

УДК 338

***Е. А. Богомолов***

ФГБОУ ВО «Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова»  
Ивановский филиал, Иваново, e-mail: strelaua@mail.ru

***О. Ю. Гурьева***

ФГБОУ ВО «Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова»  
Ивановский филиал, Иваново, e-mail: angelochek\_gureva@mail.ru

***И. А. Смирнова***

ФГБОУ ВО «Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова»  
Ивановский филиал, Иваново, e-mail: smirnoffa063@mail.ru

## **ПАТЕНТНО-ИНФОРМАЦИОННЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ КАК ФАКТОР ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

**Ключевые слова:** патент, предпринимательская деятельность, конкурентоспособность, интеллектуальная собственность, инновационный процесс.

В статье рассматриваются вопросы применения патентно-информационных исследований в предпринимательской деятельности для целей совершенствования её конкурентоспособности. Указаны основные принципы организации и осуществления патентно-информационных исследований и определены возможности использования результатов этих исследований экономистами и предпринимателями для решения соответствующих стратегических задач.

Выявлено, что результаты патентно-информационных исследований позволяют: определить наиболее перспективные направления предпринимательской деятельности на рынке данных товаров или услуг; объективно оценить технический уровень инновационного продукта; принять рациональное решение о возможности, целесообразности и необходимой форме правовой охраны данного объекта интеллектуальной собственности; определить основную совокупность требований, предъявляемых потребителями к данному объекту предпринимательской деятельности (продукту или услуге); конкретизировать важнейшие особенности конкурентов; объективно определить специфику позиционирования своей фирмы на рынке соответствующих товаров или услуг; выбрать наиболее перспективные стратегические направления дальнейшего развития предпринимательской деятельности.

Установлено, что выбор метода осуществления инновационного процесса зависит, прежде всего, от степени сложности создаваемого новшества в виде объекта предпринимательской деятельности (товара или услуги) и чем сложнее этот объект, тем большую актуальность приобретают вопросы о возможности поглощения данным предприятием другой фирмы или о возможности осуществление данным предприятием совместной разработки новшества с каким-либо другим субъектом предпринимательской деятельности. При этом вариант деятельности, связанный с приобретением конкурирующей фирмы, вместе с принадлежащими ей перспективными новшествами (а не совместная с этой фирмой разработка данных новшеств) тем предпочтительнее, чем длиннее ожидаемый жизненный цикл перспективных разработок конкурирующей фирмы.

Патентно-информационные исследования являются важным условием информационно-аналитического обеспечения этапов принятия руководителями предприятий оптимальных управленческих решений по объективному определению характера конкурентоспособности своей предпринимательской деятельности и основных принципов её дальнейшего развития.

***О. Ю. Gur'eva***

Russian University of Economics. G.V. Plekhanov, Ivanovo branch, Ivanovo,  
e-mail: angelochek\_gureva@mail.ru

***Е. А. Bogomolov***

Russian University of Economics. G.V. Plekhanov, Ivanovo branch, Ivanovo,  
e-mail: strelaua@mail.ru

***И. А. Smirnova***

Russian University of Economics. G.V. Plekhanova, Ivanovo branch, Ivanovo,  
e-mail: smirnoffa063@mail.ru

## **PATENT INFORMATION RESEARCHES AS A FACTOR FOR ENSURING COMPETITIVENESS OF ENTREPRENEURSHIP ACTIVITY**

**Keywords:** patent, entrepreneurial activity, competitiveness, intellectual property, innovation process.

The article discusses the use of patent information research in business activities in order to improve its competitiveness. The basic principles of the organization and implementation of patent information research are indicated and the possibilities of using the results of these studies by economists and entrepreneurs to solve relevant strategic tasks are defined.

It is revealed that the results of patent information research allow: to determine the most promising areas of business activity in the market for these goods or services; objectively assess the technical level of the innovative product; make a rational decision on the possibility, expediency and necessary form of legal protection of this intellectual property item; determine the main set of requirements imposed by consumers on this business object (product or service); specify the most important features of competitors; objectively determine the specifics of the positioning of your company in the market for relevant goods or services; choose the most promising strategic directions for further business development.

It has been established that the choice of the innovation process depends, first of all, on the degree of complexity of the innovation being created in the form of an entrepreneurial activity object (product or service) and the more complex this object is, the more topical are the questions about the possibility of this company's absorption by another company or the possibility of this joint venture development enterprise with any other business entity. At the same time, the variant of activity associated with the acquisition of a competing firm, together with the promising innovations belonging to it (rather than the joint development of these innovations with this firm), the more preferable the longer life cycle of the prospective developments of the competing firm.

