**Л.9 Коммерциализация результатов интеллектуальной**

**деятельностив процессе управления.**

***1.Коммерциализация научных***

***результатов в инновационном процессе***

Коммерциализация – это процесс, связанный с практическим использованием результатов научных исследований и разработок с целью вывода на рынок новых или улучшенных продуктов, услуг или процессов с получением коммерческого эффекта. Она, как правило, начинается там, где научные исследования уже в основном закончены и имеется четко определенный научный результат, обладающий свойствами и преимуществами, представляющими ценность для потребителей. Коммерциализация заканчивается, когда научная продукция успешно выведена на рынок – в общем случае, когда достигнута точка безубыточности, т. е. выручка от продаж инновационной продукции или услуги превышает издержки на ее производство и реализацию.

Мировая практика убедительно подтверждает, что в настоящее время наиболее эффективным способом продвижения результатов НИОКР в практику является взаимовыгодное коммерческое взаимодействие всех участников преобразования научного результата в рыночный товар. Такой способ получил название «коммерциализация результатов научных исследований и разработок». В нем все участники инновационного процесса – ученые и разработчики, производители, инвесторы – экономически заинтересованы, то есть имеют высокую мотивацию в быстром достижении коммерческого успеха от использования научных результатов в виде объектов интеллектуальной собственности.

Довольно часто ученые понимают под коммерциализацией процесс поиска и привлечения дополнительных средств для продолжения своих научных исследований. Это в корне неверное представление. Суть коммерциализации – в построении «механизма для генерации доходов», т. е. бизнеса, генерирующего устойчивые денежные поступления, как правило, превышающие денежные расходы.

Коммерциализацию научных разработок и технологий однозначно связывают с представлением об инновационном процессе, инновационной деятельности, в ходе которой научный результат или технологическая разработка реализуются в виде научной продукции с получением коммерческого эффекта. Классическое понимание и толкование

инновационного процесса, его стадий и этапов изложено в многочисленных публикациях отечественных авторов.

Инновационный процесс – это совокупность действий (работ), связанных с организацией и осуществлением инновационной деятельности, направленных на разработку новшеств и осуществление инноваций (нововведений).

Наиболее простой моделью инновационного процесса служит инновационная цепь, состоящая из относительно самостоятельных стадий и этапов

 Наука Производство Потребление

Этапы определяют последовательность прохождения пути от научного знания к реальному инновационному продукту.

Начальной стадией инновационного процесса является наука. Она обеспечивает познание объективных законов природы и превращение этого знания в новшество, которое может быть использовано в производстве.

Стадия «наука» включает:

 фундаментальные исследования (ФИ);

 прикладные исследования (ПИ);

 опытно-конструкторские работы (ОКР);

 учет научных результатов.

Фундаментальные и прикладные исследования, а также опытно- конструкторские работы тесно связаны между собой и взаимно дополняют друг друга, а их результаты обязательно регистрируются (учитываются) в системе бухгалтерского, налогового и статистического учета и отчетности.

На стадии производства осуществляется выпуск продукции (услуг) на основе использования результатов предыдущих этапов инновационного процесса. Эта стадия включает:

 освоение производства продукции (ОП), которое предполагает полную информационную, техническую и организационную подготовку к промышленному производству инновационной продукции;

 собственно производство инновационной продукции.

Использование инновационной продукции происходит на стадии

потребления. Здесь выделяются следующие этапы:

 реализация инновационной продукции;

 эксплуатация инновационной продукции потребителем с возможным включением послепродажного обслуживания;

 диффузия инновации.

Диффузия инновации – это распространение во времени уже однажды освоенной и использованной инновации в новых условиях и (или) местах применения. В результате диффузии возрастает число как производителей, так и потребителей инновационного продукта и изменяются его качественные характеристики.

Стадии «производство» и «потребление» часто называют коммерциализацией научных результатов, а стадию «потребление» иногда именуют коммерциализацией инноваций.

