

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ
ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ»

Кафедра «Управления инновациями и коммерциализации
интеллектуальной собственности»

Симонов Б.П.

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТЬЮ

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС
(Учебное пособие)

для аспирантов, обучающихся по направлению
40.06.01 «Юриспруденция»

*Рекомендовано Учебно-методическим советом ФГБОУ ВПО РГАИС
протокол № 5 от 14 января 2015 г.*

*Одобрено кафедрой управления инновациями и коммерциализации
интеллектуальной собственности
протокол № 3 от 29 декабря 2014 г.*

**У Д К
ББК**

Рецензент:

Л.М. Войтова, к.с.н., доцент кафедры «Международных экономических и финансовых отношений» РГАИС

Б.П. Симонов

Экономика и управление интеллектуальной собственностью. Учебно-методический комплекс. Для аспирантов, обучающихся по направлению 40.06.01 «Юриспруденция» – М.: Российская государственная академия интеллектуальной собственности (ФГБОУ ВПО РГАИС), кафедра управления инновациями и коммерциализации интеллектуальной собственности, 2015. 77 стр.

Учебно-методический комплекс разработан в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом и учебным планом программы аспирантуры по направлению 40.06.01 «Юриспруденция». В нем раскрываются цель и задачи учебной дисциплины, тематика, содержание и виды учебных занятий, предлагаются перечень контрольных вопросов и заданий для самостоятельной работы, вопросы к зачету по дисциплине, рекомендуемая литература и тестовые материалы.

Учебно-методический комплекс предназначен для эффективной организации учебного процесса и, в частности, самостоятельной работы аспирантов.

Учебное издание

Борис Петрович Симонов

Экономика и управление интеллектуальной собственностью

© ФГБОУ ВПО РГАИС, 2015

© Б.П. Симонов, 2015

СОДЕРЖАНИЕ

МОДУЛЬ 1	3
Учебная программа	3
1. Цели и задачи дисциплины	5
2. Требования к уровню освоения содержания дисциплины	6
3. Объём дисциплины и виды учебной работы	9
4. Содержание дисциплины	9
4.1 Учебно-тематический план прохождения дисциплины	9
4.2 Содержание учебной программы	10
5. Учебно-методическое обеспечение дисциплины	12
5.1 Темы письменных работ	12
5.2 Вопросы для зачета	14
5.3 Список литературы	15
Нормативно-правовые акты	15
Монографии, учебники и учебные пособия	16
 МОДУЛЬ 2	 20
Практикум по дисциплине	20
6. Планы проведения практических занятий (семинаров)	22
6.1 Вопросы для обсуждения на семинарах по темам	22
6.2 Тестовые материалы для контроля качества усвоения материала	25
 МОДУЛЬ 3	 32
Методические указания (рекомендации) по изучению дисциплины	32
7. Методические рекомендации по изучению дисциплины	34
7.1 Методические рекомендации преподавательскому составу	34
7.2 Методические рекомендации по критериям оценки качества знаний	35
7.3 Методические рекомендации аспирантам	36
7.4 Дополнительные рекомендации	37
 МОДУЛЬ 4	 38
Тезисы лекций	38
Экономика интеллектуальной собственности	40
Управление интеллектуальной собственностью	75

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ
ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ»

Кафедра «Управления инновациями и коммерциализации
интеллектуальной собственности»

Б.П. Симонов

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТЬЮ

для аспирантов, обучающихся по направлению
40.06.01 «Юриспруденция»

МОДУЛЬ 1

Учебная программа

*Рекомендовано Учебно-методическим советом ФГБОУ ВПО РГАИС
протокол № 5 от 14 января 2015г.*

*Одобрено кафедрой управления инновациями и коммерциализации
интеллектуальной собственности
протокол № 3 от 29 декабря 2014г.*

**У Д К
ББК**

Рецензент:

Л.М. Войтова, к.с.н., доцент кафедры «Международных экономических и финансовых отношений» РГАИС

Б.П. Симонов

Экономика и управление интеллектуальной собственностью. Учебно-методический комплекс. Для аспирантов, обучающихся по направлению 40.06.01 «Юриспруденция» – М.: Российская государственная академия интеллектуальной собственности (ФГБОУ ВПО РГАИС), кафедра управления инновациями и коммерциализации интеллектуальной собственности, 2015.

Учебно-методический комплекс разработан в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом и учебным планом программы аспирантуры по направлению 40.06.01 «Юриспруденция». В нем раскрываются цель и задачи учебной дисциплины, тематика, содержание и виды учебных занятий, предлагаются перечень контрольных вопросов и заданий для самостоятельной работы, вопросы к зачету по дисциплине, рекомендуемая литература и тестовые материалы.

Учебно-методический комплекс предназначен для эффективной организации учебного процесса и, в частности, самостоятельной работы аспирантов.

Учебное издание

Борис Петрович Симонов

Экономика и управление интеллектуальной собственностью

© ФГБОУ ВПО РГАИС, 2015

© Б.П. Симонов, 2015

1. Цели и задачи дисциплины

Курс «Экономика и управление интеллектуальной собственностью» ставит перед собой **цели**:

- изучение основ теоретических, методологических и практических знаний, связанных с объективным процессом возникновения и развития интеллектуальной собственности в мировой, национальной и муниципальных экономиках, ее конкурентными преимуществами, формированием рынка интеллектуальной собственности, формами и методами управления интеллектуальной собственностью на разных уровнях и стадиях ее «жизненного цикла»,
- формирование у аспирантов понятия экономических основ, роли и форм правовой охраны интеллектуальной собственности в качестве основы обеспечения прибыльной деятельности предприятий, повышение качества продукции, расширения рыночных возможностей, ресурсосбережения и создания новых технологий для целей импортозамещения и перевода экономики на инновационный путь развития;
- формирование у аспирантов базовой системы знаний об управлении интеллектуальной собственностью на всех стадиях ее «жизненного цикла», включая ее коммерциализацию.

Задачи дисциплины:

- раскрыть исторический характер и закономерность создания интеллектуальной собственности в качестве охраняемых результатов интеллектуальной деятельности; показать их конкурентные преимущества в сравнении с традиционными неохраняемыми инновациями;
- раскрыть сущность и функциональные особенности интеллектуальной собственности в системе управления знаниями;
- рассмотреть интеллектуальную собственность как экономическую категорию;
- изучить теоретические основы экономики интеллектуальной собственности и нематериальных активов;
- изучить патентно-лицензионную деятельность;
- показать роль и средства правовой охраны интеллектуальной собственности в системе управления интеллектуальной собственностью;
- рассмотреть роль и функции патентно-лицензионных служб в различных структурах, основные направления их деятельности.

Место дисциплины в профессиональной подготовке

Место данной дисциплины в программе подготовки аспирантов по направлению 40.06.01 «Юриспруденция» определяется условиями перехода России на инновационный путь развития, при реализации

которого интеллектуальная собственность приобретает первостепенное значение. Юристам необходимо обладать сведениями о той роли, которую интеллектуальная собственность играет в современных концепциях экономики и торговли, а также ее место в управлении организациями.

Полученные аспирантами знания, умения и навыки по данному курсу раскроют суть управления интеллектуальной собственностью как инструментом экономического развития общества. Изучение данного курса поможет аспирантам использовать свои знания по защите объектов интеллектуальной собственности на уровне организаций, учреждений, предприятий, что скажется положительно на конкурентных позициях предприятий и их экспортных позициях.

Формируемые компетенции

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих профессиональных компетенций:

Общепрофессиональных:

- (ОПК-5) готовность к преподавательской деятельности в области экономики и управления интеллектуальной собственностью;
- умение разрабатывать учебно-методические материалы в области интеллектуальной собственности;
- умение выявлять и формулировать актуальные научные проблемы в области интеллектуальной собственности;
- способность разрабатывать программы научных исследований в области интеллектуальной собственности, организовывать их выполнение;
- способность использовать современные методы и инструменты проведения исследований в области интеллектуальной собственности и анализировать их результаты.

Профессиональных:

- умение организовывать мероприятия по защите интеллектуальных прав;
- способность организовывать мероприятия по использованию, распоряжению правами на результаты интеллектуальной деятельности (далее РИД) и трансфера РИД;
- способностью обеспечить правовое сопровождение всех этапов – жизненного цикла РИД;
- готовность к участию в деятельности по обеспечению правовой охраны РИД;
- умение осуществлять правовое обеспечение деятельности по использованию, распоряжению правами на РИД и трансфера РИД;
- способность обеспечить организационно-правовое сопровождение продвижения инновационного продукта, содержащего РИД;
- умение осуществлять сбор и анализ информации по состоянию рынка интеллектуальной собственности;

- умение анализировать эффективность трансфера РИД;
- способность к оценке «портфеля интеллектуальной—собственности», организации и эффективности инновационных проектов в целом;
- способность готовить аналитические материалы по динамике и тенденциям этапов жизненного цикла РИД.

2. Требования к уровню освоения содержания дисциплины

В результате изучения дисциплины аспиранты должны:

Знать:

- сущность и первичную роль социально-экономических условий в истории создания интеллектуальной собственности в качестве нового сектора мировой экономики;
- современные формы и методы управления процессами правовой охраны, внедрения и коммерциализации результатов интеллектуальной деятельности и приравненных к ним средств индивидуализации на разных стадиях их «жизненного цикла»;
- основные механизмы введения в хозяйственный оборот объектов интеллектуальной собственности;
- современное состояние, особенности динамику и перспективы развития рынка интеллектуальной собственности на национальном и международном уровнях;
- сущность, основные категории экономики интеллектуальной собственности.

Уметь:

- использовать конкурентные преимущества интеллектуальной собственности в предпринимательской деятельности, пути их коммерциализации и введения в хозяйственный оборот;
- использовать различные организационные формы реализации интеллектуальной собственности на соответствующих уровнях и в областях их использования;
- квалифицированно анализировать современные проблемы в области экономики интеллектуальной собственности.

Владеть:

- механизмами управления процессами формирования и использования интеллектуальной собственности на разных стадиях «жизненного цикла» её объектов.

3. Объём дисциплины и виды учебной работы

№	Виды занятий	Всего часов
1	Общая трудоёмкость (всего часов)	36
2	ЗЕТ	1
3	Аудиторные занятия	18
4	Лекции	8
5	Практические занятия	10
6	Самостоятельная работа	18
7	Форма итогового контроля	зачет

4. Содержание дисциплины

4.1 Учебно-тематический план прохождения дисциплины

№ п/п	Наименование тем	Всего часов	Учебные занятия	Из них		Самостоят. работа
				Лекции	Семинары	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Интеллектуальная собственность как экономическая категория. Понятие «экономика интеллектуальной собственности» как науки. Ее познавательная и практическая функции	6	2	1	1	2
2.	Формирование рынка интеллектуальной собственности в качестве нового сектора мировой экономики. Его современное состояние и тенденции развития	6	2	1	1	2
3.	Интеллектуальная собственность как нематериальный актив организации.	6	2	1	1	2
4.	Лицензионный договор и Договор коммерческой концессии.	8	3	1	2	2
5.	Методологические основы управления интеллектуальной собственностью. Роль и место интеллектуальной собственности в системе менеджмента	6	2	1	1	2
6.	Конкурентные преимущества интеллектуальной собственности и пути их реализации. Субъекты,	6	2	1	1	2

	объекты и уровни управления интеллектуальной собственностью					
7.	Патентно-лицензионные службы как центры управления интеллектуальной собственностью в корпоративных структурах	6	2	1	1	2
8.	Система управления интеллектуальной собственностью в России и ее проблемы. Пути совершенствования системы	10	3	1	2	4
	ИТОГО ПО ДИСЦИПЛИНЕ	36	18	8	10	18

4.2 Содержание учебной программы

Тема 1. Интеллектуальная собственность как экономическая категория. Понятие «экономика интеллектуальной собственности» как науки. Ее познавательная и практическая функции

Интеллектуальная собственность как бизнес-актив компании.

Функции интеллектуальной собственности в управлении бизнесом. Инвентаризация прав компаний на ОИС. Внесение интеллектуальной собственности в уставной капитал.

Тема 2. Формирование рынка интеллектуальной собственности в качестве нового сектора мировой экономики. Его современное состояние и тенденции развития.

Понятие рынка интеллектуальной собственности. Современное состояние и тенденции развития международного и российского рынка интеллектуальной собственности.

Анализ условий конкуренции на рынке интеллектуальной собственности. Маркетинговые исследования на основе патентной информации.

Сегментация рынка интеллектуальной собственности. Формы международного технологического обмена.

Текущее состояние российского рынка инноваций. Правовые аспекты развития рынка интеллектуальной собственности в России.

Тема 3. Интеллектуальная собственность как нематериальный актив организации.

Нематериальные активы и интеллектуальная собственность как неотъемлемая часть экономической системы.

Роль нематериальных активов в деятельности предприятия. Понятие нематериальных активов. Состав и виды нематериальных активов. Классификация нематериальных активов.

Рынок нематериальных активов. Особенности и перспективы отечественного рынка нематериальных активов и интеллектуальной собственности

Бренд как ценный нематериальный актив компании. Особенности создания и защиты бренда.

Тема 4. Лицензионный договор и Договор коммерческой концессии. Международная торговля лицензиями на ОИС.

Экономическая и правовая сущность лицензионного договора. Виды и классификации лицензионных договоров. Типовая форма лицензионного договора, его основные составляющие, порядок заключения и основные требования. Особенности определения цены лицензии. Виды лицензионных платежей

Понятия «коммерческая концессия» и «франчайзинг». Франчайзинг в России: договор коммерческой концессии. Состояние развития франчайзинга в России. Основные проблемы франчайзинга в России и их типология.

Тема 5. Методологические основы управления интеллектуальной собственностью. Роль и место интеллектуальной собственности в системе менеджмента

Управление интеллектуальной собственностью как составная часть стратегического и инновационного менеджмента. Роль и место интеллектуальной собственности в структуре инновационного менеджмента. Сущность и содержание Национальной инновационной системы (НИС) России.