Patent information studies are an important condition for information and analytical support of the stages of decision-making by managers of enterprises for optimal management decisions on the objective determination of the nature of the competitiveness of their business and the basic principles of its further development.

### Введение

Одним из главных показателей эффективности современной предпринимательской деятельности считают её конкурентоспособность, обеспечиваемую теми или иными преимуществами, которыми в данный момент обладает конкретная фирма или, в целом, определённое государство. Причём, собственно конкурентоспособность предпринимательской деятельности представляет собой наличие возможности у данного предпринимателя для получения необходимых ему объёмов прибыли в условиях постоянного и непримиримого соперничества с другими предпринимателями, осуществляющими свою деятельность на том же рынке товаров или услуг и с той же целью (т.е. для получения необходимой прибыли), что и данный предприниматель.

Основными факторами, которые оказывают наиболее существенное влияние на конкурентоспособность предпринимательской деятельности, являются следующие.

1. Соответствие технического уровня результатов предпринимательской деятельности последним достижениям науки и техники в сфере данного предпринимательства. При этом, технический уровень объекта данного предпринимательства (товара или услуги) определяется путем сравнения совокупности основных показателей свойств этого

объекта с совокупностью показателей таких же свойств у аналогичных объектов, успешно продающихся на конкретном рынке. Если объект, используемый в предпринимательской деятельности, имеет более высокий технический уровень, например, уменьшенное потребление электроэнергии, повышенный срок службы, оригинальный и привлекательный для потребителя внешний вид, соответствующий модным тенденциям и т.п., то тогда к этому объекту предпринимательства покупатели будут проявлять интерес и будут готовы его приобретать даже за большую цену, по сравнению с ценами на другие, аналогичные объекты предпринимательства, представленные на данном рынке.

2. Соответствие качества продукции требованиям потребителей. При этом потребности потенциальных покупателей с течением времени могут изменяться и вследствие этого должны будут претерпевать изменения и объекты предпринимательской деятельности и их основные свойства. Например, в связи с повышением требований к экологичности объектов техники расширяется число видов и моделей, предлагаемых покупателям транспортных средств с пониженными уровнями производимых этими транспортными средствами шумовых помех, и вредных выбросов в атмосферу.

3. Тенденции развития рынка данного объекта предпринимательства для

определения перспектив его развития. При этом, успешный выход на рынок с каким-либо объектом предпринимательства и устойчивое положение данного объекта на рынке в течение определённого (длительного) периода времени определяются перспективами развития рынка в отношении данного объекта [1, с. 237].

4. Условия конкуренции на данном рынке. При этом, учет условий конкуренции предполагает выявление фирм-конкурентов на конкретном рынке. При наличии у данной фирмы достояния запаса созданных ею оригинальных, т. е. отсутствующих у других, конкурирующих с ней фирм, объектов предпринимательства, вызывающих у потребителей наибольший интерес, эта фирма становится более конкурентоспособной, и при удачном, для этой фирмы, стечении обстоятельств, она может стать весьма успешной в сфере использования данного объекта предпринимательства.

5. Патентно-правовые показатели объекта предпринимательства. При этом, к патентно-правовым показателям объекта предпринимательства относятся его патентная чистота и наличие охранных документов (патентов, свидетельств) на используемое в данном объекте техническое или художественно-конструкторское решение. Патентная чистота означает, что коммерческое использование данного объекта предпринимательства (продукции или услуги) не должно нарушать исключительные права третьих лиц, защищённых соответствующими охранными документами, выданными в стране, где эту продукцию или услугу необходимо реализовывать как товар. Причём наличие или отсутствие патентной чистоты данного объекта предпринимательства устанавливается при проведении экспертизы на патентную чистоту, которая является одной из задач патентных исследований.

6. Производственные факторы и условия поставки, и сбыта продукции. При этом, производственные факторы и условия поставки, и сбыта продукции зависят от достижений фирмы в области организационной и управленческой инновационной деятельности, что мо-

жет быть реализовано в виде: овладения фирмой какой-либо передовой технологией, благодаря использованию этой фирмой успешных результатов её НИОКР; рационального планирования и реализации маркетинговых мероприятий; использования гибкой производственной структуры; наличия надежных поставщиков [2, с. 130] и т. д.