В управлении инновационным процессом реализация стадии «коммерциализация» имеет ряд «узких мест», в частности неоднозначно понимается этот термин, отсутствует механизм, сложившаяся система коммерциализации научно-технических результатов и др.

Обзор опыта научных организаций и публикаций ученых выявил многообразие используемых форм коммерциализации научных результатов и инноваций и позволяет сделать вывод, что коммерциализация осуществляется в следующих трех формах:

реализация инновационного проекта для коммерческого использования технологии или инновационной продукции, в том числе путем создания малого или микропредприятия;

 продажа лицензии (заключение лицензионного договора) на использование инновационной технологии или для производства инновационной продукции;

 оказание помощи в освоении инновационной технологии или в производстве инновационной продукции путем предоставления услуг, включая техническое консультирование, аутсорсинг, инжиниринг, аналитические, экспертные и другие услуги.

Обзор также показал, что авторы единодушно отождествляют коммерциализацию с одной из стадий инновационного процесса. В то же время многие авторы, отличая понятия «инновация» и «новация (новшество)», различают также такие понятия, как «коммерциализация инновации» и «коммерциализация научного (научно-технического) результата (новации, новшества)». Если в первом случае в качестве товара в процессе купли-продажи выступает инновационный продукт (инновация, нововведение), т. е. материальный объект в виде нового товара (услуги), то во втором случае товаром является исключительное право (авторское или патентное) на использование научного результата, т. е. нематериальный объект интеллектуальной собственности (новация, новшество) в виде произведения науки, литературы, искусства, программы для ЭВМ, базы данных, изобретения, полезной модели, промышленного образца, ноу-хау, селекционного достижения, топологии интегральной микросхемы и др., несмотря на то, что они помещены в тот или иной материальный носитель (представлены на материальном носителе).

Так, В.Р. Атоян инновационный процесс разделяет на четыре стадии (см. табл. 5.1) и последнюю называет «коммерциализацией инновации», под которой понимает комплекс работ по доведению инновационного продукта до потребителя (маркетинг рынка, сбыт продукции, послепродажный сервис и др.).

Наименование стадии и этапа инновационного процесса

Научные исследования:

– научно-фундаментальные исследования;

– прикладные исследования

Допроизводственная подготовка:

– изыскательские работы;

– проектирование;

– конструирование;

– технологические разработки.

Производство инновационных продуктов:

– экспериментальное производство;

– производство опытного образца;

– опытное производство первой серии продукции (мелкосерийное и малотоннажное производство);

* продукция первого года ее серийного выпуска.

Коммерциализация инновации (доведение инновационного продукта до потребителя):

* – маркетинг рынка;
* – сбыт продукции;
* – послепродажный сервис.
* Весьма часто при использовании термина «коммерциализация» допускаются ошибки. Например, говоря о коммерциализации объекта промышленной (интеллектуальной) собственности (изобретения, полезной модели, промышленного образца), забывают, что может быть продано (коммерциализировано) право на использование нематериального объекта интеллектуальной собственности, но не сам нематериальный объект. Другое дело, что передача прав влечет передачу описания, реферата, формулы новшества, изображения, макета, модели, экспериментального образца, отчета о НИР и других сведений о нематериальном объекте, зафиксированных на любом информационном носителе на некоторых условиях, поскольку никакое использование объекта невозможно, если не передана информация о нем. Другими словами, существует принцип неделимости исключительного права и объекта интеллектуальной собственности – продажа исключительного права влечет передачу информации о нематериальном объекте, помещенной в материальную «оболочку» («в обертку»), т. е. на бумажном, картонном, пластмассовом (пластиковом), металлическом, стеклянном, электронном или другом носителе. Тем более, часто электронный носитель результата интеллектуальной деятельности одновременно является товарной упаковкой изделия (товара), например, flash-накопитель (флешка), а промышленный образец, логотип организации, новая строительная конструкция могут быть представлены в виде макета, рельефного изображения, модели или экспериментального образца.

