

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Российская академия народного хозяйства и
государственной службы при Президенте Российской Федерации»
(РАНХиГС)

На правах рукописи

Токарев Роман Борисович

**ФОРМИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВЫХ СТРАТЕГИЙ УПРАВЛЕНИЯ
ПАТЕНТНЫМИ ПОРТФЕЛЯМИ**

Специальность – 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика
(Маркетинг)

Аннотация

**Диссертация
на соискание ученой степени кандидата экономических наук**

Научный руководитель:
Челенков А.П., к.э.н.

Москва – 2023

Актуальность темы исследования. Широкое и повсеместное внедрение новых разработок на современном этапе развития требует инвестиций. Вложенные финансовые, человеческие, материальные, интеллектуальные инвестиции должны со временем возвратиться, создав прибавочную стоимость. Доход формируется путем продажи на рынках продуктов, в которых содержатся новые решения.

Наибольший эффект отдачи обеспечивают продукты с высокой долей интеллектуального труда. Результаты такой деятельности применяются на высокотехнологичных рынках – драйверах экономик стран.

Все, что создано и обладает ценностью, требует охраны и защиты. Не секрет, что всегда найдутся желающие воспользоваться новыми идеями, техническими решениями, конструкцией, технологией. Система охраны и защиты результатов интеллектуальной деятельности должна эффективно работать, стимулируя разработчиков и компаний, внедряющие такие достижения.

Получение охранных документов (патентов) и их последующее поддержание требует затрат, поэтому бизнес стремится к тому, чтобы патенты не обременяли, а способствовали созданию доходов. Обеспечивая правовую охрану своих разработок (получая охранные документы), компании стремятся повысить конкурентоспособность посредством монопольного использования своих решений и продуктов на их основе.

Непосредственный патентообладатель выбирает способ коммерциализации, каким образом затраты на получение и поддержание патента будут возвращаться с прибылью. Поэтому проблема управления одиночными либо набором патентов (патентным портфелем), активно обсуждается с научной и практической точек зрения.

Осознанный выбор корпоративной стратегии во многом определяется рыночными целями компаний. У каждой из них формируется своя портфельная патентная стратегия, на что оказывают влияние многочисленные факторы разной природы, в том числе, и даже определяющим образом –

маркетинговые.

Портфель патентов, состоящий формально из некоторого количества патентов, являющийся результатом комплексной интеллектуальной деятельности, призван усилить влияние компании и ее продуктов на рынке, укрепляя свои и ослабляя позиции конкурентов. Патентный портфель является не просто суммой входящих в него разнообразных защищаемых результатов деятельности. Цель создания патентных портфелей состоит в достижении синергетического эффекта в развитии компании.

Разработка и выбор маркетинговой стратегии управления патентным портфелем увязывается с состоянием и развитием рынков, с жизненным циклом компании, ее продуктов и применяемых технологий. В процессе развития размер и состав портфеля патентов динамично изменяется. Если на начальной стадии стартапа компания может строить свой бизнес на базе единственного патента, то по мере роста она получает новые, накапливает и создает определенное структурированное множество правовых документов, с которыми необходимо взвешенно распоряжаться.

Процесс управления портфелем, включающий комплексные решения по его формированию, поддержанию и использованию, носит неоднозначный, по многим критериям компромиссный характер. Но основная цель управления патентами – их коммерциализация, т.е. преобразование интеллектуального капитала в рыночный актив.

Эффективное управление патентными портфелями позволяет надежно защищать не только результат интеллектуальной деятельности и собственно технологическое решение, но и рыночные позиции владельца, а значит, повышает конкурентоспособность продукта и компании в целом. Портфель патентов во многом оказывает влияние на выбор маркетинговой стратегии компании. В связи с этим актуальность изучения стратегий использования патентов и их портфелей компаниями в настоящее время весьма высока.

Степень разработанности темы исследования. Категорийный аппарат, использованный в исследовании патентования и патентных портфелей

основан на правовых нормах, регламентирующих результаты интеллектуальной деятельности и содержащийся в Гражданском кодексе Российской Федерации и в основных международных соглашениях.

Теоретическое и практическое использование патентов и их портфелей представлено в научных работах К. Эрроу, К. Аллена, П. Дасгупты и Дж. Стиглица, А. Сейделя, Б. Твисса, Д. Хэя и Д. Морриса, Ж. Тироля, А. Яффе, Э. Китча, Ю. Мишры, И. Мансфилда, Г. Чесбро, Мухопада В.И., Байгулова Р.М., Волкова А.Т., Зинова В.Г., Леонтьева Б.Б.