7. Стоимостные факторы. При этом, цена продукции обычно находится в прямой зависимости от ее качества. А полная цена потребления продукции складывается из стоимости данного изделия на рынке и затрат потребителя, связанных с эксплуатацией изделия в течение гарантийного срока его службы. Причём, конкурентоспособность изделия существенно зависит от цены потребления продукции и снижается при снижении доли цены приобретения продукции в полной цене её потребления.

8. Информационно-рекламные факторы, которые всегда оказывают весьма существенное влияние на конкурентоспособность товара и результаты соответствующей предпринимательской деятельности. В свою очередь, успех рекламной деятельности тоже, как правило, существенно зависит от общей потребительской привлекательности самого рекламируемого товара.

**В целях исследования была проанализирована** опубликованная в разных источниках и разными авторами информация о принципах и особенностях получения результатов патентно-информационных исследований, выполняемых предприятиями и организациями для обеспечения необходимой конкурентоспособности предпринимательской деятельности этих хозяйственных субъектов.

Любые виды деятельности фирмы по обеспечению её конкурентных преимуществ всегда так или иначе предполагают использование тех или иных технологий. При этом фирма добивается конкурентного преимущества чаще всего за счет внедрения и использования оригинальных нововведений – как в технологиях производства товаров или оказания услуг, так и в способах планирования, организации и ведения офисной или информационно-рекламной работы.

А реализация этих нововведений обеспечивается, как правило, за счет обретения исключительных прав на создаваемую при этом интеллектуальную (промышленную) собственность.

В последнее время наблюдается все более острая конкурентная борьба за обретение и использование исключительных прав на интеллектуальную собственность, которая включает также преодоление рисков, вызванных наступательными стратегиями, актами недобросовестной конкуренции и монополистической деятельностью соперников [3, с. 305]. Формирующаяся сейчас экономика знаний породила новую окружающую среду конкуренции, в которой развивается соперничество за исключительные права на новые, всё более эффективные способы или средства производства продукции или оказания услуг. Поэтому, современным предпринимателям важно уметь ориентировать свою деятельность на конечную цель своего предприятия – ведение прибыльного предпринимательства за счет создания для своего предприятия конкурентных преимуществ, в обеспечении которых одну из главных ролей играет осуществление инновационных процессов с использованием наиболее удачных результатов интеллектуальной деятельности.

Расширение рынков товаров и услуг способствует активизации роста и специализации предпринимательской деятельности, обостряет конкурентную борьбу, усиливая потребность общества в инновациях и возможностях их надежной правовой охраны на внутреннем и мировом рынке. Это, в свою очередь, повышает роль системы правовой охраны интеллектуальной собственности вообще и промышленной собственности в особенности, так как именно промышленная собственность обеспечивает наиболее активное совершенствование качества жизни большинства населения любой страны.

Особое внимание уделяется в современной конкурентной борьбе патентам. Во-первых, они представляют реально осязаемую часть интеллектуальной собственности, обладают наиболее надежной правовой охраной и (за исключением средств массовой информации

и индустрии развлечений) оказывают сегодня наиболее сильное влияние на коммерческий успех и рыночную стоимость фирмы. Во-вторых, патентные базы данных являются хранилищами важнейшей информации, которая, будучи подкрепленной средствами автоматизированного поиска и аналитической переработки, становится мощным фактором эффективного ведения предпринимательской деятельности.

Основными достоинствами патентной информации являются: уникальность, т. к. основная часть сведений, содержащихся в патентных документах, в дальнейшем не дублируется в других источниках информации; оперативность, т. к. патентная информация опережает другие виды публикаций, как правило, на несколько лет; достоверность, т. к. патентная информация подтверждается выводами государственной научно-технической экспертизы; универсальность и широкий охват стран, т. к. патентная информация охватывает все области науки и промышленности и публикуется более, чем в 80 странах; структурированность, т. к. патентная информация представляет собой текст патентного документа, изложенный в соответствии со строго определенными и общепризнанными требованиями и нормами патентного права; упорядоченность, т. к. патентно-информационные документы снабжены регистрационными номерами, классификационными и другими индексами.

#### **Материал и методы исследования**

В работе использовались материалы общей и специальной литературы, действующие нормативно-правовые акты, а также аналитические статьи, опубликованные в периодической печати и интернете. Методами исследования служили методические разработки, представленные в научных трудах, выполненных по следующим исследовательским направлениям: экономика предприятия, стратегическое и внутрифирменное планирование, оценка бизнеса и нематериальных активов, теория принятия решений [4, с. 227].

