

**АКТУАЛЬНОСТЬ ПОТРЕБНОСТИ В АЛЬЯНСЕ УНИВЕРСИТЕТОВ И БИЗНЕСА.
ПРЕДПОЛАГАЕМЫЕ БАРЬЕРЫ, ПРЕПЯТСТВУЮЩИЕ ВЫДВИЖЕНИЮ
ПРОДУКТОВ ИЗОБРЕТАТЕЛЬСКОЙ АКТИВНОСТИ НА РЫНОК.**

Долгих А.В.

**Научный руководитель – кандидат экономических наук, доцент факультета
технологического менеджмента и инноваций Николаев А.С.
(университет ИТМО)**

Введение. На уровень изобретательской активности субъектов в стране влияют многие факторы, среди которых традиционно выделяют: уровень развития законодательной базы, степень вовлеченности представителей коммерческого и государственного сектора, степень влияния человеческого капитала, однако, за последние годы наблюдается повышение роли университетов в данном вопросе. Это не удивительно, так как именно эти субъекты занимают лидирующие позиции как правообладатели исключительных прав, ведущие активную научную деятельность. Так, если мы обратимся к показателям Росстата, которые посвящены удельному весу организаций, осуществляющих технологические инновации, в общем числе обследованных организаций, то увидим, что процент организаций, занимающихся научными исследованиями и разработками в 2021 году, составляет 78,7%. Данный показатель значительно выше по сравнению с иными организациями, ведущими деятельность, которая сказывается на экономике страны (смешанное сельское хозяйство 12,6%, промышленное производство 20,9%). Проанализировав приведенные показатели, можно ответить на следующие вопросы: 1) как университетам удастся производить технологические инновации в таких масштабах, а в последующем их грамотно коммерциализировать; 2) какие особенности формирования эффективных систем управления интеллектуальной собственностью существуют в университетах; 3) какие барьеры препятствуют созданию альянса науки с бизнесом для дальнейшей коммерциализации объектов ИС [1].

Работа выполнена в рамках темы НИР 622150 "Разработка подходов к системному проектированию интеграции вузовской науки и бизнеса (пилотное исследование)".

Основная часть. В работе представлены возможные варианты ответа на поставленные выше вопросы, а именно: 1) определены преимущества от сотрудничества университетов и бизнеса; 2) проанализирована степень влияния процесса выстраивания эффективной системы управления интеллектуальной собственностью в университете на дальнейшую коммерциализацию объектов ИС; 3) выявлены действующие модели коммуникации бизнеса и университетов по поводу объектов ИС; 4) на основании локальных актов университета ИТМО изучены особенности формирования системы управления ИС [2]; 5) перечислены барьеры, сдерживающие процедуру коммерциализации между вузами и бизнесом с особым уделением внимания маркетинговому плану мероприятий по управлению ИС [3].

Выводы. Как бизнес, так и университеты понимают преимущества от сотрудничества, о чем свидетельствует ряд событий, произошедших за последнее время, например, запуск федерального проекта «Платформа университетского технологического предпринимательства», проведение мероприятий, посвященных различным аспектам ИС, на которых активно обсуждается интеграция вузов и бизнеса, поиск партнеров для коммерческих предложений (Первая международная конференция «IP Евразия 22: пространство инноваций», Международная научно-практическая конференция «2 дня патентной аналитики» и многие другие). Несмотря на это остаются неразрешенными вопросы, связанные с внутриуниверситетским управлением объектами ИС, что сдерживает коммерциализацию:

асимметрия информации, ввиду которой потенциальные покупатели не имеют представления об университетских разработках, риски невозможности использования полученных вузами научных результатов и разработок, поскольку университеты нередко не обладают достаточными правами собственности на такие объекты для принятия решений об их вовлечении в коммерческий оборот, низкий спрос на проведение исследований, особенно со стороны малых и средних по величине предприятий. Обозначенные проблемы предлагается решить двумя путями: во-первых, внедрять новые маркетинговые стратегии университетам с целью убедить бизнес в необходимости сотрудничать, как минимум, в вопросах проведения процедуры выявления патентной чистоты, как максимум, с опорой на аналог патентного ландшафта, продать уже имеющиеся разработки. Данный аналог ландшафта сможет отразить все заведомо важные для организации ответы на вопросы об использовании предмета коммерческого предложения, а для вуза станет дополнительным инструментом воздействия на компанию. Во-вторых, на этапе оказания консультаций для стартапов в рамках университета, акцентировать внимание команд на том, кому именно будут в результате принадлежать права на объекты ИС после реализации задуманного: грантодателю, научному руководителю, вузу, или же непосредственно product-manager с командой получают права на свои наработки, т.е с юридической точки зрения крайне важно позаботиться о соблюдении прав, перепроверке договоров еще до этапа поиска инвесторов, выведения на рынок конечного продукта, чтобы в будущем избежать сюрпризов с принадлежностью прав.

Список использованных источников:

1. Леонтьева Л.С., Орлова Л.Н. Управление интеллектуальным капиталом: учебник и практикум. Москва: Юрайт, 2022. 295 с.
2. О политике трансфера технологий: приказ от 29.12.2021. ИТМО, Санкт-Петербург [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://tt.itmo.ru/media/ttc_2029.12.2021.pdf (Дата обращения 12.11.2022)
3. Салицкая Е.А. Проблемы формирования и развития системы управления интеллектуальной собственностью в российских вузах // Управление наукой и наукометрия. 2015. С. 225-240