Тема 6. Конкурентные преимущества интеллектуальной собственности и пути их реализации. Субъекты, объекты и уровни управления интеллектуальной собственностью

Объекты управления интеллектуальной собственностью в соответствии со статьей 1225 четвертой части ГК РФ. Субъекты управления интеллектуальной собственностью на международном, национальном, региональном, муниципальном, отраслевом уровнях, а также на предприятиях и в организациях.

Управление интеллектуальной собственностью в научно-исследовательских и образовательных организациях.

Тема 7. Патентно-лицензионные службы как центры управления интеллектуальной собственностью в корпоративных структурах

Организация и функции патентно-лицензионных служб на предприятиях и в организациях. Патентно-лицензионная деятельность инженерных фирм.

Посреднические фирмы и виды услуг в сфере патентно-лицензионной деятельности.

Тема 8. Система управления интеллектуальной собственностью в России и ее проблемы. Пути совершенствования системы

Интеллектуальная собственность как объект управления в Национальной инновационной системе России. Затратный характер системы управления интеллектуальной собственностью в стране и его причины.

Достижения и проблемы использования интеллектуальной собственности в рыночной экономике России. Негативные последствия отсутствия комплексной системы управления интеллектуальной собственностью в стране. Роль науки в создании комплексной системы управления ИС.

Реальные и мифические рынки интеллектуальной собственности в стране. Меры по совершенствованию системы управления интеллектуальной собственностью в стране и ее интеграции в НИС России.

5. Учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1 Темы рефератов

1. Роль объектов интеллектуальной собственности в инновационной деятельности предприятий.
2. Организация работы предприятия в сфере создания, охраны и использования ИС.
3. Обязательная инвентаризация РИД и средств индивидуализации, порядок и цели её проведения.
4. Государственная система стимулирования авторов объектов промышленной собственности (на примере собственного предприятия).
5. Основные направления коммерциализации нематериальных активов.

6. Порядок и условия безвозмездной передачи нематериальных активов.

7. Порядок передачи ОИС в пользование на основе договора коммерческой концессии (франчайзинга).

8. Порядок передачи ОИС в совместную деятельность (простое товарищество).

9. Порядок выплат поощрительного авторского вознаграждения за создание изобретения.

10. Договор на выполнение НИОКР: характеристика и отличительные особенности. Этапы выполнения НИОКР.

11. Лицензионный договор: характеристика, виды лицензионного договора, особенности лицензионного договора, вознаграждения по лицензионному договору

12. Договор об отчуждении исключительного права

13. Договор авторского заказа: характеристика и основные особенности.

14. Роль интеллектуальной собственности в инновационной деятельности хозяйствующих субъектов.

15. Интеллектуальная собственность как новый субъект мировой экономики. Значение экономических условий и правовых норм в его формировании.

16. Интеллектуальная собственность как продукт инновационной деятельности.

17. Классификация инноваций на основе «Руководства Осло» (1992г.). Конкурентные преимущества охраняемых инноваций (интеллектуальной собственности) по сравнению с неохраняемыми инновациями.

18. Формирование, развитие и современно состояние международного рынка интеллектуальной собственности. Его роль в инновационной экономике.

19. Коммерческие формы и средства технологического обмена.

20. Нормативно-правовая база российского рынка интеллектуальной собственности как основа его развития.

21. Интеллектуальная собственность как объект международного технологического обмена.

22. Роль и средства правовой охраны и использования интеллектуальной собственности в Российской Федерации.

23. Жизненный цикл охраняемых (интеллектуальная собственность) и неохраняемых инноваций и особенности их управления на разных стадиях цикла.

24. Правовая и экономическая сущность лицензионных договоров. Их структура и содержание.

25. Сущность, структура и содержание опционных лицензионных договоров. Их сходство и различие с предварительным договором, предусмотренным ст. 429 ГК РФ.

26. Особенности торговли лицензиями на «ноу-хау».
27. Договор франчайзинга (коммерческой концессии). Сущность, структура и содержание договоров.
28. Механизмы вовлечения интеллектуальной собственности на предприятии.
29. Регистрация лицензионных и договоров отчуждения патентов в промышленно развитых и развивающихся странах в качестве средства управления интеллектуальной собственностью.
30. Патентно-лицензионные службы как центры управления интеллектуальной собственностью в корпоративных структурах.

5.2 Вопросы для зачета

1. Интеллектуальная собственность как продукт инновационной деятельности. «Жизненный цикл» охраняемых (интеллектуальная собственность) и неохраняемых инноваций. Конкурентные преимущества ОИС.
2. Роль и функции интеллектуальной собственности в экономике, основанной на знаниях. Многофункциональный характер ИС.
3. Интеллектуальная собственность как объект международного технологического обмена. Формы и механизмы некоммерческого и коммерческого технологического обмена.
4. Современный рынок интеллектуальной собственности. Его состояние и тенденции развития. Роль лицензионной торговли в формировании инновационной экономики.
5. Российский рынок интеллектуальной собственности. Законодательно-нормативная база его создания и развития.
6. Национальная инновационная система (НИС) России. Проблемы интеграции системы управления интеллектуальной собственностью в НИС России.
7. Роль рынка лицензий в мировой экономике.
8. Классификация ОИС с учетом используемых средств (способов) их правовой охраны.
9. Роль и место интеллектуальной собственности в системе знаний. Классификации ценности групп знаний с учетом наличия и уровня их правовой охраны.
10. Толкование терминов «новшества», «инновация», «инновационный процесс», «научно-техническая деятельность», «инновационная деятельность», «объекты интеллектуальности». Взаимосвязь терминов в рамках «жизненного цикла» инноваций.
11. Проблемы комплексного управления интеллектуальной собственностью в РФ. Затратный характер системы управления и ее причины. Пути повышения ее эффективности.
12. Понятие и пути коммерциализации ИС.

13. Формирование международного рынка лицензий как нового сектора мировой экономики.

14. Возможные пути поступления и выбытия НМА с учета организации, налоговые последствия.

15. Выплата компенсации авторам работодателем в порядке, предусмотренном законодательством.

16. Понятие простой (неисключительной) лицензии, порядок и сроки ее предоставления работодателю.

17. Использование ноу-хау в качестве НМА.

18. Порядок выплаты авторских вознаграждений авторам служебных промышленных образцов. Минимальные размеры выплат.

19. Порядок и сроки выплаты авторского вознаграждения за использование служебного изобретения, от продажи лицензий, за служебное изобретение.

20. Современное состояние, проблемы и тенденции развития международной торговли лицензиями в России. Значение экспорта и недооценка импорта лицензий для инновационного развития страны.

21. Правовая и экономическая сущность лицензионного договора. Требования и возможности сторон договора выступать в роли Лицензиара и Лицензиата лицензионного соглашения. Их права и обязанности по договору.

22. Опционные лицензионные договора. Их роль, структура и содержание. Область применения.

23. Особенности торговли лицензиями на «ноу-хау». Критерии и виды «ноу-хау».

24. Виды и содержания посреднических операций в лицензионной торговле. Права и обязанности посредников.

25. Конкурентные преимущества ИС и пути их реализации в инновационной экономике.

26. Методологические основы управления ИС. Роль и место ИС в системе менеджмента.

27. Патентно-лицензионные службы как центры управления ИС в корпоративных структурах и на промышленных фирмах.

28. Способы и механизмы введения интеллектуальной собственности в хозяйственный оборот на российских предприятиях.

5.3 Список литературы

Нормативно-правовые акты

1. Конституция РФ.
2. Концепция долгосрочного развития Российской Федерации на период до 2020 года, утвержденная Правительством РФ от 17.11.2008 № 1662-р.

3. Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года. - М.: Минэкономразвития, 2011.
4. Федеральный закон от 2.08.2009 № 217-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам создания бюджетными научными и образовательными учреждениями хозяйственных обществ в целях практического применения (внедрения) результатов интеллектуальной собственности».
5. федеральные стандарты оценки (ФСО-1, ФСО-2, ФСО-3, ФСО-4, ФСО-5), утвержденные приказом Минэкономразвития от 20.07.2007, 22.10.2010 и 04.07.2011.
6. Указ Президента РФ от 22.07.1998 г. № 863 «О государственной политике по вовлечению в хозяйственный оборот результатов научно-технической деятельности и объектов интеллектуальной собственности в сфере науки и технологии».
7. Методические рекомендации по определению рыночной стоимости интеллектуальной собственности, утвержденные Минимуществом РФ 26.XI.2002г. № СК4/2129.
8. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая)" от 18.12.2006 N 230-ФЗ (ред. от 12.03.2014) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2015)
9. Постановление Правительства РФ от 26.02.2002 N 131 (ред. от 20.05.2014) "О государственном учете результатов научно-исследовательских, опытно-конструкторских и технологических работ военного, специального и двойного назначения.

Монографии, учебники и учебные пособия

1. Антонец В.А., Нечаева Н.В., Хомкин К.А., Шведова В.В. Инновационный бизнес: формирование моделей коммерциализации перспективных разработок. Учебное пособие. Под ред. К.А. Хомкина – М.: Дело АНХ, 2009
2. Аудит нематериальных активов коммерческой организации. Правовые, учетные и методологические аспекты: учебное пособие. – М.: Юнити-Дана, 2012
- 3.
4. Баранчеев В.П., Масленникова Н.П., Мишин В.М. Управление инновациями. – М.: Высшее образование, 2014
5. Барышева Г.А., Горюнова Н.Н. Интеллектуальная собственность и рынок: учебное пособие. – Томск: Изд. ТПУ, 2009
6. Бовин А.А., Чередникова Л.Е., Якимович В.А. Управление инновациями в организациях. Учебное пособие. – М.: Омега-Л, 2000

7. Близнец И.А. Роль интеллектуальной собственности в экономическом развитии России и основные направления научно-исследовательской деятельности РГИИС. Сборник научных трудов. – М.: РГИИС, 2006.

8. Бромберг Г.В. Интеллектуальная собственность. Основной курс. Учебное пособие. – М.: А-Приор, 2009.

9. Васильева Т.Н. Технопарки, технополисы, наукограды. Учебное пособие. – М.: РГИИС. 2005.

10. Вольнец-Руссет. 2-я Коммерческая реализация изобретений и ноу-хау на внешних и внутренних рынках. Учебник. – М.: Юрист, 1999.

11. Герчикова И.Н. Международное коммерческое дело. Учебник. – М.: ЮНИТИ-ДАНА. 2001.

12. Герасимова Л. Н. Учет внеоборотных активов: учебное пособие. – М.: Инфра-Инженерия, 2012

13. Герчикова И.Н. Международное коммерческое дело. Практикум. Учебное пособие для вузов. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ-ДАНА, 1999.

14. Городов О.А., Правовое обеспечение инновационной деятельности: монография. – М.: Инфра-М, 2014. – 209 с.

15. Друкер П.Ф. Бизнес и инновации. Пер. с англ. – М.: «Вильямс», 2009

16. Зинов В.Г. Управление интеллектуальной собственностью. Учебное пособие. – М.: Дело, 2003.

17. Интеллектуальная собственность (Права на результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации): Учебное пособие / Под общ. ред. Н.М. Коршунова. – М.: Норма: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 400 с.

18. Инновационное развитие. Экономика, интеллектуальные ресурсы, управление знаниями. Под ред. д.э.н., проф. Б.З. Мильнера. – М.: ИНФРА-М, 2009.

19. Инновационный менеджмент. Справочное пособие. Изд. 2-е. Под ред. П.Н. Залина, А.К. Казанцева, Л.Э. Миндели. – М.: ЦИСН, 1998.

20. Клинов В.Г. Мировой рынок высокотехнологичной продукции. Тенденции развития и особенности формирования конъюнктуры и цен. Учебное пособие. – М.: Экономика, 2006.

21. Китайский В.Е. Патентная экспертиза. Учебник. – М.: РГИИС, 2005.

22. Конов Ю.П. Рынок интеллектуальной собственности: учебник для вузов / Ю.П. Конов, Л.П. Гончаренко. — Москва: Экономика, 2010.

23. Конов Ю.П. Экономика интеллектуальной собственности: учебник для вузов / Ю.П. Конов, Л.П. Гончаренко. — Москва: Экономика, 2011.
24. Кристенсен К., Рейнор М. Решение проблемы инноваций в бизнесе: как создать растущий бизнес и успешно поддерживать его рост. Пер. с англ. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2004
25. Леонтьев Б.Б. Маманджанов Х.А. Принципы и подходы к оценке интеллектуальной собственности и нематериальных активов. Учебное пособие. - М.: РИНФО, 2003.
26. Ломакина О.Б. Общие нормы и международная практика охраны объектов промышленной собственности, связанных с торговлей. Учебное пособие. - М. МГИМО, 2000.
27. Менеджмент технологических инноваций. Уч. пособие. Под ред. С.В. Валдайцева, Н.Н. Молчанова. — СПб.: СПбГУ, 2005
28. Мухопад В.И. Экономические проблемы лицензионной торговли капиталистических стран. - М.: БИКИ, приложение № 6, 1981.
29. Мухопад В.И., Устинова Л.Н., Суслина И.В. Маркетинг интеллектуальной собственности. Учебное пособие. - М.: ИНИЦ, 2001.
30. Мухопад В.И. Лицензионная торговля: маркетинг, ценообразование, управление, трансфер технологий. // Имущественные отношения в Российской Федерации, № 9, 2002.
31. Мухопад В.И. Современное состояние и тенденции развития мирового рынка лицензий. Социально-экономическое развитие и международные отношения. - М.: ФНУ «Научная перспектива», 2004.
32. Мухопад В.И. Теоретические основы международного патентно-лицензионного дела. Сборник научных трудов. - М.: РГИИС, 2006.
33. Мухопад В.И. Интеллектуальная собственность в мировой экономике знаний. - М.: НИИ школьных технологий, 2009, 256 стр.
34. Мухопад В.И. Коммерциализация интеллектуальной собственности. - М.: Магистр, ИНФРА-М, 2010, 512 стр.
35. Мухопад В.И. Рынок лицензий в экономике России (теория и практика лицензионной торговли). М.: ОАО ИНИЦ «Патент», 2010, 308 стр.
36. Мухопад В.И. Международные коммерческие операции с интеллектуальной собственностью. - М.: РГИИС, 2011, 257 стр.
37. Новоселова Л. А. Интеллектуальная собственность: некоторые аспекты правового регулирования: Монография / Л.А. Новоселова, М.А. Рожкова - М.: Норма: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 128 с.:

38. Роль интеллектуальной собственности в инновационном развитии России. Научные труды. - М.: РГИИС, 2008.