Иваново и Ивановская область практически с самого начала рыночных реформ являлись регионом с депрессивной

экономикой, дефицитом регионального бюджета, поэтому ситуация на рынке труда области всегда была достаточно напряженной [5, с. 98]. Низкая заработная плата в регионе, отсутствие развитых производств и одновременное наличие большого числа профессиональных учебных заведений привело к дефициту достойных рабочих мест [6, с. 23].

Углубленный анализ социально-экономической ситуации в регионе выявляет основные проблемы региона по ключевым направлениям развития Ивановской области. Несмотря на относительно устойчивое социально-экономическое развитие Ивановской области в последние годы, существует значительный ряд проблем, решение которых может быть осуществлено в долгосрочной перспективе. Значительная часть из них обусловлена сложившейся ситуацией в России в целом – например, инновационность предпринимательской деятельности в регионе [7, с. 65]. Административные органы устанавливают местные нормы и стандарты в производстве продукта, а также инструкции, влияющие на поведение потребителей. Роль администрации в формировании территориальных преимуществ оказывает влияние на производственный, научно-технический, маркетинговый и финансовый потенциал региона [3, с. 302].

Движущей силой конкуренции во всех видах предпринимательской деятельности является стимул к инновациям. Основными составляющими инноваций являются: результаты творческой деятельности человека; способ правовой охраны новшества, который закрепляет за правообладателем монопольную возможность использования данного новшества в обмен на раскрытие информации о сущности этого новшества; объективная возможность получения правообладателем прибыли, за счёт конкурентных преимуществ новшества на рынке аналогичной продукции. Поэтому, инновации представляют собой процесс трансформации знаний в способы и средства создания и коммерческого использования новых товаров и услуг.

Инновационный процесс с использованием патентных активов, оказывающих непосредственное положительное воздействие на конкурентоспособность предпринимательства, осуществляется в основном двумя основными методами. Первый из этих методов предполагает создание и патентование новшеств силами и средствами самой компании, с целью их последующего производственного внедрения и использования или коммерческой реализации, например, посредством продажи лицензий на право использования этих новшеств другими организациями. Причём, если фирма не имеет возможностей для самостоятельного производственного внедрения и использования запатентованных ею разработок, то обычно применяется их коммерческая реализация. В настоящее время коммерческая реализация запатентованных разработок часто осуществляется путём их лицензирования.

Второй метод осуществления инновационного процесса с использованием патентных активов предполагает использование тех или иных форм партнерства для объединения усилий по освоению заимствованных новшеств посредством приобретения на них лицензий, создания совместных предприятий, слияния или поглощения других компаний, создания стратегических союзов с использованием перекрестного лицензирования, формирования патентных пулов и т. п.

Кроме того, для эффективного осуществления инновационного процесса с использованием патентных активов, фирмы, в соответствии с особенностями конкретных обстоятельств, могут применять различные сочетания двух указанных методов реализации инновационных процессов.

На начальных этапах НИОКР, как правило осуществляется предварительная оценка рыночной потребности и возможных запросов основных категорий покупателей применительно к концепции (замыслу) данного нового товара или услуги, а также определяется – насколько будет возможно использовать будущую новую продукцию или услугу в соответствии с основными стратегическими целями

данной фирмы. И именно на начальных этапах создания новшества проводится патентный анализ для определения: характера и количества конкурентов, которые могут разрабатывать аналогичную продукцию; возможностей обретения патентных прав в предполагаемом секторе рынка данного новшества; потенциальных опасностей нарушения чужих патентных прав, которые подлежат обязательному их устранению.

Растущие затраты на НИОКР, сокращение сроков обновления технических решений, все возрастающая сложность инноваций вынуждают многие компании прибегать к поиску внешних источников новых технологий. При этом могут использоваться: различные формы сотрудничества с другими фирмами для совместного финансирования инновационных процессов создания новшеств, в том числе путём агрегирования патентных прав двух или более организаций, для целей последующей коммерческой реализации, с использованием лицензий, положительных результатов таких совместных разработок, третьим лицам; мероприятия по слиянию и даже поглощению других фирм, обладающих нужными технологиями.

