 17 лет был бы под охраной патента (Патентный закон США в тот период предоставлял такой рок действия монопольных прав), а потом всякий, кто хочет, мог бы пользоваться приведенным в нем рецептом.

Как известно, фирма “Coca-Cola” уже более 100 лет монопольно производит свой напиток и сохраняет режим секретности. Даже продавая лицензии, она не раскрывает в них ноу-хау напитка, а называет лишь концентрации, до которых

необходимо растворять поставляемый ею порошок. (Как история свидетельствует, в 1894 году Калев Брэдхем из Северной Каролины начал продавать напиток, помогающий избавиться от расстройства желудка. Этот напиток содержал пепсин и со временем превратился в «Pepsi-cola». Но это совсем другая история).

Можно привести известный пример в пользу патентования новых технических решений. Компания “Microsoft”, обвиненная в начале 1990-х годов в нарушении патентных прав компании “Digital Equipment Corporation” при разработке программного комплекта Windows NT, была вынуждена заплатить 160 млн дол., чтобы закрыть судебное дело. Именно тогда Билл Гейтс обратился к своим сотрудникам с призывом: “Патентуйте все, что можно”. В результате компания обрела объемный патентный портфель, который в состоянии оградить ее от подобных патентных притязаний в будущем.

Наиболее важные основания в пользу патентования своих новаторских идей и творческих разработок предложены экспертами ВОИС: *Исключительные права* – патенты на изобретения, полезные модели, промышленные образцы и свидетельства о регистрации товарного знака предоставляют в течение достаточно долгого периода времени монополю использовать и эксплуатировать этих ОИС. *Прочное положение на рынке* – благодаря этим исключительным правам появляется возможность блокировать действия других лиц (прежде всего конкурентов) использовать в коммерческих целях эти ОИС, тем самым обеспечить себе конкурентное преимущество и закрепиться на рынке в качестве исключительного игрока. *Высокая отдача от инвестиций в новые разработки* – затратив значительную сумму денег и времени на разработку новой продукции и технологии ее производства и реализации, можно под прикрытием этих исключительных прав, не только самому производить такую монополющую продукцию, но и пустить в коммерцию прав использования ОИС (продажа лицензий) и получать более высокую отдачу от капиталовложений. *Усиление позиции на переговорах* – если предприятие находится на стадии приобретения прав на применение патента другого предприятия через лицензионное соглашение, его патентный портфель укрепит его позиции на переговорах. Эти патенты могут

представлять существенный интерес для предприятия, с которым ведутся переговоры и которое может заключить соглашение о перекрестном лицензировании. Таким образом, патентные права могут стать объектом обмена между партнерами и другими предприятиями. *Позитивный имидж предприятия* – деловые партнеры – инвесторы и акционеры могут воспринимать патентный портфель как проявление высокого уровня компетентности, специализации и технического потенциала персонала предприятия. Это может оказать существенное влияние на рост инвестиционной привлекательности компании, имеющей в своём активе значительное число патентов, и в итоге будет полезным для сбора средств, финансирования деловых партнеров и повышения рыночной стоимости предприятия.

Заключение

Что происходит, если не патентуется инновационная разработка? По мнению экспертов ВОИС есть определенные опасения (потери бизнеса и доходов). В частности: *Кто-либо другой может запатентовать их* (не имеет значение кто первым изобрел, важно кто закрепил за собой приоритет, подав заявку на патентование инновационной разработки) – в большинстве стран (за исключением США) первое лицо или предприятие, подавшее заявку на выдачу патента в отношении какого-либо инновационной разработки, будет иметь право на патент. Фактически это может означать, что если вы не патентуете ваши новаторские разработки, кто-либо другой – кто, возможно, разработал ту же или эквивалентную разработку позднее – может сделать это и законным образом устранить ваше предприятие с рынка. Тем самым он может ограничить деятельность вашего предприятия прошлым использованием (право преждепользования) или предложить вашему предприятию уплатить лицензионный сбор за использование разработки, монопольное право на которую принадлежит ему. *Конкуренты воспользуются вашей инновацией* – если продукция продается с успехом, то многие другие конкурентные фирмы будут склонны выпускать такую же продукцию, используя ваше изобретение, но не будучи при этом обязанным платить за такое использование.

Более крупные предприятия могут воспользоваться преимуществами масштабов производства для изготовления более дешевой продукции и предложить более выгодную рыночную цену. Это может существенно сократить долю продукции вашей компании на рынке. Даже небольшие предприятия – конкуренты в случае отсутствия у вас патента могут производить ту же продукцию и зачастую продавать ее по более низким ценам, поскольку им не нужно возмещать те расходы на исследования и разработки, которое понесло ваше предприятие. *Возможности давать лицензию, продавать и передавать технологию будут серьезно подорваны* – без прав интеллектуальной собственности задача по передаче технологии существенно усложняется, если не сказать, что становится невозможной. Передача технологии предполагает наличие права собственности на технологию, которая может быть реально получена лишь благодаря соответствующей охране ИС. Более того, каждый раз, когда проходят переговоры о передаче какой-либо технологической разработки без наличия патента на данную технологию, обладатель эффективного технического решения с подозрением относится к раскрытию его изобретения, опасаясь, что другая сторона может его украсть. Охрана ИС, и в частности патентная охрана, является важной процедурой в переговорах по приобретению технологии посредством ее лицензирования.