39. Рузакова О. А. Интеллектуальная собственность и ноу-хау: учебно-практическое пособие. – М.: Евразийский открытый институт, 2011

40. Сычев А. Н. Защита интеллектуальной собственности и патентование: учебное пособие. – М.: Эль Контент, 2012

41. Штумпф Г. Лицензионный договор. Перев. с немец. - М.: Прогресс, 1998.

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ
ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ»

Кафедра «Управления инновациями и коммерциализации
интеллектуальной собственности»

Б.П. Симонов

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ
ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТЬЮ

Для аспирантов, обучающихся по направлению
40.06.01 «Юриспруденция»

МОДУЛЬ 2

Практикум по дисциплине

*Рекомендовано Учебно-методическим советом ФГБОУ ВПО РГАИС
протокол № 5 от 14 января 2015г.*

*Одобрено кафедрой управления инновациями и коммерциализации
интеллектуальной собственности
протокол № 3 от 29 декабря 2014г.*

**У Д К
ББК**

Рецензент:

Л.М. Войтова, к.с.н., доцент кафедры «Международных экономических и финансовых отношений» РГАИС

Б.П. Симонов

Экономика и управление интеллектуальной собственностью. Учебно-методический комплекс. Для аспирантов, обучающихся по направлению 40.06.01 «Юриспруденция» – М.: Российская государственная академия интеллектуальной собственности (ФГБОУ ВПО РГАИС), кафедра управления инновациями и коммерциализации интеллектуальной собственности, 2015.

Учебно-методический комплекс разработан в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом и учебным планом программы аспирантуры по направлению 40.06.01 «Юриспруденция». В нем раскрываются цель и задачи учебной дисциплины, тематика, содержание и виды учебных занятий, предлагаются перечень контрольных вопросов и заданий для самостоятельной работы, вопросы к зачету по дисциплине, рекомендуемая литература и тестовые материалы.

Учебно-методический комплекс предназначен для эффективной организации учебного процесса и, в частности, самостоятельной работы аспирантов.

Учебное издание

Борис Петрович Симонов

Экономика и управление интеллектуальной собственностью

© ФГБОУ ВПО РГАИС, 2015

© Б.П. Симонов, 2015

6. Планы проведения практических занятий (семинаров)

6.1 Вопросы для обсуждения на семинарах по темам

Практические занятия (семинары), проводимые по темам дисциплины в форме свободного обсуждения, имеют целью обобщение и систематизацию знаний, полученных обучающимися в ходе подготовки к занятиям, а также развитие у них самостоятельного мышления, способностей к свободному обмену мнениями, умения найти правильный подход к решению практических задач.

Подготовка к практическим занятиям предполагает внимательное изучение нормативно-правовых актов, монографий, учебно-методических материалов и других источников, указанных в списке литературы данного комплекса.

Семинар 1. Интеллектуальная собственность как экономическая категория. Понятие «экономика интеллектуальной собственности» как науки. Ее познавательная и практическая функции.

Вопросы для обсуждения:

1. Интеллектуальная собственность и ее виды.
2. Функции интеллектуальной собственности в управлении бизнесом.
3. Результат научно-технической деятельности (РНТД): виды и стадии научно-технической деятельности.
4. Права на результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации, их сущность и классификация.
5. Формы правового регулирования операций, связанных с созданием, передачей и использованием РНТД.
6. Преимущества и недостатки закрепление прав на технологию через ноу-хау в режиме коммерческой тайны.
7. Отрицательный результат интеллектуальной деятельности.
8. Инвентаризация прав компаний на ОИС.
9. Внесение интеллектуальной собственности в уставный капитал.

Семинар 2. Формирование рынка интеллектуальной собственности в качестве нового сектора мировой экономики. Его современное состояние и тенденции развития.

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие рынка интеллектуальной собственности.
2. Современное состояние и тенденции развития международного и российского рынка интеллектуальной собственности.

3. Маркетинговые исследования рынка интеллектуальной собственности на основе патентной информации.

4. Особенности развития рынка интеллектуальной собственности в России.

Семинар 3. Интеллектуальная собственность как нематериальный актив организации.

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие и виды нематериальных активов.
2. Условия для принятия объекта на учет в качестве нематериального актива.
3. Документальное оформление операций с нематериальными активами.
4. Бренд как важный и ценный нематериальный актив.

Семинар 4. Лицензионный договор и Договор коммерческой концессии.

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие, предметы и виды лицензий. Лицензия как административный акт и торговая сделка.
2. Виды лицензий по разным признакам их классификации.
3. Лицензионный договор: характеристика, виды лицензионного договора, особенности лицензионного договора, вознаграждения по лицензионному договору.
4. Правовая и экономическая сущность лицензионного договора.
5. Классификация лицензионных договоров. Классификационные признаки лицензионных договоров.
6. Структура и содержание лицензионного договора. Краткое содержание его основных статей.
7. Характеристика и особенности сублицензионного договора
8. Сущность франчайзинга франчайзинга как специфической формы ведения бизнеса.
9. Роль интеллектуальной собственности в договоре франчайзинга. Основные условия договора франчайзинга.

Семинар 5. «Методологические основы управления интеллектуальной собственностью в системе менеджмента».

Вопросы для обсуждения:

1. Управление интеллектуальной собственностью в составе инновационного и стратегического менеджмента.

2. Национальная инновационная система (НИК) России. Законодательно-нормативная база. Современное состояние НИС России.
3. Современная система и структура управления интеллектуальной собственностью стране.
4. Значение и проблемы интеграции системы управления интеллектуальной собственностью в НИС России.
5. Стратегия интеллектуальной собственности как составная часть стратегического менеджмента в экономики России. Ее роль в создании и развитии инновационной экономики страны.
6. Государственная система стимулирования авторов служебных объектов промышленной собственности в свете действующего законодательства.
7. Порядок и сроки выплаты авторских вознаграждений авторам служебных объектов промышленной собственности. Минимальные размеры авторских вознаграждений.
8. Порядок и сроки выплаты поощрительного авторского вознаграждения за служебное изобретение.

Семинар 6. Конкурентные преимущества интеллектуальной собственности и пути их реализации. Субъекты, объекты и уровни управления интеллектуальной собственностью

Вопросы для обсуждения:

1. Роль и место охраняемых результатов интеллектуальной деятельности (интеллектуальной собственности) в общем объеме идей, знаний и инноваций, используемых на мировом, национальном, отраслевом и корпоративном уровне.
2. Основные конкурентные преимущества интеллектуальной собственности промышленного назначения в сравнении с неохраняемыми инновациями.
3. Конкурентные преимущества средства индивидуализации юридических лиц, товаров, работ, услуг и предприятий в сравнении с неохраняемыми обозначениями. Их роль в капитализации и коммерциализации этих средств.
4. Объекты управления интеллектуальной собственностью в соответствии со ст.1225 ч.IV ГК РФ. Возможности расширения перечня объектов.
5. Субъекты управления интеллектуальной собственностью на международном, национальном, региональном, отраслевом, муниципальном и корпоративном уровнях.

Семинар 7. Патентно-лицензионные службы как центры управления интеллектуальной собственностью в корпоративных структурах

Вопросы для обсуждения:

1. Организация и функции патентно-лицензионных служб на промышленных предприятиях.
2. Патентно-лицензионная деятельность инженерных фирм.
3. Патентно-лицензионная деятельность малых и средних инновационных фирм.
4. Деятельность патентно-лицензионных служб в некоммерческих научно-исследовательских и образовательных организациях.
5. Посреднические фирмы в патентно-лицензионном бизнесе.
6. Регистрация договоров как средства государственного регулирования патентно-лицензионного бизнеса.

Семинар 8. Система управления интеллектуальной собственностью в России. Пути ее совершенствования

Вопросы для обсуждения:

1. Современная система управления интеллектуальной собственностью в России. Ее структура, содержание и уровни управления. Затратный характер системы и его причины.
2. Национальная инновационная система (НИС) России. Проблема интеграции система управления интеллектуальной собственности в НИС России.
3. Роль науки в формировании комплексной системы управления интеллектуальной собственностью в России.
4. Реальные и мифические рынки интеллектуальной собственности в стране.
5. Меры по совершенствованию системы управления интеллектуальной собственностью в стране и ее интеграции в НИС России.

6.2 Тестовые материалы для контроля качества усвоения материала

ТЕСТ №1

1. Правовой охраной результатов научно-технической деятельности занимается:
 - а) Фирма
 - б) Роспатент
 - в) ФАПРИД
2. Аня пригласила трех близких друзей на свой день рождения, и весь вечер они слушали компакт-диск с записью музыки знаменитого оркестра. Какое из следующих утверждений является правильным?

- а) Авторское право разрешает запись музыки для коммерческих целей без получения разрешения владельца авторского права
- б) Ане следовало получить разрешение от звукозаписывающей компании, поскольку родственники, присутствовавшие на дне рождения, являются публикой
- в) Аня должна выплатить вознаграждение автору музыки, исполнителям этой музыки, а также звукозаписывающей компании, поскольку они являются владельцами смежных прав
- г) Прослушивание музыки дома считается частным использованием и разрешается авторским правом

3. Правительство страны А запретило использовать определенный вид Колы, известный как Celus Cola при изготовлении прохладительных напитков, поскольку результаты показали, что люди, употребляющие этот прохладительный напиток, становятся чрезмерно возбудимыми и легко теряют контроль над своими умственными способностями. Изготовитель прохладительного напитка Shinix разместил на телевидении и в газетах рекламу, информируя потребителей о том, что при изготовлении его прохладительного напитка Shinix Celus Cola не используется. Его конкурент, изготавливающий прохладительный напиток Shanex, просит вашего совета, поскольку он также не использует Celus Cola при изготовлении своего прохладительного напитка. Название компании Shanex не зарегистрировано в качестве товарного знака. Какой из ответов является правильным для предъявления судебного иска?

- а) Он может обжаловать в суде нарушение права на товарный знак, поскольку его конкурент использует для своего прохладительного напитка схожее название, которое по всей видимости создаст путаницу в умах потребителей в отношении конкретного названного прохладительного напитка
- б) Он не может требовать в суде возмещения убытков, поскольку название его прохладительного напитка или напитка любого другого конкурента не упоминается
- в) Он может утверждать о наличии недобросовестной конкуренции, поскольку у потребителя создается впечатление, что при изготовлении прохладительного напитка конкурента используется запрещенная Celus Cola
- г) Он имеет законное право требовать возмещения, поскольку его конкурент всегда распространял ложные измышления о его компании

4. Недобросовестная конкуренция это:

- а) продажа товаров с незаконным использованием результатов интеллектуальной деятельности
- б) разглашение коммерческой тайны
- с) монопольная позиция на рынке;
- д) антимонопольная государственная деятельность

5. Какое из следующих действий разрешается в контексте законодательства о недобросовестной конкуренции?

- а) Использование известности конкурента для привлечения потребителей
- б) Действия, направленные на дискредитацию продукции конкурента
- в) Использование логотипов, схожих с логотипами конкурентов для введения потребителей в заблуждение
- г) Продвижение продукции с помощью рекламы

6. Какое из следующих действий вы сочли бы актом недобросовестной конкуренции?

- а) Рекламное объявление о том, что молочный продукт конкурента под названием “Йогурт” не изготовлен из коровьего молока
- б) Неверное утверждение о том, что конкурент вот-вот станет банкротом
- в) Выбор логотипа, который лишь незначительно отличается от логотипа конкурента
- г) Кража секретной разработки товара конкурента
- д) Кража целой партии новых товаров конкурента

7. Что из нижеследующего является действительным обоснованием необходимости законодательства, касающегося недобросовестной конкуренции?

- а) Необходимость наличия «правил игры» для всех существующих и потенциальных конкурентов
- б) Избежание злоупотребления монопольной властью
- в) Содействие установлению работающего свободного рынка
- г) Избежание нарушения патентных прав
- д) Осуществление охраны товарных знаков

8. Влечет ли создание служебного изобретения обязанность работодателя получить патент на это изобретение?

- а) работодатель в любом случае обязан получить патент на изобретение;
- б) работодатель обязан получить патент на изобретение только в случае создания изобретения в рамках служебного задания;
- в) работодатель обязан получить патент в случае принятия им такого решения;
- г) работодатель не обязан получать патент на изобретение.

ТЕСТ №2

1. Предметом договора коммерческой концессии являются (возможно несколько вариантов):

- а) передача права на фирменное наименование
- б) передача права на секрет производства (ноу-хау)
- в) передача прав на все последующие, созданные правообладателем, РНТД
- г) передача права на регистрацию на имя пользователя всех ОИС, принадлежащих правообладателю

д) право на передачу охраняемой коммерческой информации

2. Предметом залога не могут быть:

А) имущественные права на ОИС

Б) право авторства на ОИС

В) все личные неимущественные права автора

Г) репутация автора многих зарегистрированных ОИС

3. Предметом договора коммерческой концессии могут быть:

а) передача права на фирменное наименование;

б) передача права на секрет производства (ноу-хау);

в) передача прав на все последующие, созданные правообладателем, РНТД;

г) передача права на регистрацию на имя пользователя всех ОИС, принадлежащих правообладателю;

д) право на передачу охраняемой коммерческой информации.