Выбор метода осуществления инновационного процесса зависит, прежде всего, от степени сложности создаваемого новшества в виде объекта предпринимательской деятельности (товара или услуги) и чем сложнее этот объект, тем большую актуальность приобретают вопросы о возможности поглощения данным предприятием другой фирмы или о возможности осуществления данным предприятием совместной разработки новшества с каким-либо другим субъектом предпринимательской деятельности. При этом вариант деятельности, связанный с приобретением конкурирующей фирмы, вместе с принадлежащими ей перспективными новшествами (а не совместная с этой фирмой разработка данных новшеств) тем предпочтительнее, чем длиннее ожидаемый жизненный цикл перспективных разработок конкурирующей фирмы.

Однако, предпочтительность выбора одного из указанных методов осуществления инновационного процесса

может изменяться по мере изменения неопределенности в оценках степени совершенства и бизнес-привлекательности разработок конкурирующих фирм. Например, если такая оценка характеризуется высокой степенью неопределенности, то предпочтительнее покупать лицензии на чужие разработки, а когда основные преимущества новшеств, создаваемых или уже созданных другими фирмами, становятся очевидными, руководители фирмы могут рассматривать и более затратные варианты инновационной деятельности, связанные с совместной разработкой новшества или приобретением этого новшества вместе с чужим предприятием. При этом необходимо отметить, что в настоящее время сделки по слиянию и приобретению компаний превратились в массовое явление. Поэтому, в процессе анализа патентной информации, руководителям предприятий необходимо обязательно выяснять: не затухает ли у компании, являющейся объектом сделки, динамика осуществляемого ею патентования в последние годы; насколько часто цитируются ее патенты в публикациях других фирм; не слишком ли велика ретроспективная глубина ссылок в патентах компании, что указывало бы на снижение темпов ее технического развития; не вовлечены ли ее патенты в ограничительные лицензионные соглашения или патентные споры [8, с. 557].

Опыт промышленно развитых стран свидетельствует, что успех сделки по приобретению конкурирующего предприятия или слиянию с ним, напрямую зависит от должной подготовки компании, не допускающей пренебрежения к патентно-информационному анализу особенностей и результатов деятельности предприятия-конкурента, особенно, когда патентные активы составляют основу богатства этого предприятия.

В современном предпринимательстве ведущую роль играют, как уже указывалось, инновации. А охраняющие их патенты позволяют компаниям захватывать рынки, обеспечивать на них конкурентные преимущества и извлекать прибыль для своих акционеров. Поэтому сбор, анализ

и распространение патентной информации относят сегодня к числу важнейших задач корпоративной информационно-аналитической службы.

Однако, многие предприниматели всё ещё продолжают рассматривать патентный поиск и анализ получаемых при этом результатов всего лишь как часть процедуры подачи патентных заявок или подготовки к судебному разбирательству патентных споров. Между тем, в последнее время все большее число экономистов и бизнесменов обращают своё внимание на появление новых возможностей использования патентно-информационных исследований для решения всё более масштабных стратегических задач. И это не удивительно, поскольку установлена довольно тесная связь между: патентованием изобретений и уровнем экономического развития страны; количеством принадлежащих фирме или стране в целом патентов и ее затратами на НИОКР; структурой взаимного зарубежного патентования и экспортно-импортной политикой; количеством патентных документов – аналогов (регистрируемых на одно и то же изобретение в разных странах) и коммерческой значимостью защищаемого ими технического решения; уровнем изобретательской активности в определенной предметной области и перспективностью соответствующего научно-технического направления; характером взаимного цитирования патентов и природой конкурентных отношений фирм – патентовладельцев; частотой цитирования патентов в более поздних публикациях и качеством защищаемой ими технологии; средним возрастом цитируемых патентов и сроками обновления технических решений.

Теория конкурентоспособности исходит из того, что любая страна, обладающая определенным уровнем экономического развития, имеет особый, обычно присущий только ей набор конкурентных преимуществ. Этими преимуществами могут быть: уровень производительности труда в тех или иных отраслях; квалификация производственного, технического или коммерческого персонала; технический уровень и качество производи-

мой продукции; управленческое мастерство, стратегическое мышление и многое другое. Все более важную роль в этой связи играет интеллектуальный потенциал страны и, в частности, ее патентные активы [7, с. 66].

Для оценки этого потенциала обычно пользуются комплексом макроэкономических показателей, включая определение общемировых тенденций научно-технического развития, отражающегося в состоянии и динамике изобретательской активности. На основании таких сопоставлений можно определять перспективные направления развития науки, техники и технологий и оценивать эффективность национальной научно-технической политики.