Проблема использования способов защиты разработок компаний при формировании портфелей патентов, исследована в научных работах Пестунова М.А., Дудкиной М.Н., Смирновой В.Р., Шмонина Р.С., Корчагина А.А., Исхаковой Э.И., Корчагиной А.А., Касс М.М., Конышевой М.В.

Оценке стоимости интеллектуальных продуктов компании посвящены работы Д. Фридмана, Н. Ордуэйя, П. Боера, В. Гордона, В. Смита В. и Л. Рассела, Леонтьева Б.Б., Байгулова Р.М., Карповой Н.Н. и Азгольдова Г.Г., Козырева А.Н., Макарова В.Л., Ипполитовой А.А.

Основы теории портфельного менеджмента заложены работах Г. Марковица. Существенный вклад в этой области внесли У. Шарп, Д. Тобин, Ф. Блек, М. Шоулс, Козырев А.Н. и Макаров В.Л., А.Н. Буренин, В.А. Гальперина, Я.М. Миркин.

В отечественной науке управления портфелями известны работы Стародубцева С.И., Медведева М.А., Хаброва В.В., Волкова А.С., Либо А.М., Перцева Д.В., Кортова С.В., Шульгина Д.Б. и других. Портфельный менеджмент на основе искусственного интеллекта предложен в работах Иванюка В.А., Тарасовой И.А., Куликова Н.Ю.

Для решения задач применения теории анализа портфелей на рынках интеллектуальной собственности были использованы положения, представленные в работах Чоя Дж. и Герлаха Х., Брандера Дж. и Итона Дж., Шерера Ф., Парчомовского Г. и Вагнера Р., Куглин С., Миллера К., Фляйшера К. и Бенсуссана Б., Делкампа Х. и Лейпонена А., Боррегаарда С. и Ридфьорда

С., Ламбена Ж.-Ж., Дойля П., Ефремова В.С., Касс М.Е., Бабаскина С.Я., Волкова А.Т., Зинова В.Г., Леонтьева Б.Б., Пышкина Н.Б., Исхаковой Э.И., Смирновой В.Р., Григорьевой Ю.С.. Новые направления исследований методик анализа портфелей, которые функционируют в условиях высокой степени неопределенности, представлены в работах Брокхофа К., Эрнста Х., Хайлеи Ж. и Дегуан Дж., Левисаускайте К., Гударжи С., Джрафи М., Афсара А.

Объектом исследования являются организации различных секторов экономики, формирующие и использующие патентные портфели в качестве факторов, создающих и поддерживающих стратегическое конкурентное превосходство на целевых рынках.

Предметом исследования выступают процессы разработки и реализации маркетинговых стратегий управления патентными портфелями организациями различных форм хозяйственной деятельности.

Целью исследования является разработка методов формирования конкурентоспособных маркетинговых стратегий на базе управления корпоративными патентными портфелями.

Постановка данной цели обусловлена необходимостью решения следующих задач:

1. Провести анализ текущей ситуации в области управления портфелями патентов в России и за рубежом, исследовать лучшие мировые практики.
2. Разработать классификацию портфелей патентов с использованием маркетинговых критериев применительно к деятельности отечественных компаний.
3. Систематизировать маркетинговые критерии формирования портфелей патентов.
4. Изучить и структурировать маркетинговые стратегии управления патентными портфелями и дополнить на их основе теоретико-концептуальную маркетинговую систему классификации патентных портфелей.

5. Исследовать закономерности наполнения и состояния патентных портфелей компаний в зависимости от стадии их жизненного цикла.
6. Разработать маркетинговые принципы комплектования патентных портфелей в зависимости от состояния и перспектив рыночной конкурентной среды.
7. Провести и обосновать выбор маркетинговых стратегий управления патентным портфелем на основе его текущего статуса в рамках маркетинговой стратегии компании.
8. Разработать методические системные подходы при реализации наступательной и оборонительной портфельных стратегии с целью повышения конкурентоспособности компании.

Теоретические и методологические основы исследования.

Теоретические основы исследования составили научные и научно-прикладные работы зарубежных и российских ученых, статьи, опубликованные в реферируемых журналах. В работе использованы принципы сравнительного и системного анализа, классификации, ретроспективный, экономико-статистический, маркетинговый и макроэкономический методы анализа.