4. Верно ли утверждение, что только по лицензионным договорам заинтересованное лицо, не являющееся патентообладателем, вправе использовать запатентованное изобретение?

а) да;

б) нет.

5. Верно ли утверждение, что заключение лицензионного договора влечет переход исключительного права лицензиату?

а) да;

б) нет.

6. Без государственной регистрации лицензионный договор считается:

а) оспоримым;

б) ничтожным;

в) действительным;

г) заключенным.

7. Какие обязательства принимает на себя сторона, не обеспечивающая охрану конфиденциальности информации, переданной по договору:

а) возместить другой стороне убытки, если иное не предусмотрено договором

б) возместить моральный вред

в) возместить другой стороне убытки и моральный вред

г) расторгнуть договор с возмещением реальных потерь и упущенной выгоды

9. Права на какие объекты могут передаваться по лицензионному договору:

а) на товарные знаки

б) на наименования мест происхождения товаров

в) на фирменные наименования

ТЕСТ №3

- 1.** Какую из перечисленных моделей менеджмента интеллектуальной собственности целесообразно построить в рамках корпорации
- a) иметь менеджера – специалиста в области ИС и предоставить ему возможность выполнить все необходимые виды работ, привлекая сторонних специалистов;
 - b) иметь собственное подразделение (или службу), выполняющее все необходимые виды работ и услуг;
 - c) иметь специальное структурное подразделение, а по наиболее сложным и редко практикуемым видам работ прибегать к помощи сторонних экспертов.
- 2.** Решение о форме охраны результатов научно-исследовательской деятельности фирмы принимает:
- a) отдел интеллектуальной собственности;
 - b) экспертная комиссия (совет);
 - c) руководитель предприятия;
 - d) научно-технический (ученый) Совет.
- 3.** Эффективность работы в сфере интеллектуальной собственности зависит от:
- a) четкого разделения обязанностей среди работников отдела интеллектуальной собственности
 - b) наличия постоянных связей со всеми участниками выполнения необходимых работ
 - c) постоянно проводимой оценки результатов работ
- 4.** Центр коммерциализации технологий может иметь следующие бизнес направления:
- a) бизнес-планирование и маркетинг технологий
 - b) юридическая поддержка
 - c) передача зарегистрированных объектов ИС во всеобщее пользование
 - d) патентная поддержка и лицензирование
 - f) законодательная деятельность
- 5.** В российской учетной практике нематериальные активы представляют собой:
- a) результаты изобретений особого значения в масштабах отрасли экономики;
 - b) законченные НИОК и ТР, по которым получено исключительное право на результаты интеллектуальной деятельности, находящиеся под контролем правообладателя;
 - c) идентифицируемые, не имеющие материальной формы капитальные активы в виде контролируемых правообладателем исключительных прав на результаты интеллектуальной деятельности и приравненных к ним средств индивидуализации, а также положительной деловой репутации

приобретенного предприятия как имущественного комплекса, отвечающие комплексу условий, установленному учетным стандартом.

6. В составе НМА учитываются:

а) объекты исключительного права на результаты интеллектуальной деятельности или на средство индивидуализации, перечень которых устанавливает руководство организации, включая результаты НИОК и ТР, выполненные для использования в управлении собственным производством, и имущественные вложения в уставный (складочный) капитал дочерней организации;

б) объекты исключительного права на результаты интеллектуальной деятельности или на средства индивидуализации, отвечающие стандартным условиям их признания в бухгалтерском учете, а также организационные расходы и отрицательная деловая репутация, право пользования товарным знаком, право, полученное по лицензионному договору или договору концессии;

с) объекты исключительного права на результаты интеллектуальной деятельности или средство индивидуализации, отвечающие всем регламентациям российского учетного стандарта, а также положительная деловая репутация приобретенного предприятия как имущественного комплекса.

7. В составе нематериальных активов не учитываются:

а) программы для ЭВМ, полезные модели, секреты производства (ноу-хау), объекты авторского права, объекты промышленной собственности, использование которых контролируется правообладателем и которые полностью отвечают условиям их признания в бухгалтерском учете;

б) организационные расходы; интеллектуальные и деловые качества персонала организации, его квалификация и способность к труду; права пользования объектом нематериальных активов, приобретенные лицензиатом без получения права собственности на результаты интеллектуальной деятельности; отрицательная деловая репутация (скидка с покупной цены приобретенного предприятия); имущественные взносы объектами нематериальных активов и основных средств по договору имущественного взноса в уставный (складочный) капитал и договору о совместной деятельности в форме простого товарищества (в учете организаций-вкладчиков) и другие объекты финансовых вложений;

с) положительная деловая репутация приобретенного предприятия как имущественного комплекса; НИОК и ТР, законченные и сданные с прогнозируемым результатом; промышленный образец; полезная модель.

8. Деловая репутация приобретенного предприятия как имущественного комплекса:

а) представляет собой цену, заплаченную за отличительные характеристики, позволяющие оценить деловую привлекательность купленного предприятия как имущественного комплекса; положительная деловая репутация оценивается в сумме превышения покупной стоимости

над балансовой стоимостью чистых активов купленного предприятия (сумма надбавки к объявленной цене) и включается покупателем в состав нематериальных активов; отрицательная деловая репутация — в сумме превышения балансовой стоимости чистых активов

над покупной стоимостью купленного предприятия (сумма скидки с объявленной цены), принятой покупателем в качестве пассива;

б) оценивается в сумме разницы между стоимостью основных средств, купленных из имущества выставленного на продажу предприятия как имущественного комплекса по объявленной цене, и балансовой стоимостью указанных активов;

с) оценивается в соответствии с регламентациями ПБУ 14/2007 и направляется покупателем на увеличение или уменьшение балансовой стоимости чистых активов купленного предприятия пропорционально их балансовой стоимости при принятии имущества к бухгалтерскому учету.

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ
ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ»

Кафедра «Управления инновациями и коммерциализации
интеллектуальной собственности»

Б.П. Симонов

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ
ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТЬЮ

для аспирантов, обучающихся по направлению
40.06.01 «Юриспруденция»

МОДУЛЬ 3

Методические указания (рекомендации) по изучению
дисциплины

*Рекомендовано Учебно-методическим советом ФГБОУ ВПО РГАИС
протокол № 5 от 14 января 2015г.*

*Одобрено кафедрой управления инновациями и коммерциализации
интеллектуальной собственности
протокол № 3 от 29 декабря 2014г.*

**У Д К
ББК**

Рецензент:

Л.М. Войтова, к.с.н., доцент кафедры «Международных экономических и финансовых отношений» РГАИС

Б.П. Симонов

Экономика и управление интеллектуальной собственностью. Учебно-методический комплекс. Для аспирантов, обучающихся по направлению 40.06.01 «Юриспруденция» – М.: Российская государственная академия интеллектуальной собственности (ФГБОУ ВПО РГАИС), кафедра управления инновациями и коммерциализации интеллектуальной собственности, 2015.

Учебно-методический комплекс разработан в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом и учебным планом программы аспирантуры по направлению 40.06.01 «Юриспруденция». В нем раскрываются цель и задачи учебной дисциплины, тематика, содержание и виды учебных занятий, предлагаются перечень контрольных вопросов и заданий для самостоятельной работы, вопросы к зачету по дисциплине, рекомендуемая литература и тестовые материалы.

Учебно-методический комплекс предназначен для эффективной организации учебного процесса и, в частности, самостоятельной работы аспирантов.

Учебное издание

Борис Петрович Симонов

Экономика и управление интеллектуальной собственностью

© ФГБОУ ВПО РГАИС, 2015

© Б.П. Симонов, 2015

7. Методические рекомендации по изучению дисциплины

7.1 Методические рекомендации преподавательскому составу

Методические рекомендации по проведению учебных занятий (семинарских, практических)

Аудиторные занятия проводятся в форме лекций, семинаров, практических занятий.

На лекции преподаватель устно излагает наиболее важные сведения по теме учебного материала в своей интерпретации на основе личного опыта. Лекция должна начинаться с определения требуемого времени для усвоения новой темы занятия и ее места в общей системе занятий по учебной дисциплине и взаимосвязи с другими курсами. Преподавателю рекомендуется на лекциях активно обращаться к аудитории, при этом обучающиеся могут задавать вопросы, высказывать свое мнение, делиться практическим опытом и знаниями по теме занятия.

Для закрепления новых знаний аспирантам рекомендуется написание тезисов - кратко сформулированных основных положений учебного материала.

Семинарские занятия проводятся в форме устных выступлений, сопровождаемых обсуждением и письменных работ для проверки уровня усвоения аспирантами учебного материала. Цель - научить обучающихся самостоятельно добывать информацию из различных литературных источников, анализировать полученные знания, развивать умение выступать на публике. Семинарские занятия направлены на закрепление тем, ранее рассмотренных на лекциях.

Семинар проводится в следующих формах, дополняющих друг друга:

- развернутая беседа, предполагавшая основательную подготовку всей группы по всем вопросам и участие максимума аспирантов в обсуждении темы. На семинаре в форме развернутой беседы отдельным обучающимся поручаются выступления по тому или иному разделу темы, ставятся дополнительные вопросы;

- обсуждение письменных рефератов, заранее подготовленных аспирантами по заданию преподавателя. Доклад или реферат может быть подготовлен несколькими обучающимися. Помимо основного докладчика могут быть назначены содокладчики и оппоненты по основным докладам.

Доклады (продолжительностью 10-15 мин.) делаются устно. Разрешается обращаться к конспекту, но необходимо избегать сплошного чтения.

В конце ответа докладчика аудитории ставятся вопросы по докладу в форме развернутой беседы. Обязательно обсуждение с преподавателем неверных ответов.

Семинарское занятие по усмотрению преподавателя может быть проведено в виде круглого стола. Рекомендуемый порядок организации семинара:

Вступительное слово преподавателя - 3-5 мин.

Рассмотрение вопросов темы – 20 - 30 мин. по каждому вопросу.

Заключение преподавателя - до 10 мин.

При написании письменных (тестовых) работ каждому обучающемуся дается несколько вопросов, входящих в список вопросов по теме, на выбор - по усмотрению преподавателя, вопросы могут быть расширены предложениями привести конкретный пример.

Важное место занимают практические занятия, направленные на применение усвоенного материала на конкретных примерах.

Рекомендуется практические занятия проводить в форме групповых занятий, продолжительностью не менее 2 аудиторных часов подряд при активном групповом взаимодействии аспирантов. Задача преподавателя - помощь и консультации на вопросы аспирантов. Обсуждение конкретных ситуаций также проходит в форме группового занятия, где каждый обучающийся должен иметь возможность выступить.

7.2 Методические рекомендации по критериям оценки качества знаний

Критерии к зачету:

- даны исчерпывающие и обоснованные ответы на все поставленные вопросы, правильно и рационально (с использованием рациональных методик) решены практические задачи;
- в ответах выделялось главное, все теоретические положения умело увязывались с требованиями руководящих документов;
- ответы были четкими и краткими, а мысли излагались в логической последовательности;
- показано умение самостоятельно анализировать факты, события, явления, процессы в их взаимосвязи и диалектическом развитии.

7.3. Методические рекомендации аспирантам

Продуктивность усвоения учебного материала во многом определяется интенсивностью и качеством самостоятельной работы аспиранта. Самостоятельная работа предполагает формирование культуры умственного труда, самостоятельности и инициативы в поиске и приобретении знаний; закрепление знаний и навыков, полученных на всех видах учебных занятий; подготовку к предстоящим занятиям.

Умение работать самостоятельно необходимо не только для успешного усвоения содержания учебной программы, но и для дальнейшей творческой деятельности.

Основу самостоятельной работы аспиранта составляет работа с учебной и научной литературой. При необходимости следует обращаться за консультацией к преподавателю.

Методические указания по выполнению реферата

Предлагаемая тематика письменных работ основана на наиболее актуальных проблемах изучаемой дисциплины. Написание рефератов позволит обучающимся закрепить и углубить практические знания, полученные в процессе изучения дисциплины.

Готовый реферат аспиранта должен отражать его умение:

- правильно, кратко и по-сути излагать изученный материал (не следует включать материалы, не имеющие прямого отношения к данной теме)
- надлежащего оформления письменной работы.

Общий объем реферата – 15-20 страниц.

Реферат должен состоять из:

Титульного листа

Оглавления

Содержания

Заключения

Списка использованной литературы

1. Титульный лист (страница не нумеруется)

Заполняется по опр. правилам:

- ✓ в верхнем поле указывается полное наименование учебного заведения.
- ✓ в среднем поле – заглавие реферата (без слова тема, без кавычек)
- ✓ далее ближе к правому краю указывается в именительном падеже полностью ФИО студента, факультет, форма обучения, курс, группа;
- ✓ ниже - Фамилия и инициалы науч. руководителя, его уч. звание и уч. степень
- ✓ в нижнем поле – место и год написания (без слова год)

2. Оглавление (страница не нумеруется)

Должны быть заголовки всех глав и параграфов, а также указание номеров страниц, с которых они начинаются [используйте для удобства возможности Word – меню вставка → ссылка → оглавление и указатели].

Заголовки всех глав и параграфов в оглавлении должны точно повторять заголовки в тексте. Сокращения не допускаются. Не должно быть текстуальных повторений.

Заголовки размещаются друг под другом, следующая ступень – смещение на 3-5 знаков вправо.

В заголовках точку не ставят; с прописной буквы.

3. *Заключение*. Должно быть конкретным. Не надо описывать здесь то, что было в параграфах, а надо сделать выводы и дать предложения.

4. *Список используемой литературы* – это литература, которая нашла отражение в тексте.

Все включенные в работу статистические данные и цитаты должны иметь ссылку на источник, из которого они взяты.

Текст должен быть выполнен на листах А4. Страницы требуется нумеровать вверху, по центру.