Учитывая вышеуказанное, необходимо отметить, что анализ описаний запатентованных изобретений или полезных моделей несомненно является важнейшим условием планирования конкурентоспособной предпринимательской деятельности хотя бы потому, что патент предоставляет исключительное право его владельцу запрещать использование запатентованного изобретения или полезной модели на весь срок действия выдаваемого патента. Благодаря этому патентовладелец получает возможность компенсации своих затрат на инновационную деятельность посредством: реализации инновационной продукции или оказанием инновационных услуг; продажи своих прав на инновационные виды продукции или услуг другой фирме [9, с. 35].

Между тем, срок действия патентных прав в большинстве стран не превышает 20 лет. Поэтому, в планах мероприятий по обеспечению конкурентоспособности предпринимательской деятельности целесообразно предусматривать необходимость проведения исследований и других, более длительных форм защиты интеллектуальной и промышленной собственности. Например, по продолжительности экономической жизни с патентами резко контрастируют товарные знаки. Функциональной защиты они не гарантируют, но срок предоставляемой ими правовой охраны может быть безграничным.

Промежуточную между патентами и товарными знаками позицию, по потенциалу юридической защиты результатов интеллектуальной деятельности занимает авторское право. По размерам сферы применимости юридических методов защиты объектов интеллектуальной собственности авторское право уступает патенту, предоставляя охрану только отображению идей, но зато максимальный срок действия авторских прав может существенно превышать срок действия патентов.

### **Результаты исследования и их обсуждение**

Результаты проведенного исследования свидетельствуют, что инновационный процесс с применением юридических средств обеспечения конкурентоспособности предпринимательской деятельности, осуществляется, как уже указывалось выше, либо путём создания, патентования и освоения новшества силами и средствами самой компании, либо путем осуществления лицензионных сделок, создания совместных предприятий, или поглощения компаний имеющих или разрабатывающих перспективные новшества, другими, более крупными компаниями, действующими на рынке данных товаров или услуг.

В процессе изучения соответствующей опубликованной информации было установлено, что как правило, патентно-информационные исследования проводятся на стадиях определения необходимости и возможностей, и прогнозирования особенностей осуществления проектных и конструкторских разработок, то есть когда решаются задачи выявления основных тенденций и направлений развития отраслей или продукции, когда, на основе выявленных тенденций и направлений развития отраслей промышленности выбираются направления проведения поисковых НИР, а в дальнейшем, планируется тематика проведения конкретных НИР.

Соответственно, основными целями патентно-информационных исследований являются: разработка маркетинговой стратегии для определения наиболее перспективных направлений

деятельности, выявления потенциальных конкурентов, определения направления их деятельности и выбора своей рыночной ниши; минимизация риска, связанного с возможным дублированием уже существующих технических решений на начальном этапе разработки потенциального объекта патентования; определение соответствия объекта патентования такому критерию патентоспособности как «новизна» (мировая или локальная) при подготовке заявки на выдачу соответствующего охранного свидетельства, например патента, с целью снижения риска получения отказа в выдаче этого охранного свидетельства или последующего опротестования такого отказа; получение информации об интересующих технических решениях или технологиях с целью последующего приобретения охранного свидетельства или получения лицензии на уже запатентованное техническое решение; выявление нарушений прав патентообладателей и заявителей на объекты промышленной собственности; анализ (исследование патентной чистоты) условий беспрепятственной реализации промышленной продукции на рынке конкретной страны или стран и исключение возможности нарушения прав третьих лиц, владеющих охранными свидетельствами, действующими на территории этих стран.

Одним из основных условий конкурентоспособности любой продукции является наличие в ней совокупности свойств и характеристик, способных удовлетворять определенные запросы потребителей. Эффективным средством их определения является патентная информация. В описании изобретения к патенту изобретатель раскрывает недостатки известных технических решений и формулирует цели и задачи своего изобретения. При этом нередко выявляются даже такие требования к продукции, о значении которых большинство рядовых её потребителей могут даже не знать. Поэтому на основе анализа описаний изобретений к патентам, относящихся к совершенствованию продукции любого данного вида, можно определять перечень важных технических требований к любому

виду продукции или услуг с целью последующего использования данной информации для повышения конкурентоспособности соответствующего вида предпринимательской деятельности.