Предлагаемые результаты исследования основаны на научных работах отечественных и зарубежных авторов, на практике формирования патентных портфелей и управления ими в современных условиях. Данные работы расширяют трактование и применение результатов интеллектуальной деятельности в области патентования с позиций практического применения различными организациями, коммерческими, государственными и социально-ориентированными.

Информационно-эмпирическая база исследования.

Информационную базу работы составляют исследования и публикации зарубежных и отечественных авторов по вопросам проблемам защиты и охраны продуктов интеллектуальной деятельности, патентования и управления патентными портфелями, маркетинга интеллектуальной собственности, опубликованные в печатных и электронных изданиях,

монографии, диссертационные исследования, деловые издания, результаты публичных и коммерческих исследований.

Научная новизна работы состоит в разработке методики формирования конкурентоспособных маркетинговых стратегий управления патентными портфелями организаций, инструментов и технологий их реализации.

Основные полученные научные результаты состоят в следующем:

- 1. Систематизированы и структурированы критерии классификации патентов и патентных портфелей**, учитывающие цели и принципы деятельности владельцев прав интеллектуальной собственности, способы применения патентов в продуктах компании, широту охвата областей правовой защиты, степень защиты от конкурентов, рыночные аспекты деятельности. Для классификации патентных портфелей использованы различные виды маркетинговых критериев, определены разновидностиmono- и мульти-портфеля, диверсифицированного, композиционного, «сборного», характеризующие цели использования портфелей патентов и областей защиты прав на результаты интеллектуальной деятельности.
- 2. Определена необходимость и целесообразность существенной дифференциации маркетинговых стратегий управления корпоративными патентными портфелями.** Сформирован **блок наступательных маркетинговых стратегий**, включающий стратегии «императивное лидерство», «фракция лидеров», «локальный чемпион» и «быстрый старт», а также **блок оборонительных маркетинговых стратегий**, содержащий стратегии продуктового, фокусированного, зонтично-технологического и форсайт-патентования.
- 3. Обоснована концепция маркетингового стратегического управления портфелем патентов** компаний, основывающаяся на состоянии рынка, предлагаемых продуктах, стеках технологий и патентов, целью которой является обеспечение конкурентоспособности компаний в конкурентной среде.

4. Предложены **аналитические платформы** обоснования маркетинговых стратегий управления патентными портфелями **инновационно-технологических, рыночно-таргетированных и бренд-ориентированных** типов, которые обеспечивают выбор маркетинговой стратегии на основе индикаторов результативности, доходности, сфокусированности, синергетичности, конкурентоспособности и рисков.

5. Определены связь и зависимость выбора **маркетинговых стратегий управления патентным портфелем** от динамики развития патентных портфелей, их статуса, структуры, рыночных и конкурентных позиций продуктов компании, а также стадии жизненного цикла компании. Предложены и апробированы методы реализации маркетинговых стратегий управления патентными портфелями с учётом жизненного цикла компаний, генерирующих интеллектуальный потенциал организаций.

Теоретическая и практическая значимость работы.

Теоретическая значимость диссертационной работы заключается в том, что результаты, полученные автором в ходе исследования, развиваются, уточняют и дополняют существующие методы и стратегии управления патентными портфелями как существенными факторами повышения конкурентоспособности.

Практическая значимость работы состоит в возможности использования основных положений и результатов исследования для формирования маркетинговых стратегий управления патентными портфелями организаций в целях повышения конкурентоспособности в рамках формирования и использования патентного портфеля организаций.

Результаты диссертации прошли апробацию на научных и научно-практических семинарах и конференциях. Основные результаты диссертации опубликованы в 15 источниках, включающих статьи и публикации, сборники конференций, в том числе в 5 из перечня Высшей аттестационной комиссии при Министерстве образования и науки Российской Федерации, одной статье, индексированной в Scopus.

Структура и объем работы определяется целью и поставленными задачами исследования. Работа состоит из введения, трёх глав, заключения, списка использованных источников, списка использованных сокращений и списка использованных источников. Диссертация изложена на 195 страницах текста, включая 3 страницы приложений, включает 19 таблиц, 36 рисунков. Список использованных источников насчитывает 190 наименований.

Структура и объем работы определяется целью и поставленными задачами исследования. Работа состоит из введения, трёх глав, заключения, списка использованных источников, списка использованных сокращений и списка использованных источников. Диссертация изложена на 195 страницах текста, включая 3 страницы приложений, включает 19 таблиц, 36 рисунков. Список использованных источников насчитывает 190 наименований.