Поля: сверху – 2 см снизу – 2 см левое – 3 правое – 1,5

Шрифт: 14 Times New Roman

Интервал: 1,5

Абзацный отступ: 1,25 (5 знаков).

Выравнивание текста: по ширине.

7.4 Дополнительные рекомендации

В работе с источниками информации и базами данных основное внимание обучающихся должно быть уделено:

1. современным формам и методам использования объектов интеллектуальной собственности в инновационном развитии российских и зарубежных предприятий,

2. правоприменительной практике рассмотрения споров и других проблем при покупке и продаже лицензий, расчетов лицензиаров и лицензиатов по основным и сопутствующим договорам,

3. текущей информации об использовании объектов интеллектуальной собственности для модернизации и повышения конкурентоспособности предприятий и реализации государственной инновационной политики в стране.

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ
ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ»

Кафедра «Управления инновациями и коммерциализации
интеллектуальной собственности»

Б.П. Симонов

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТЬЮ

для аспирантов, обучающихся по направлению
40.06.01 «Юриспруденция»

МОДУЛЬ 4

Тезисы лекций

*Рекомендовано Учебно-методическим советом ФГБОУ ВПО РГАИС
протокол № 5 от 14 января 2015г.*

*Одобрено кафедрой управления инновациями и коммерциализации
интеллектуальной собственности
протокол № 3 от 29 декабря 2014г.*

**У Д К
ББК**

Рецензент:

Л.М. Войтова, к.с.н., доцент кафедры «Международных экономических и финансовых отношений» РГАИС

Б.П. Симонов

Экономика и управление интеллектуальной собственностью. Учебно-методический комплекс. Для аспирантов, обучающихся по направлению 40.06.01 «Юриспруденция» – М.: Российская государственная академия интеллектуальной собственности (ФГБОУ ВПО РГАИС), кафедра управления инновациями и коммерциализации интеллектуальной собственности, 2015.

Учебно-методический комплекс разработан в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом и учебным планом программы аспирантуры по направлению 40.06.01 «Юриспруденция». В нем раскрываются цель и задачи учебной дисциплины, тематика, содержание и виды учебных занятий, предлагаются перечень контрольных вопросов и заданий для самостоятельной работы, вопросы к зачету по дисциплине, рекомендуемая литература и тестовые материалы.

Учебно-методический комплекс предназначен для эффективной организации учебного процесса и, в частности, самостоятельной работы аспирантов.

Учебное издание

Борис Петрович Симонов

Экономика и управление интеллектуальной собственностью

© ФГБОУ ВПО РГАИС, 2015

© Б.П. Симонов, 2015

Экономика интеллектуальной собственности

Интеллектуальная собственность как экономическая категория.

Интеллектуальная собственность - это результат интеллектуальной деятельности, принадлежащий гражданину или организации, которые по своему свободному усмотрению могут предоставлять к нему доступ всем желающим либо определенным образом контролировать его использование.

Интеллектуальную собственность можно обнаружить почти везде: в творческих произведениях, таких как книги, кинофильмы, аудио- и видеозаписи, музыкальные произведения, произведения искусства и программное обеспечение, и в самых обыденных предметах, например, в автомобилях, компьютерах, лекарствах, сортах различных растений, - одним словом, во всем, что появилось благодаря развитию науки и технологии.

Также к сфере интеллектуальной собственности могут относиться те средства индивидуализации, которые помогают нам определиться с выбором приобретаемых нами товаров, например, особенности дизайна или наименование бренда. Определенные права могут быть связаны даже с местом изготовления какого-либо товара.

Благодаря системе прав интеллектуальной собственности стало возможно не только закрепить инновации и произведения за их авторами и создателями, но и обеспечить "право собственности" на такие объекты, а в конечном итоге - создать возможность извлечения из них экономической выгоды. Защищая интеллектуальную собственность, общество признает ту выгоду, которую она может принести, а также стимулирует вложение времени и ресурсов в развитие инноваций и расширение знаний.

Система интеллектуальной собственности предназначена для того, чтобы служить на пользу всему обществу в целом, будучи уникальным компромиссом между интересами потребителей и авторов. Как правило,

права интеллектуальной собственности позволяют их обладателю в течение ограниченного срока определять порядок использования результата интеллектуальной деятельности. Предоставляя авторам такие права, само общество также получает ряд возможностей для извлечения выгоды.

Защита интеллектуальной собственности приносит обществу самую разнообразную пользу:

- увеличивается общий объем знаний, развивается культура;
- стимулируется конкуренция и производство широкого перечня качественных товаров и услуг;
- поддерживаются экономический рост и занятость населения;
- поощряется творческая и инновационная деятельность;
- поддерживается технический и культурный прогресс и новые достижения.

В целом интеллектуальная собственность охраняется за счет предоставления автору произведения или изобретателю исключительного права извлекать экономическую выгоду из произведения или изобретения в течение определенного срока. Такие права можно уступать, передавать по лицензии или распоряжаться ими иным образом.

Права интеллектуальной собственности предоставляются в соответствии с национальным законодательством тех или иных государств или регионов. Кроме того, в сфере интеллектуальной собственности существует целый ряд международных договоров, которые закрепляют унифицированный подход к определенным вопросам, в том числе процедурным, либо позволяют производить регистрацию прав интеллектуальной собственности одновременно в нескольких государствах. Для охраны различных объектов интеллектуальной собственности, например, литературных и художественных произведений, изобретений, брендов, дизайнерских решений и т.д., применяются

различные способы:

- литературные и художественные произведения, например, книги, картины, музыкальные произведения, кинофильмы, аудио- и видеозаписи, а также программное обеспечение обычно охраняются с помощью авторского права или так называемых смежных прав;

- технические изобретения, как правило, охраняются патентами;

- такие средства индивидуализации как, например, словесные обозначения, символы, запахи, звуки, цвета и формы, которые позволяют отличать одни товары и услуги от других, могут охраняться с помощью товарных знаков;

- особенности внешнего вида объектов, например, предметов мебели, частей кузовов автомобилей, столовых приборов или ювелирных украшений, могут охраняться посредством института промышленных образцов;

- наименования мест происхождения товаров и коммерческая тайна также считаются видами интеллектуальной собственности, и большая часть государств предоставляет таким объектам тот или иной объем правовой охраны;

- законодательные акты, направленные на предотвращение недобросовестной конкуренции в сфере предпринимательской деятельности, также способствуют охране коммерческой тайны и некоторых других видов интеллектуальной собственности; а также

- ряд государств предоставляет особую правовую охрану селекционным достижениям, топологиям интегральных микросхем и базам данных. Предоставление такой охраны способствовало появлению новых видов предпринимательской деятельности.

Объект может в одно и то же время охраняться посредством сразу нескольких видов интеллектуальных прав на территории различных государств.

В РФ интеллектуальная собственность защищается Гражданским кодексом Часть IV. В статье 1225 ГК Ч4 перечислены Охраняемые результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации.

Результатами интеллектуальной деятельности и приравненными к ним средствами индивидуализации юридических лиц, товаров, работ, услуг и предприятий, которым предоставляется правовая охрана (интеллектуальной собственностью), являются:

- 1) произведения науки, литературы и искусства;
- 2) программы для электронных вычислительных машин (программы для ЭВМ);
- 3) базы данных;
- 4) исполнения;
- 5) фонограммы;
- 6) сообщение в эфир или по кабелю радио- или телепередач (вещание организаций эфирного или кабельного вещания);
- 7) изобретения;
- 8) полезные модели;
- 9) промышленные образцы;
- 10) селекционные достижения;
- 11) топологии интегральных микросхем;
- 12) секреты производства (ноу-хау);
- 13) фирменные наименования;
- 14) товарные знаки и знаки обслуживания;
- 15) наименования мест происхождения товаров;
- 16) коммерческие обозначения.

Термином "интеллектуальная собственность" охватываются только сами результаты интеллектуальной деятельности, но не права на них (ст. 1225 ГК РФ). На результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации юридических лиц, товаров, работ, услуг и предприятий (интеллектуальную собственность) в

силу ст. 1226 ГК РФ признаются интеллектуальные права, которые включают в себя исключительное право, являющееся имущественным правом, а в случаях, предусмотренных ГК РФ, также личные неимущественные права и иные права.

Рынок интеллектуальной собственности.

Рынок интеллектуальной собственности имеет свою специфику, он динамично развивается, превращаясь в важнейшую составляющую всей мировой торговли.

В настоящее время успешная интеграция в международный обмен интеллектуальной собственностью становится определяющим фактором повышения конкурентоспособности, как отдельной компании, так и государства в целом.

В этой связи особую актуальность приобретают следующие проблемы:

- Понимание природы феномена интеллектуальной собственности, определяющей процесс формирования рынка интеллектуальной собственности;
- Влияние современных процессов, происходящих в системе мирохозяйственных связей, на мировой рынок интеллектуальной собственности;
- Учет особенностей развития мирового и национальных рынков интеллектуальной собственности.

В современных условиях передача прав на использование различных объектов интеллектуальной собственности на коммерческих условиях является важнейшей составляющей международных экономических отношений. Сегодня, когда торговля ОИС превратилась в один из наиболее динамично развивающихся секторов мировой экономики, конкурентоспособность любой страны определяется уровнем её интеграции в мировой рынок интеллектуальной собственности. В свою очередь успешное вхождение в мировой рынок интеллектуальной

собственности возможно только при условии эффективно функционирующего национального рынка интеллектуальной собственности.

В последние десятилетия рынок интеллектуальной собственности становится одной из важных сфер экономики любой развитой страны мира, располагающей соответствующим интеллектуальным потенциалом.

Стратегия создателей интеллектуальной собственности (новаторов) направлена на то, чтобы превзойти конкурентов, создавая уникальные на определенном сегменте рынка интеллектуальные продукты:

- товары, содержащие объекты интеллектуальной собственности или услуги, основанные на интеллектуальной собственности;
- технологии (средства) производства и распределения товаров (услуг).

Созданный интеллектуальный продукт признается и оценивается рынком. Преимущества нового товара (услуги) определяет непосредственный рыночный спрос на данный товар. Преимущества новой технологии определяется опосредованно через спрос на продукцию (товары, услуги), производимую при использовании данной технологии. Новая технология призвана обеспечить обладателю интеллектуальной собственности рост объема продаж, снижение издержек на производство и распределение товара, улучшение качества продукции или иные факторы увеличения экономической эффективности его деятельности.

Отношения собственности характеризует, главным образом, имущественные свойства интеллектуального продукта, реализуемого на рынке интеллектуальной собственности, не существующего в отрыве от рынков материальных ресурсов, труда, капитала. Данные рынки определяют количественные и качественные параметры и динамику развития рынка интеллектуальной собственности. Наличие связей между рынками является условием их функционирования, так как реализация рыночного потенциала осуществляется при взаимодействии с другими рынками. Возникающие

изменения на одном рынке вызывают изменения на других, отсутствие равновесия на одном из рынков приводит к цепи неравновесных состояний на других рынках.

Функционирование рынка интеллектуальной собственности характеризуется рядом особенностей, отличающих рынок интеллектуальной собственности от других видов рынка, а именно:

1. Рынок интеллектуальной собственности - это чаще всего рынок технологического сырья, а по форме такие сделки на этом рынке оформляются как передача исключительных прав на объекты интеллектуальной собственности и как передача объектов правовой охраны в виде служебной или коммерческой тайны. Иначе говоря, товаром на рынке интеллектуальной собственности являются результаты исследований и разработок, комплекты конструкторской и технологической документации, оригинальные технические решения и программное обеспечение.

2. Уникальность рынка интеллектуальной собственности определяется, прежде всего, особенностями предлагаемого товара.

Интеллектуальная собственность как товар обладает соответствующими качествами:

- на каждой стадии своего создания интеллектуальный продукт может иметь потребительную стоимость и являться самостоятельным товаром;

- объект интеллектуальной собственности характеризуется двумя основополагающими признаками: рыночная новизна - новизна интеллектуальной собственности для удовлетворения экономической потребности общества (выполнение социального заказа); научно-техническая новизна - новизна научной идеи или научно-технического решения. Экономическая природа интеллектуальной собственности определяет приоритетное значение рыночной новизны над научно-технической новизной. Нововведение обеспечивает экономию издержек при производстве интеллектуального продукта или новый уровень его качества, а также стимулирует спрос;

- интеллектуальная собственность, создание которой связано с существенными затратами, легко поддается тиражированию и воспроизведению, что делает ее более уязвимой, нуждающейся в охране и защите государства. Качественная защита интеллектуальной собственности позволяет правообладателю снизить издержки на предупреждение и ликвидацию последствий незаконного распространения и использования интеллектуальной собственности. В противном случае возникает угроза превышения суммы данных издержек над экономическим эффектом от реализации нововведения;

- стоимость интеллектуального продукта определяется функциональной новизной, которую содержит интеллектуальный продукт направленный на удовлетворение потребности общества или бизнеса на более высоком качественном уровне и/или с меньшими затратами, чем ранее созданные товары или услуги;

- объект интеллектуальной собственности выступает не только как самостоятельный предмет купли - продажи, но и может использоваться для получения кредита под залог интеллектуальной собственности, страхования ИС и как возможность вклада ИС в уставной капитал предприятия;

- имеются два пути использования своих прав на охраняемые объекты интеллектуальной собственности: использование объектов интеллектуальной собственности для собственных нужд и их реализация на внутреннем или внешнем рынке; предоставление лицензий или уступка прав заинтересованным юридическим или физическим лицам.

3. Рынок интеллектуальной собственности характеризуется высокой степенью монополизации. Это рынок продавца, а не покупателя, в отличие от рынка, например, товаров массового спроса. Рынок ИС характеризуется также высокой рентабельностью.

Интеллектуальная собственность как нематериальный актив организации.