**2 Этапы и содержание работ в процесс коммерциализации**

**результатов интеллектуальной деятельности**

Результаты интеллектуальной деятельности (РИД) могут быть использованы владельцем (правообладателем, автором или его работодателем) в своем собственном производстве либо право их использования может быть продано (передано на возмездной основе) другим физическим или юридическим лицам. На современном этапе русскоязычное слово «продажа» заменено английским термином «коммерциализация». Более мягким синонимом словосочетания «продажа права» является термин «передача права» (transfer).

Процесс коммерциализации научных (научно-технических) и других результатов интеллектуальной деятельности включает следующие этапы и работы.

Этап 1 – преобразование (трансформация) научного или научно- технического результата в научную или научно-техническую продукцию:

 оформление отчетной научной (научно-технической) документации (выбор формы, редактирование содержания и оформление внешнего вида носителя результата);

 государственная регистрация (в том числе экспертиза и патентование) исключительного права на объекты интеллектуальной собственности и средства индивидуализации (кроме ноу-хау, произведений литературы и искусства и других РИД;

 оценка рыночной стоимости научной продукции и других объектов интеллектуальной собственности.

Этап 2 – придание товарного вида носителям научной продукции и других РИД (преобразование научной продукции в товарную продукцию (товар):

 оформление внешнего вида макета, модели, экспериментального образца результата и его информационного носителя, а также другие художественно-конструктивные решения по оформлению научной продукции и ее носителей;

 оформление внешнего вида упаковки электронного носителя РИД.

Упаковка электронного носителя РИД может быть двух видов: первичная и вторичная. Первичная – представляет собой упаковочный контейнер (конверт, коробка), имеющий прямой контакт с носителем электронного результата интеллектуальной деятельности и защищающий его от пыли и влаги. Вторичная – представляет собой упаковочный контейнер (конверт, коробка), в который помещен носитель электронного результата в первичной упаковке.

С целью придания носителю результата интеллектуальной деятельности (изделию) привлекательного внешнего вида производитель может принять эстетическое решение, основанное на промышленном образце собственной разработки или приобретенном со стороны.

Этап 3 – вывод научной (товарной) продукции и других РИД на рынок интеллектуальной продукции (услуг, работ):

 маркетинговые исследования;

 непосредственные действия по вовлечению научной (товарной) продукции и других РИД в экономический (хозяйственный) оборот путем реализации на рынке интеллектуальной продукции или услуг, т. е. путем передачи или отчуждения исключительного права интеллектуальной собственности другому лицу на договорной основе и (или) путем розничной продажи (например, учебные и научные издания, произведения литературы и искусства, в том числе на электронных носителях) в торговой сети.

Таким образом, на современном этапе развития экономики экономические (хозяйствующие) субъекты (в том числе научные и образовательные организации) свои научные и другие результаты интеллектуальной деятельности могут и должны не только использовать в собственном (отечественном) производстве, но и возмездно передавать (продавать) их другим организациям (в том числе иностранным фирмам и компаниям). В мировой практике такой подход к использованию результатов интеллектуальной деятельности называют «открытыми инновациями» или «технологическим заимствованием».

3. **Бухгалтерский и налоговый учет объектов**

**интеллектуальной собственности организации (предприятий).**

Интеллектуальная собственность или нематериальные активы являются одним из видов имущества, которое может (и должно) использоваться организациями (предприятиями) в предпринимательской и хозяйственной деятельности.

Бухгалтерский учет интеллектуальной собственности – область деятельности в сфере интеллектуальной собственности, представляющая совокупность юридически значимых действий по сбору, регистрации и обобщению информации в денежном выражении об исключительных (имущественных) правах организации на объекты интеллектуальной собственности и их движении путем сплошного, непрерывного и документального учета всех хозяйственных операций.