Важно иметь в виду, что помимо производственных и рыночных рисков, зависящих от правильности выбора перспективного технического направления, существуют не менее серьезные риски, связанные с возможным нарушением исключительных прав третьих лиц. Для устранения этих рисков рекомендуется осуществлять экспертную проверку объектов предпринимательской деятельности (товаров и услуг) на предмет их патентной чистоты, которая заключается в поиске и анализе описаний к патентам на изобретения, полезные модели и промышленные образцы, действующих в данной стране или в группе стран, а также фактов регистрации товарных знаков и фирменных наименований, имеющих отношение к проверяемым видам продукции или услуг.

Для надежного устранения рисков нарушения исключительных прав третьих лиц, при принятии ответственных предпринимательских решений может потребоваться глубокое изучение патентных портфелей всех ведущих фирм, потенциальных конкурентов и партнеров, действующих в данной проблемной области.

Не менее богатые возможности патентной информации раскрываются и в ходе анализа технологической составляющей соглашений о слиянии и приобретении компаний, создании совместных предприятий и стратегических союзов, торговых сделок и деловых предложений, планировании сбыта и разработке рыночных стратегий.

Практически все перечисленные стадии создания, приобретения и освоения инноваций сопровождаются патентно-информационными исследованиями деятельности конкурентов, которые осуществляются сегодня с использованием методов конкурентной разведки и широких возможностей обращения по телекоммуникационным сетям к различным патентным и иным специализированным базам данных.

Используя современные аналитические методы с применением существующих информационных ресурсов, руководство компании в состоянии расширить свои возможности разработки доминирующей на рынке продукции, создав механизм обогащения компании посредством превращения идей в изобретения, изобретений – в патенты, а патентов – в прибыли.

Одной из первоочередных задач конкурентной разведки является поиск и анализ информации о компаниях, которые функционируют в той же, что и данная организация, предметной области. Это могут быть: фирмы-лидеры, определяющие техническую политику в данной подотрасли; реальные или потенциальные конкуренты, готовящие выпуск товаров-заменителей; потенциальные партнеры по совместному предпринимательству; кандидатуры на заключение лицензионных соглашений и стратегических союзов, либо на осуществление сделок по слиянию или приобретению компаний.

Оценка патентных портфелей конкурентов осуществляется с учетом: частоты патентования и сроков обновления технических решений, отражающих интенсивность инновационного процесса; географии патентования, отражающей рыночную стратегию компании; степени правовой охраны патентами узловых технологий; предметных областей агрессивного патентования; соотношения закупки или продажи технологических лицензий.

По совокупности таких показателей можно судить о патентной стратегии конкурента, которая, в свою очередь, отражает его общую предпринимательскую стратегию.

К числу наиболее продуктивных способов использования патентной информации в конкурентной разведке можно отнести анализ патентных ссылок, которые появляются в результате цитирования автором изобретения или экспертом патентного ведомства предыдущей работы, тематически связанной с подаваемой заявкой на тот или иной результат интеллектуальной деятельности. Одним из наиболее впечатляющих и полезных проявлений патентного цитирования является его

способность вскрытия структуры технологических взаимосвязей между разными компаниями: как технологии перетекали из одной компании в другую, насколько одна компания заинтересована в патентах другой и зависит от знаний, зафиксированных в цитируемом патенте. Зачастую зависимость цитирующих патентов от цитируемых настолько велика, что их коммерческое применение невозможно без законного (по лицензии) или противоправного использования патента другой организации.

Для обеспечения эффективности патентно-лицензионных операций, при подготовке к закупке лицензии посредством анализа патентной информации, в частности, устанавливается: возможность поступления интересующей вас технологии в общественное пользование (в случае отсутствия ее патентной охраны, истечения срока действия патента, неуплаты патентной пошлины или аннулирования патента по судебному решению); существование потенциальной угрозы предъявления вам иска о нарушении чужих патентных прав; факт переоценки или недооценки достоинств данной технологии по сравнению с другими аналогами.

В свою очередь, при подготовке к продаже лицензии с помощью анализа патентной информации, прежде всего, определяются: кандидатуры потенциальных лицензиатов на существующем рынке; основные достоинства предлагаемой технологии, подлежащие отражению в лицензионном предложении; возможность передачи технологии без нанесения ущерба собственному предпринимательству.

При подготовке к перекрестному лицензированию между двумя компаниями анализ патентной информации позволяет, в частности: сопоставить относительную ценность их патентных портфелей; разумные размеры компенсационных выплат той компании, ценность патентного портфеля которой ниже.