Понятие «нематериальные активы» появилось за рубежом в конце XIX века. Однако широкое их использование в хозяйственной деятельности ведущих компаний мира наблюдается лишь со второй половины XX века. В стоимости современных зарубежных корпораций на долю нематериальных активов приходится в зависимости от вида деятельности 30-80% имущества.

В России интерес к нематериальным активам активизировался лишь на рубеже тысячелетий. С переходом к рыночной экономике в отечественной хозяйственной среде трансформируются подходы к составу и формам имущества хозяйствующих субъектов в направлении их дематериализации.

Нематериальные активы хорошо организованного бизнеса с течением времени имеют тенденцию к постоянному росту, отражают упорядоченность предприятия как экономической системы, позволяют генерировать доходы, обеспечивают хозяйствующему субъекту устойчивое конкурентное преимущество. Между тем, приемлемых правил формирования и управления нематериальными активами в России не существует. Это во многом объясняется их спецификой, особенностями их проявления, движения, влияния на финансовые результаты.

При трансформации социально-экономических систем особое значение приобретают вопросы управления активами, которые не отражаются в документации, в том числе бухгалтерской и финансовой, но являются источником конкурентных преимуществ организации. Отсутствие учета НМА снижает реальную стоимость акций, негативно сказывается при определении долей участия собственников, нанося ущерб их имущественным интересам.

Формирование портфеля НМА является ключевым моментом разработки методики определения оптимального объема нематериальных

активов в структуре активов предприятия. Эффективность и рациональность структуры портфеля НМА определяется возможностью предприятия адекватно реагировать на изменения внешней экономической среды созданием условий для ускорения инновационного развития.

Целью формирования портфеля НМА является увеличение инновационного потенциала предприятия на основе совокупности НМА, имеющих разную степень ликвидности и разную стоимость.

Ресурсы, относимые к нематериальным активам, не способны самостоятельно создавать стоимость, а эффективными они становятся только в сочетании с другими материальными ресурсами. Таким образом, ликвидность НМА целесообразно определять на основе двух взаимосвязанных факторов: способность НМА самостоятельно создавать стоимость, т. е. делимость от материального актива и востребованность данного НМА предприятиями-конкурентами.

Основная проблема управления НМА в России связана с их классификацией, учетом и методами идентификации. Это обусловлено тем, что собственники не уделяют достаточного внимания управлению НМА. Отсутствие должной практики учета НМА существенно снижает устойчивость организаций, в результате чего они становятся уязвимыми. Если за показатель эффективности функционирования организации принимать ее стоимость, то можно утверждать, что российские организации в значительной мере недооценены, так как не учтена стоимость их НМА. Это приобретает особое значение с учетом того, что увеличивается количество иностранных игроков, работающих на российском рынке, чаще происходит смена состава собственников, меняется контроль за предприятием и процессом управления.

Доля и состав НМА варьируются в зависимости от отрасли, в которой работает предприятие. С точки зрения возможностей учета и природы НМА содержание их состава рассматривается по-разному.

Наличие отличающихся между собой классификаций НМА тормозит развитие практики их оценки.

Нематериальные активы разделяются на три группы.

- 1) объекты интеллектуальной собственности;
- 2) организационные расходы;
- 3) деловая репутация.

Особое место в составе нематериальных активов занимает интеллектуальная собственность - исключительное право физического или юридического лица на интеллектуальную деятельность и приравненные к ней средства индивидуализации юридического лица, продукции, работ, услуг, т. е. фирменное наименование, товарный знак и т. п. Использование результатов интеллектуальной деятельности и средств индивидуализации, которые являются объектом исключительных прав, осуществляется только с согласия правообладателя. Объекты интеллектуальной собственности подразделяются на три группы:

- 1) объекты промышленной собственности:
 - изобретения,
 - полезные модели,
 - промышленные образцы,
 - товарные знаки,
 - фирменные наименования,
 - наименование мест происхождения товаров,
 - селекционные достижения;
- 2) ноу-хау;
- 3) объекты авторского права:
 - научные и художественные произведения,
 - программы для ЭВМ,
 - базы данных,
 - топологии интегральных микросхем.

Результатами интеллектуальной деятельности и приравненными к ним средствами индивидуализации юридических лиц, товаров, работ, услуг и предприятий, которым предоставляется правовая охрана (интеллектуальной собственностью), являются:

Технологии управления нематериальными активам

- произведения науки, литературы и искусства;
- программы для электронных вычислительных машин;
- базы данных;
- исполнение;
- 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.

Авторское право распространяется на обнародованные и необнародованные произведения, существующие в какой-либо объективной форме:

- письменной (рукопись, машинопись, нотная запись и т. п.);
- устной (публичное произнесение, публичное исполнение);
- звуковой или в форме видеозаписи;
- изображения;
- объемно-пространственной (макет, модель, скульптура и т. п.);

- в иных формах.

Также особое место в классификации нематериальных активов занимают организационные расходы. Состав организационных расходов законодательством строго не определен. К организационным расходам не относятся расходы на получение лицензий на осуществление видов деятельности, лицензии на осуществление внешнеторговых и квотируемых операций, нрав доверительного управления имуществом, без которых деятельность организации не считается законной. Они выделяются как отдельные нематериальные активы и имеют сложившуюся практику учета и амортизации.

Деловая репутация является одним из самых важных активов организации, независимо от того, находится ли она в кризисе или стабильно функционирует. Ею нужно управлять не время от времени, а программно и системно. Степень уязвимости репутации зависит от ее капитализации, соответствия респектабельного вида фактическому положению дел, способности оправдывать ожидания общества, сокращая разрыв между желаемым и действительным. Реструктуризация, вызванная или сопровождающаяся кризисными явлениями, влияет на репутацию так же, как и на другие активы. Во время кризиса проявляется воздействие на репутацию и других факторов: характера репутации компании, сложившейся до кризиса, масштаб кризиса и его фаза, частота упоминания и специфика освещения кризиса в СМИ.

В качестве отдельных видов можно рассматривать НМА, характерные для промышленных предприятий и кредитно-финансовых институтов, для тех и других НМА наиболее актуальны. Также допустимо отдельно анализировать высокорисковые НМА, стоимость которых может снизиться, для которых существует вероятность ущерба и утраты в процессе реструктуризации. Еще одной разновидностью являются НМА, которые создаются при арбитражном управлении в рамках различных процедур.

Практика учета, оценки и управления НМА с целью оказать влияние на создание стоимости организации не развивается или развивается слишком медленно, а, следовательно, снижается конкурентоспособность российских организаций, они становятся привлекательными для рейдеров, ущемляются интересы акционеров. Отсутствие развития практики оперирования НМА является следствием ряда причин, к которым относятся:

- противоречия в нормативных актах;
- недостаточная квалификация и отсутствие мотивации персонала, обязанного предоставлять объективные сведения о стоимости компании;
- намеренное занижение стоимости для использования серых схем при продаже бизнеса;
- низкое качество корпоративного управления и безответственность менеджеров по отношению к собственникам;
- непонимание природы активов и факторов, влияющих на их стоимость;
- субъективность оценки, сложность математических алгоритмов и связанные с этими факторами непонимание и неприятие результатов реструктуризации;
- неготовность налоговых и прочих структур принимать торговую марку как актив;
- зависимость стоимости НМА от качества управления.

Для вовлечения НМА в деловой оборот необходимо:

- собственникам (акционерам) - усилить контроль за управлением НМА;
- юридическим компаниям - выявлять неучтенные НМА в составе имущественного комплекса при оказании консалтинговых услуг организациям и предоставлять собственникам (акционерам) и топ-менеджерам соответствующую информацию;

- рейтинговым агентствам - учитывать показатели, связанные с НМА, при использовании методик определения рейтинга субъектов рыночной экономики;
- аудиторским компаниям - идентифицировать и отражать НМА в отчетности при проведении проверок отдельных организаций;
- менеджменту организаций - применять методики учета НМА в приложениях к балансу в соответствии с практикой западных компаний.

Рациональное управление нематериальными активами может помочь организации:

- защититься от конкурентов с помощью получения монопольных прав на новую продукцию;
- получить монопольные права на результаты исследований и разработок и приобрести у правообладателя разрешение на продолжение их использования;
- повысить имидж и инвестиционную привлекательность предприятия за счет капитализации нематериальных ресурсов;
- оптимизировать финансово-хозяйственную деятельность организации за счет использования возможностей ряда учетных операций с нематериальными активами.

Современные экономические условия характеризуют НМА как один из важнейших факторов производства и повышения эффективности деятельности предприятия. Специальная литература раскрывает отдельные моменты управления данным видом ресурсов, например, их учет и оценку. В целом же роль НМА в процессе вывода предприятия из кризисной ситуации недооценена.

Оценка объектов интеллектуальной собственности осуществляется в следующих целях:

1. Постановка на учет.
 - 1.1. Постановка ОИС на баланс в качестве НМА.
 - 1.2. Стратегическое планирование при смене приоритетов.

- 1.3. Формирование ценовой политики.
- 1.4. Раздел имущества предприятия.
- 1.5. Слияние предприятий.
- 1.6. Ликвидация предприятий
- 1.7. Передача под залог при получении кредита
- 1.8. Страхование прав.
- 1.9. Инвентаризация НМА.
- 1.10. Инвестирование капитала в предприятие.
2. Налогообложение.
- 2.1. Оптимизация налогообложения.
- 2.2. Финансовый анализ активов по итогам работы предприятия.
3. Смена владельца (переход права собственности).
- 3.1. Купля-продажа прав использования через лицензию.
- 3.2. Внесение в уставный капитал.
- 3.3. Приватизация с ограничением прав.
- 3.4. Приватизация без ограничения прав.
- 3.5. Коммерческая концессия.
- 3.6. Реализация избыточных активов.
- 3.7. Безвозмездная передача.
- 3.8. Уступка прав.
- 3.9. Дарение прав.
- 3.10. Наследование прав.
4. Судебная практика.
- 4.1. Нанесение ущерба (убытки и упущенная выгода).

Оценка является обязательной в случае вовлечения в сделку ОИС, принадлежащих государству, при приватизации, при продаже, ином отчуждении, при передаче в качестве вклада в уставный капитал, при выкупе или ином изъятии у собственников для государственных нужд, в целях контроля уплаты налогов в случае возникновения спора об исчислении налогооблагаемой базы.

Факторы, влияющие на стоимость НМА и ОИС

При определении рыночной стоимости интеллектуальной собственности следует учитывать:

- нематериальный, уникальный характер объекта оценки;
- текущее использование объекта интеллектуальной собственности;
- возможные отрасли использования;
- издержки на производство и реализацию продукции, выпускаемую с использованием объекта интеллектуальной собственности;
- объем и временную структуру инвестиций, требуемых для освоения и использования объекта интеллектуальной собственности в той или иной отрасли;
- риски освоения и использования объекта ИС в различных отраслях;
- возможность и степень правовой защиты;
- объем передаваемых прав и других условий договоров о создании и использовании объекта интеллектуальной собственности;
- способ выплаты вознаграждения за использование объекта интеллектуальной собственности и другие факторы;
- стадии разработки и промышленного освоения ОИС.

Стоимость любого объекта оценки определяется с учетом всех факторов, существенно влияющих как на рынок в целом, так и непосредственно на ценность рассматриваемой собственности.

При определении стоимости объектов интеллектуальной собственности или НМА обычно используют три основных подхода: затратный, сравнительный и доходный.

НМА, как и любые другие активы предприятий, являются объектом *аудита*. Проверять их несколько труднее, так как само слово "нематериальный" означает "неосязаемый". Основной целью аудита НМА является проверка соответствия применяемой в организации методики бухгалтерского и налогового учета, действующей в проверяемом периоде,

нормативным документам, для того чтобы сформировать мнение о достоверности бухгалтерской (финансовой) отчетности во всех существенных аспектах.

Методика аудиторской проверки состоит в том, что аудитор знакомится с основными положениями учетной политики организации, раскрывающими методологию учета НМА:

- способами начисления амортизационных отчислений (в целом или по каждому виду НМА);
- перечнями объектов НМА, по которым не производится начисление амортизации;
- сроками проведения инвентаризации НМА;
- документооборотом по учету НМА;
- перечнем счетов и субсчетов, используемых для учета операций с НМА.

Основными аудиторскими мероприятиями при аудите НМА могут быть:

- контроль за наличием НМА;
- реальность оценки объектов НМА, законность их переоценки отражения результатов в учете и отчетности;
- правильность и законность документального оформления и отражения в учете операций по движению НМА;
- контроль правильности начисления амортизации НМА и отражение операций в учете;
- инспектирование законности организации синтетического и аналитического учета операций с НМА, в том числе арендных операций;
- подтверждение достоверности показателей в бухгалтерской отчетности организации;
- анализ эффективности использования НМА.

При аудите НМА рекомендуется использовать такие методы аудита,

как инспектирование, наблюдение, пересчет (проверка арифметических расчетов аудируемого лица) и аналитические процедуры.

Лицензионный договор.

Право пользования объектом интеллектуальной собственности передается другим заинтересованным хозяйствующим субъектам в соответствии с лицензионным договором.

Лицензионный договор должен быть заключен в письменной форме. При несоблюдении письменной формы такой договор считается ничтожным.

Согласно лицензионному договору одна сторона - обладатель исключительного права на РИД или на средство индивидуализации (лицензиар) предоставляет другой стороне (лицензиату) право использования такого результата в предусмотренных договором пределах.

Гражданский кодекс Российской Федерации (ГК РФ) и действующие административные регламенты требуют регистрации отдельных видов лицензионных договоров в органе исполнительной власти по интеллектуальной собственности - Роспатенте (в частности, договоров о предоставлении права на использование следующих РИД: изобретений, полезных моделей, промышленных образцов, селекционных достижений, топологий интегральных микросхем). При несоблюдении этого требования договор считается ничтожным.