Основной документ по бухгалтерскому учету нематериальных активов (далее – НМА) – ПБУ 14/2007 «Учет нематериальных активов»,

Требования к активу, который рассматривается в качестве нематериального:

 объект должен быть способен приносить организации экономические выгоды в будущем, в частности предназначен для использования в производстве продукции, при выполнении работ или оказании услуг, для управленческих нужд организации либо для применения в деятельности, направленной на достижение целей создания некоммерческой организации

 организация должна иметь право на получение экономических выгод, которые данный объект способен приносить в будущем, а также иметь ограничения доступа иных лиц к таким экономическим выгодам.

 возможность выделения или отделения (идентификации) объекта от других активов;

 объект должен быть предназначен для использования в течение длительного времени, то есть срока полезного использования продолжительностью свыше 12 месяцев или обычного операционного цикла, если он превышает 12 месяцев;

 организацией не предполагается продажа объекта в течение 12 месяцев или обычного операционного цикла, если он превышает 12 месяцев;

 фактическая (первоначальная) стоимость объекта может быть достоверно определена;

 отсутствие у объекта материально-вещественной формы.

 себестоимость которых можно надежно оценить;

 в отношении которых имеются надлежаще оформленные документы, подтверждающие наличие таких исключительных прав (в том числе патенты, свидетельства, другие охранные документы, договоры);

 распоряжение которыми дает возможность приносить налогоплательщику экономические выгоды (доход);

 которые используются в производстве продукции (при выполнении работ, оказании услуг) или для управленческих нужд организации в течение длительного времени (продолжительностью свыше 12 месяцев).

В составе нематериальных активов учитывается также деловая репутация (гудвил), возникающая в случае приобретения предприятия как имущественного комплекса (в целом или его части). Отрицательная деловая репутация организации равномерно относится на ее финансовые результаты как операционный доход.

Нематериальными активами организации не являются: расходы, связанные с образованием юридического лица (организационные расходы); интеллектуальные и деловые качества персонала организации, их квалификация и способность к труду.

He относятся также к нематериальным активам в бухгалтерском учете (п. 2 ПБУ 14/2007):

 не давшие положительного результата научно-исследовательские, опытно-конструкторские и технологические работы;

 не законченные и не оформленные в установленном законодательством порядке научно-исследовательские, опытно-конструкторские и технологические работы;

 материальные носители (вещи), в которых выражены результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации;

 финансовые вложения.

Для признания объектов интеллектуальной собственности в налоговом учете необходимо наличие, во-первых, способности приносить налогоплательщику экономические выгоды (доход); во-вторых, надлежаще оформленных документов, подтверждающих существование исключительного права налогоплательщика на результаты интеллектуальной деятельности.

Объектами интеллектуальной собственности, признаваемыми для целей налогообложения прибыли, в главе 25 НК РФ названы: исключительное право патентообладателя на изобретение, промышленный образец, полезную модель; исключительное право автора или иного правообладателя на использование программ для ЭВМ, базы данных; исключительное право автора или иного правообладателя на использование топологии интегральных микросхем; исключительное право на товарный знак, наименование места происхождения товара и фирменное наименование; исключительное право патентообладателя на селекционное достижение; владение ноу-хау, секретной формулой или процессом, информацией в отношении промышленного, коммерческого или научного опыта.

Таким образом, в состав нематериальных активов для целей налогообложения прибыли включаются те же объекты интеллектуальной собственности, что и для целей бухгалтерского учета, а также владение ноу-хау, секретной формулой или процессом, информацией в отношении промышленного, коммерческого или научного опыта.

Кроме этого, при налогообложении прибыли не относятся к объектам интеллектуальной собственности: не давшие положительного результата НИОКР; интеллектуальные и деловые качества работников организации, их квалификация и способность к труду.

Таким образом, в бухгалтерском учете организаций объекты интеллектуальной собственности называются нематериальными активами (НМА). Отнесение или не отнесение к НМА какого-либо результата интеллектуальной деятельности определяется «Положением по бухгалтерскому учету».