### Выводы

Таким образом, результаты выполненного исследования позволяют сделать следующие выводы.

1. Ответы на многие вопросы об инновационной деятельности конкурентов можно получить посредством анализа патентной информации. Такой анализ предполагает составление и распределение по фирмам тематической подборки материалов, соответствующей данной предметной области. После этого можно сравнивать уровень изобретательской активности близких по тематике фирм и более подробно изучать сферы интересов фирм-лидеров с оценкой также вклада и других профильных фирм. Фирменный поиск, прежде всего ориентированный на выявление конкурентов, параллельно позволяет находить кандидатуры для возможной кооперации с ними в предпринимательской деятельности.

2. Результаты патентно-информационных исследований позволяют: определить наиболее перспективные направления предпринимательской деятельности на рынке данных товаров или услуг; объективно оценить технический уровень инновационного продукта; принять рациональное решение о возможности, целесообразности и необходимой форме правовой охраны данного объекта интеллектуальной собственности; определить основную совокупность требований, предъявляемых потребителями к данному объекту предпринимательской деятельности (продукту или услуге); оценить важнейшие особенности и бизнес-потенциал конкурентов; объективно определить специфику позиционирования своей фирмы на рынке соответствующих товаров или услуг; выбрать наиболее перспективные стратегические направления дальнейшего развития предпринимательской деятельности.

3. Патентно-информационные исследования являются важным условием информационно-аналитического обеспечения этапов принятия руководителями предприятий оптимальных управленческих решений по объективному определению характера конкурентоспособности своей предпринимательской деятельности и основных принципов её дальнейшего развития.

*Библиографический список*

1. Воронин М.В., Богомолов Е.А. Современное состояние рынка общественного питания ивновской области и обоснование ожидаемых результатов его развития // Региональная экономика и потребительский рынок: современное состояние и тенденции развития: сборник материалов научно-практической конференции преподавателей, аспирантов, магистрантов Ивановского филиала Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова, в рамках Межрегионального форума «Перспективы развития регионального потребительского рынка». 2016. С. 237–243.
2. Воронин М.В., Богомолов Е.А., Малова И.В. Качество логистического сервиса как фактор конкурентоспособности дистрибьюторов продукции предприятий пищевой промышленности // Региональная экономика и потребительский рынок: современное состояние и тенденции развития: сборник статей по материалам научно-практической конференции преподавателей, аспирантов, магистрантов Ивановского филиала Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова в рамках Второго межрегионального экономического форума с международным участием, посвященного 110-летию РЭУ им. Г.В. Плеханова «Плехановская весна». 2017. С. 130–136.
3. Смирнова И.А., Рамазанов Д.И. Анализ конкурентной среды потребительского рынка Ивановской области // Экономика регионов России: современное состояние и прогнозные перспективы. Сборник статей по материалам Всероссийской научно-практической конференции преподавателей, аспирантов, магистрантов Ивановского филиала Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова. Иваново, 2019. С. 302–309.
4. Кочеткова Т.С., Туртин Д.В. О разработке методических подходов стратегического развития потребительского рынка региона // Прикладная математика и информатика: современные исследования в области естественных и технических наук: материалы V Международной научно-практической конференции (школы-семинара) молодых ученых: 22–24 апреля 2019 г. – Тольятти: Издатель Качалин Александр Васильевич, 2019. 660 с.
5. Кочеткова Т.С. Диагностика и прогнозирование экономической устойчивости потребительского рынка Ивановской области // Наука и практика. 2016. №2. С. 97–100.
6. Гурьева О.Ю., Луховская О.К. О ситуации на рынке труда города Иваново и Ивановской области // Многоуровневое общественное воспроизводство: вопросы теории и практики. 2018. №15 (31). С. 23–27.
7. Гурьева О.Ю. Экономика Ивановской области в период кризиса – фундаментальные проблемы // Вестник ивановского государственного университета. Серия: Экономика, 2018. №1 (35). С. 65–66.
8. Фомина Н.В. Формирование концепции интерактивного маркетинга предприятий торговли // Перспективные научные исследования и разработки в кооперативном секторе экономики: материалы международной практической конференции в рамках ежегодных Чаяновских чтений. 2015. С. 557–562.
9. Фомина Н.В. Интерактивный маркетинг торговли // Наука и практика Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова. 2015. С. 34–39.