Существуют два вида лицензионных договоров (ст. 1236 ГК РФ):

1) простая (неисключительная) лицензия - предоставление лицензиату права использования РИД или средства индивидуализации с сохранением за лицензиаром права выдачи лицензий другим лицам;

2) исключительная лицензия - предоставление лицензиату права использования РИД или средства индивидуализации без сохранения за лицензиаром права выдачи лицензий другим лицам.

Если лицензионным договором не предусмотрено иное, лицензия предполагается простой (неисключительной).

Приобретение исключительных прав - дело дорогостоящее, и это далеко не всегда рентабельно для бизнеса, поэтому в практической деятельности российских организаций чаще встречаются случаи заключения простого (неисключительного) лицензионного договора на использование РИД.

В лицензионном договоре должны быть отражены следующие существенные условия:

- указание территории, на которой допускается использование РИД. Если это условие не выполнено, лицензиат вправе осуществлять их использование на всей территории РФ;

- срок, на который заключается лицензионный договор, не может превышать рассмотренного срока действия исключительного права на РИД, установленного правоустанавливающими документами. В случае когда срок действия договора не определен, договор считается заключенным на 5 лет;

- предмет договора путем указания на РИД, право использования которых предоставляется по договору, с указанием в соответствующих случаях номера и даты выдачи документа, удостоверяющего исключительное право на такой результат или на такое средство (патент, свидетельство);

- способы использования РИД.

В соответствии с лицензионным договором лицензиат уплачивает лицензиару лицензионные платежи. Применяются следующие виды лицензионных платежей:

- роялти - постепенные выплаты пропорционально определенным показателям в ходе использования объекта (могут начисляться с привязкой к показателям роста прибыли или объема выпуска продукции);

- паушальный платеж - единовременный заранее оговоренный платеж. Паушальные платежи присутствуют, когда сложно спрогнозировать эффект.

- кост-плас (cost plus) - стоимость плюс вознаграждение - выплаты за дополнительные услуги сверх оговоренной цены (паушального платежа).

Договор коммерческой концессии.

Помимо лицензионного договора, поступление прав на объекты НМА в пользование оформляется также договором франчайзинга, носящим в российском законодательстве официальное название "договор коммерческой концессии" (от латинского concessio - разрешение, уступка).

Применение франчайзинга дает существенные преимущества для развития предпринимательской деятельности как для лиц, предоставляющих право использовать свои средства индивидуализации, деловую репутацию, методы организации производства и реализации товаров, работ, услуг (т.е. для франчайзеров), так и для лиц, приобретающих возможности их использования в предпринимательской деятельности (т.е. франчайзи).

В России правовое регулирование отношений франчайзинга осуществляется путем регламентации договора коммерческой концессии в нормах главы 54 ГК РФ, что существенно сужает регулирование соответствующих предпринимательских отношений. Следует констатировать, что правовое регулирование в России не вполне отражает сущность франчайзинга как способа организации и осуществления предпринимательской деятельности.

Франчайзинг - это способ организации и осуществления предпринимательской деятельности, представляющий собой систему отношений, основанных на договоре франчайзинга и иных сопутствующих договорах.

Франшиза - это комплекс исключительных прав, передаваемых по договору.

В целом франчайзинг может быть определен как форма продолжительного делового сотрудничества, в процессе которого крупная компания - франчайзер (правообладатель) - представляет малоизвестной

компания - франчайзи (пользователю) - лицензию (франшизу) на производство продукции, торговлю товарами или предоставление услуг под торговой маркой правообладателя на ограниченной франшизной территории на срок и на условиях, которые определены франшизным договором.

Франчайзинг представляет собой форму предпринимательской деятельности, основанную на системе взаимоотношений, закрепленных рядом соглашений, заключающуюся в возмездном предоставлении одной стороной (организацией, имеющей, как правило, ярко выраженный имидж и высокую репутацию на рынке товаров и услуг) другой стороне (организации или индивидуальному предпринимателю) своих средств индивидуализации производимых товаров, выполняемых работ или оказываемых услуг (товарный знак или знак обслуживания, фирменный стиль), технологии ведения бизнеса и другой коммерческой информации, использование которой другой стороной будет содействовать росту и надежному закреплению на рынке товаров и услуг. При этом передающая сторона обязуется оказывать содействие в становлении бизнеса, обеспечивать техническую и консультационную помощь.

Основной функцией франчайзинга является предоставление правообладателем пользователю права использования комплекса исключительных прав в предпринимательской деятельности пользователя. Данная правовая функция является юридической формой реализации экономической функции франчайзинговых отношений, состоящей в создании или расширении производственной, сбытовой сети для продвижения товаров или услуг, расширения рынка их сбыта.

Суть франчайзинга состоит в предоставлении крупной и известной компанией другому предприятию, часто только начинающему собственный бизнес на рынке, права в течение определенного времени и на оговоренной территории вести предпринимательскую деятельность, аналогичную деятельности франчайзера, с использованием уже

отработанной технологии, известного и популярного товарного знака, с возможностью обучения персонала и получения необходимых консультаций. Франчайзер может брать на себя обязательство по поставке оборудования, сырья и материалов, оказывать помощь в управлении бизнесом, предоставлять своим франчайзи финансовую помощь. Вознаграждение по договору франчайзинга, как правило, выплачивается пользователем в форме фиксированного первоначального взноса, платы за лицензию, а также последующих отчислений от выручки или в иной форме, например посредством приобретения оборудования и материалов у франчайзера.

По типу франчайзинговой стратегии в зарубежных странах выделяют следующие виды франчайзинга

- торговый франчайзинг (product tradename franchising) - франчайзи продает товар франчайзера, работая под его торговой маркой (например, Coca-Cola);

- франчайзинг бизнес-формата (business format franchising; "package franchise") - единая торговая марка, принадлежащая франчайзеру, методы работы; франчайзер осуществляет текущую поддержку, консультирует и обучает франчайзи (например, McDonald's);

- конверсионный франчайзинг (conversion franchising) - превращение действующего предприятия в члена франчайзинговой системы без радикального изменения методов работы с целью выживания в условиях сильной конкуренции, благодаря марке франчайзера, улучшению услуг и снижению издержек (например, Holiday Inns за несколько лет создал огромную сеть гостиниц, каждая из которых обладает своим уникальным обликом).

Конкретный вид франчайзинга определяется исходя из рыночной ситуации, вида деятельности и стратегической цели фирмы. Например, на быстрорастущем рынке фирме с сильной конкурентной позицией целесообразнее всего использовать торговый франчайзинг, создавая

дилерскую сеть, но сохраняя при этом жесткий контроль над рынком. Если же при ведении бизнеса очень важным является соблюдение технологии и единых методов работы всеми участниками сети, то лучше создавать франчайзинговую систему бизнес-формата. На фрагментированных рынках, где работает много мелких и средних фирм, которым нет большого смысла сливаться (нет экономии на масштабах, обслуживаются небольшие изолированные местные рынки), можно эффективно использовать бизнес-формат или конверсионный франчайзинг, при которых в значительной степени сохраняется независимость предприятия.

Так как договоры франчайзинга применяются в различных сферах и имеют много разновидностей, определенные виды франчайзинговых договоров имеют много общих черт с иными видами обязательств.

Наиболее близкими к договорам франчайзинга являются лицензионные договоры по передаче права пользования на интеллектуальную собственность. Но между ними имеются и отличия, основные из которых состоят в том, что целью договора франчайзинга всегда является создание новых предпринимательских комплексов, лицензионные же договоры направлены на использование отдельных объектов интеллектуальной собственности, вне зависимости от цели такого использования. Кроме того, предмет договора не ограничивается передачей объектов интеллектуальной собственности в пользование, а включает в себя также элементы договора на возмездное оказание услуг, товарищеского договора и даже договора купли-продажи. В отличие от лицензионного договора, где лицензиат во внешних отношениях выступает как лицо, отличное от лицензиара, а при франчайзинге франчайзи во взаимоотношениях с потребителями фактически идентичен франчайзеру.

Договор сбытового или товарного франчайзинга иногда сравнивают с договором об исключительной продаже товаров или применительно к международной купле-продаже товаров с договором об исключительном импорте, т.е. с дилерскими договорами. Отличия, как и в предыдущем

случае, заключаются в том, что дилер перед покупателями выступает как самостоятельное юридическое лицо, занимающееся исключительно продажей товаров правообладателя. При договоре франчайзинга франчайзи полностью идентичен своему франчайзеру для потребителей его товаров и услуг.

Договоры франчайзинга надо отличать также от предпринимательских договоров, связанных с управлением одним юридическим лицом другим юридическим лицом. Их сходство в том, что договору франчайзинга и договору управления свойственны контроль и фактическое управление со стороны одного лица по отношению к другому. Отличия в том, что целью договора франчайзинга является передача "делового комплекса" как объекта и извлечение прибыли посредством использования данного предприятия другим лицом. Основной целью предпринимательского договора управления является установление контроля одного лица над органами управления другого лица. При этом данные лица, в отличие от сторон договора франчайзинга, могут осуществлять различную деятельность.

Договор франчайзинга в случае выплаты франчайзеру вознаграждения в виде фиксированного разового платежа фактически может быть воспринят близким к договору купли-продажи, так как в обоих случаях за передачу сходного объекта гражданских прав следует денежный платеж. Однако юридически разница между ними велика. Во-первых, предметом договора купли-продажи являются вещи, а предметом договора франчайзинга могут являться и вещи, но прежде всего передается право на пользование объектами интеллектуальной собственности. Во-вторых, по договору купли-продажи имеет место отчуждение объекта договора. По договору франчайзинга имущество (вещи) также может отчуждаться, однако права на интеллектуальную собственность, несмотря на передачу прав на ее использование другому субъекту, сохраняются за франчайзером.

При выплате франчайзи вознаграждения франчайзеру за право

пользования франшизой в форме периодических платежей договор франчайзинга является сходным с договором имущественного найма (аренды), так как в обоих случаях объект гражданских прав передается во временное пользование за плату. Но отличие в том, что предметом договора аренды являются вещи, а не объект интеллектуальной собственности. Кроме того, отношения арендодателя и арендатора сводятся к простой схеме - пользование за вознаграждение. Отношения же франчайзера и франчайзи гораздо шире.

Эксперты Всемирной организации интеллектуальной собственности определяют франшизу как "договор, по которому одно лицо (правообладатель), имеющее разработанную систему ведения определенной деятельности, разрешает другому лицу использовать эту систему согласно требованиям владельца франшизы в обмен на вознаграждение".

Договор франчайзинга можно рассматривать и как "соглашение, при котором производитель или единоличный распространитель продукта или услуги, защищенных торговой маркой, дает эксклюзивные права на распространение на данной территории своей продукции или услуг независимым предпринимателям (розничным торговцам) в обмен на получение от них платежей (роялти) при условии соблюдения технологий производственных и обслуживающих операций".

В узком смысле под договором о франшизе часто понимают разновидность договора об исключительной продаже товаров, сторонами которого являются поставщик товаров и/или услуг и привилегированный покупатель. По такому договору товары приобретаются покупателем в собственность для перепродажи на рынке или для оказания услуг, причем характерным является введение в договор условия об исключительной продаже и покупке сторонами товаров в определенном объеме для дальнейшей их коммерциализации на монопольных началах в границах устанавливаемой в контракте территории.

Подход, рассматривающий договор франчайзинга исключительно как разновидность договора о предоставлении исключительных прав на использование объектов интеллектуальной собственности, является крайне ограниченным. Как показывает анализ существенных признаков договора франчайзинга, содержание указанного договора выходит за пределы отношений по предоставлению исключительных прав и охватывает отношения по оказанию правообладателем пользователю консультационных, обучающих и контрольных услуг. Это предопределяется целью отношений франчайзинга, которая состоит в воспроизведении пользователем предпринимательской деятельности правообладателя во всех ее аспектах.

Франчайзинг, обладая комплексным характером, опосредуется через различные системы договорных связей. Под системой договорных связей в сфере франчайзинга следует понимать совокупность договоров, заключение которых является условием достижения экономических целей предпринимательской деятельности, основанной на договоре франчайзинга. Данная система договорных связей имеет определенную структуру, проявляющуюся в упорядоченности заключения договоров и взаимосвязи их условий.

Центральное место в указанной системе договорных связей в сфере франчайзинга по российскому праву принадлежит договору коммерческой концессии, в соответствии с которым одна сторона (правообладатель) обязуется предоставить другой стороне (пользователю) за вознаграждение на срок или без указания срока право использовать в предпринимательской деятельности пользователя комплекс принадлежащих правообладателю исключительных прав, включающий право на товарный знак, знак обслуживания, а также права на другие предусмотренные договором объекты исключительных прав, в частности на коммерческое обозначение, секрет производства (ноу-хау) (ст. 1027 Гражданского кодекса Российской Федерации).

Иными словами, этот договор регулирует отношения по поводу использования одним лицом в своей предпринимательской деятельности исключительных прав другого лица на объекты интеллектуальной собственности и приравненные к ним средства индивидуализации товара и его производителя, а также некоторых неисключительных прав, в частности на охраняемую коммерческую информацию, коммерческие обозначения.

За рубежом предмет договора коммерческой концессии в начальной стадии исторического развития данного института гражданского права отличался от предмета договора франчайзинга, так как не предусматривал обязательного предоставления пользователю права на фирменное наименование или коммерческое обозначение правообладателя. Договор коммерческой концессии (договор об исключительной продаже товаров) существует в практике зарубежных государств и сейчас. Его предмет - предоставление исключительного права на продажу товара, производимого одним лицом, другому лицу, т.е. своего рода уступка исключительного правомочия собственника - распоряжения товаром путем его продажи <15>. И только со временем, когда предоставление пользователю права на средство индивидуализации правообладателя было не только включено в круг обязанностей последнего, но также стало конституирующим признаком самого договора, договор франчайзинга стал самостоятельным видом договора, отделившись от договора коммерческой концессии.

В российском законодательстве такую обязанность, как передача прав на средство индивидуализации правообладателя, предусматривает ст. 1027 ГК РФ. Отсюда очевидно, что глава 54 Гражданского кодекса Российской Федерации, содержащая указанную статью, должна именоваться "Франчайзинг", а стороны договора соответственно предлагается именовать следующим образом: правообладателя - франчайзером, а пользователя - франчайзи.

Соответственно федеральный закон, который необходим для детализации и уточнения положений главы 54 Гражданского кодекса Российской Федерации, тоже должен будет иметь своим предметом не коммерческую концессию, а франчайзинг. Под этим названием такой договор и регулируемые им отношения должны быть закреплены и в прочем законодательстве.

По критерию необходимости включения иных договоров в состав системы договорных связей на основе франчайзинга для достижения целей предоставления франшизы все системы договорных связей на основе договора франчайзинга могут быть разделены на два уровня.

В основе франчайзинга лежит представление о том, что однажды найденная успешная модель, организационная и коммерческая схема ведения бизнеса, опирающаяся на сильный бренд, может быть воспроизведена многими участниками рынка. Для франчайзера он является хорошим средством расширения и развития дела, успешность которого уже доказана, распространения бренда, который уже подтвердил свою жизнеспособность и привлекательность как для потребителей, так и для самой бизнес-организации в качестве стабильной основы ее корпоративной культуры.

Для компаний или индивидуальных предпринимателей - франчайзи механизмы франчайзинга также предоставляют целый ряд преимуществ. Принципиальное значение имеет то обстоятельство, что франчайзинговые схемы делают возможным сочетание индивидуальной предпринимательской инициативы, самостоятельной творческой активности, независимости с принадлежностью к крупной бизнес-структуре, что обеспечивает защищенность и снижение рисков. Во-первых, они получают готовые проверенные эффективные модели ведения бизнеса, успешный бренд, деловой стиль и т.д., позволяющие, даже не имея опыта, вести собственный успешный бизнес. Во-вторых, связь франчайзера и франчайзи является постоянной, и любые непредвиденные

ситуации, которые неминуемо возникают, разрешаются совместно, при помощи более опытного, организованного и обладающего большими ресурсами старшего партнера. В-третьих, предприниматель-франчайзи обладает конкурентным преимуществом, которым никогда не будет обладать начинающий индивидуальный предприниматель, - именем, брендом, репутацией своего старшего партнера - франчайзера. Как правило, договор франшизы предполагает определенную территорию ведения бизнеса, которую осваивает франчайзи, что делает его относительно защищенным от конкуренции.

Материальное стимулирование создания и использования объектов интеллектуальной собственности.

Материальное стимулирование авторов изобретений, промышленных образцов, полезных моделей и других результатов интеллектуальной деятельности (РИД) является существенным прямым экономическим рычагом инновационной деятельности. Оптимальные размеры и сроки выплаты авторских вознаграждений в значительной мере определяют творческую активность и эффективность деятельности авторов — непосредственных создателей научно-технических достижений.

Авторы научно-технических достижений могут быть одновременно и патентообладателями. В этом случае они получают право на доход в виде выручки от продажи своих прав на РИД на основе лицензионных договоров или таковых об уступке патентов. Однако следует иметь в виду, что большинство авторов являются создателями служебных РИД и в соответствии с действующим российским законодательством получают право на соразмерное авторское вознаграждение. Именно в таких случаях могут возникнуть серьезные проблемы во взаимоотношениях между авторами и работодателями-патентообладателями.

В соответствии с действующим законодательством (часть IV ГК РФ) авторы служебных объектов промышленной собственности — служебных

изобретений, промышленных образцов и полезных моделей имеют право на вознаграждения.

Согласно ст. 1370 ГК РФ изобретение, полезная модель, промышленный образец, созданные работником в связи с выполнением своих трудовых обязанностей или конкретного задания работодателя, признаются соответственно служебными объектами промышленной собственности.

При этом исключительное право на служебные объекты промышленной собственности и право на получение патента принадлежит работодателю, если иное не предусмотрено другим договором между работником и работодателем.

Если работодатель получит патент на служебный ОПС, либо примет решение о сохранении информации о таких ОПС в тайне и сообщит об этом работнику, либо передаст право на получение патента другому лицу (правопреемнику), либо не получит патент по поданной им заявке по зависящим от него причинам, работник–автор имеет право на вознаграждение. Размер вознаграждения, условия и порядок его выплаты работодателем определяются договором между ним и работником, а в случае спора – судом.

Работник должен письменно уведомить работодателя о создании в связи с выполнением своих трудовых обязанностей или конкретного задания работодателя такого результата, в отношении которого возможна правовая охрана.

Если работодатель в течение четырех месяцев со дня уведомления его работником не подаст заявку на выдачу патента на ОПС в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности, не передаст право на получение патента на ОПС другому лицу или не сообщит работнику – автору о сохранении информации в тайне, право на получение патента на такие ОПС принадлежит работнику. В этом случае работодатель в течение срока действия патента имеет право на

использование такого ОПС в собственном производстве на условиях простой (неисключительной) лицензии с выплатой патентообладателю компенсации, размер, условия и порядок выплаты которой определяются договором между работником и работодателем, а в случае спора – судом.

ОПС, созданные работником с использованием денежных, технических или иных материальных средств работодателя, но не в связи с выполнением своих трудовых обязанностей или конкретного задания работодателя, не является служебным. Право на получение патента на такие ОПС принадлежит работнику. В этом случае работодатель вправе по своему выбору потребовать предоставления ему безвозмездной простой (неисключительной) лицензии на использование созданного РИД для собственных нужд на весь срок действия исключительного права либо возмещения расходов, понесенных им в связи с созданием таких ОПС.

В случае, когда ОПС созданы при выполнении договора подряда или договора на выполнение НИОКР и ТР, которые прямо не предусматривали их создание, право на получение патента на данные ОПС принадлежит исполнителю, если договором между исполнителем и заказчиком не предусмотрено иное.

В этом случае заказчик вправе использовать ОПС на условиях простой (неисключительной) лицензии в течение всего срока действия патента без выплаты исполнителю дополнительного вознаграждения. При этом заказчик не утрачивает своего права на получение этой лицензии в случае передачи исполнителем права на получение патента другому лицу или отчуждения самого патента другому лицу (п. 1 ст. 1371 ГК РФ).

В случае, когда в соответствии с договором между исполнителем и заказчиком право на получение патента на ОПС принадлежит заказчику либо указанному заказчиком в договоре третьему лицу, исполнитель вправе использовать созданные ОПС для собственных нужд на условиях безвозмездной простой (неисключительной) лицензии в течение всего срока действия патента, если договором не предусмотрено иное.

В этих случаях право на вознаграждение имеют авторы–работники исполнителя, когда право на получение патента на ОПС имеет их работодатель (исполнитель) (п. 3 ст. 1371 ГК РФ).

В особом порядке вознаграждение выплачивается авторам промышленного образца, созданного по заказу на основе договора между заказчиком и исполнителем. В данном случае в соответствии с п. 3 ст. 1372 ГК РФ независимо от того, кто является патентообладателем созданного по заказу промышленного образца, автору выплачивается вознаграждение в соответствии с п. 4 ст. 1370 ГК РФ.

В случае выполнения НИОКР и ТР по государственному или муниципальному контракту, т.е. за счет бюджетных средств, право на получение патента на ОПС, созданные при этом, принадлежит исполнителю, если по условиям контракта не предусмотрено, что это право принадлежит РФ, субъекту РФ или муниципальному образованию, от имени которых выступает государственный или муниципальный заказчик, то в соответствии с п. 7 ст. 1373 ГК РФ автору ОПС, не являющемуся патентообладателем, выплачивается вознаграждение в соответствии с п. 4 ст. 1370 ГК РФ.

Право автора на вознаграждение в отдельном случае за создание, а также за использование ОПС вытекает из положений ст. 12 Федерального закона от 18.12.06 г. № 231-ФЗ «О введении в действие части четвертой ГК РФ», в соответствии с которой действуют положения пунктов 1,3 и 5 статьи 32 и статей 33 и 34 Закона СССР от 31.05.91 г. « 2213-1 «Об изобретениях в СССР», пункта 3 статьи 21, пунктов 1 и 3 статьи 22 и статьи 23 Закона СССР от 10.07.91г. № 2328-1 «О промышленных образцах». Данные нормы действуют в настоящее время на территории РФ до принятия законодательных актов РФ о развитии изобретательства и художественно-конструкторского творчества.

Согласно ст. 32 Закона «Об изобретениях в СССР» авторы служебных изобретений имеют право на получение:

- поощрительного вознаграждения за факт создания служебного изобретения (п. 5 ст. 32);
- вознаграждения за использования служебного изобретения (п. 1 ст. 32);
- вознаграждения от продажи лицензии, объектом которой является служебное изобретение (п. 1 ст. 32).

Минимальный размер поощрительного вознаграждения составляет размер средней заработной платы одного работника коллектива предприятия за предшествующий месяц выплаты данного вознаграждения, которое выплачивается в месячный срок с даты получения патента работодателем. Оно распределяется между соавторами согласно представленной ими справке о долевом участии каждого из них в создании изобретения и не учитывается при последующих выплатах вознаграждений.

Вознаграждение за использование изобретения в течение срока действия патента выплачивается автору на основе договора с работодателем, получившим патент, или его правопреемником в размере не менее 15 процентов прибыли (либо ее доли), полученной от реализации продукции, в производстве которой использовалось изобретение, ежегодно получаемой патентообладателем, если использование изобретения позволяет получать прибыль (п. 1 ст. 32).

Вознаграждение за использование изобретения, полезный эффект от которого не выражается в прибыли или доходе, выплачивается автору в размере не менее 2 процентов от производственной себестоимости (либо ее доли), приходящейся на данное изобретение (п. 1 ст. 32).

Вознаграждение от выручки за продажу лицензии выплачивается в размере не менее 20 процентов выручки, поступившей на расчетный счет лицензиара–работодателя без ограничения максимального размера вознаграждения.

Вознаграждение за использование промышленного образца выплачивается автору в течение срока действия патента в размере не менее пятикратного размера минимальной заработной платы за каждый полный или неполный год использования.

Вознаграждение автору промышленного образца при продаже лицензии составляет не менее 20 процентов выручки от ее продажи без ограничения максимального размера вознаграждения.

При этом вознаграждение должно выплачиваться автору не позднее 3-х месяцев после истечения каждого года использования ОПС и не позднее 3-х месяцев поступления выручки от продажи лицензии. За несвоевременную выплату вознаграждения патентообладатель, виновный в этом, уплачивает автору за каждый день просрочки пеню в размере 0,04 процента суммы, причитающейся к выплате (ст. 33 Закона № 2213-1 и ст. 23 Закона № 2328-1).

Выплата вознаграждений лицам, содействующим созданию и использованию изобретений и промышленных образцов, регламентируется ст. 34 и п. 3 ст. 21 вышеуказанных законодательных актов.

Управление интеллектуальной собственностью

Раздел «Управление интеллектуальной собственностью» представлен следующими учебными пособиями:

1) Управление знаниями в инновационной экономике. Учебник. Под редакцией Б.З. Мильнера. М.: Экономика, 2009, 600 стр.

2) Инновационное развитие. Экономика, интеллектуальные ресурсы, управление знаниями. Под редакцией д.э.н., профессора Б.З. Мильнера. М.: ИНФА-М, 2009, 624 стр.

3) Мухопад В.И. Коммерциализация интеллектуальной собственности. - М.: Магистр ИНФРА-М, 2010. - 512 с.

4) Мухопад В.И. Интеллектуальная собственность в мировой экономике знаний. - М.: РГИИС, НИИ «Школьные технологии», 2009. - 256 с.

5) Мухопад В.И. Международные коммерческие операции с интеллектуальной собственностью. - М.: РГИИС, 2011. - 257 с.

6) Мухопад В.И. Рынок лицензий в экономике России. Теория и практика лицензионной торговли. - М.: ОАО ИНИЦ «Патент», 2010. - 308 с.

7) Мухопад В.И. Лицензионная торговля: маркетинг, ценообразование, управление. Издание 2-ое, переработанное и дополненное. - М.: ИНИЦ Роспатента, 2002. - 339 с.

8) Мухопад В.И. Интеграция интеллектуальной собственности в Национальную инновационную систему России. М.: «Патенты и лицензии», журнал, №8-9, 2012

9) Мухопад В.К. Проблемы управления интеллектуальной собственностью в экономике России. – М.: Патенты и лицензии, №5, 2014.

10) Конов Ю.П., Гончаренко А.П. Рынок интеллектуальной собственности. Учебник. – М.: «Экономика», 2010. – 540 с.

11) Конов Ю.П., Гончаренко А.П. Экономика интеллектуальной собственности. Учебник. – М.: «Экономика», 2011. – 502 с.

12) Леонтьев Б.Б., Мамаджанов Х.А. Принципы и подходы к оценке интеллектуальной собственности и нематериальных активов. Учебное пособие. М.: «РИНФО», 2003. – 172 с.

В представленных учебных изданиях содержатся систематизированные сведения научного и прикладного характера,

изложенные в форме, удобной для изучения и преподавания. Особое внимание в них уделено связи рассматриваемых вопросов с объектами профессиональной деятельности патентоведов, требованиями их образованности, а также рассмотрению новых сведений (концепций, фактов, нормативных и правовых актов). В работах приведены сопоставительные данные по организации и технике лицензионной торговли на мировом и российском рынке лицензий. Изложение материала сопровождается схемами, рисунками, графиками. Особое внимание уделено деловой игре, связанной с подготовкой, ведением переговоров и заключению лицензионного договора на основе заданных исходных данных, максимально приближенных к реальным условиям.

Учебные материалы изложены в соответствии с учебной программой и структурированы на фрагменты, входящие в модуль. Каждый фрагмент представляет собой целостный раздел учебного материала. Структура текстов лекций, то есть последовательность разделов тем и вопросов соответствует тематическому плану учебной программы по дисциплине.