

УТВЕРЖДАЮ

Проректор Федерального государственного
бюджетного образовательного учреждения высшего
образования «Российская академия народного
хозяйства и государственной службы при Президенте
Российской Федерации»


_____ А.М. Марголин
28 _____ 2022 г.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

**Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения
высшего образования «Российская академия народного хозяйства
и государственной службы при Президенте Российской Федерации»**

Диссертация Токарева Романа Борисовича на соискание ученой степени кандидата экономических наук «Формирование маркетинговых стратегий управления патентными портфелями» по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (10. Маркетинг) подготовлена в Научно-образовательном центре «Высшая школа бренд-менеджмента Института финансов и устойчивого развития» ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации».

Токарев Р.Б. в 2012 г. окончил Московский государственный технический университет им. Баумана с присуждением квалификации Инженер по специальности «Радиоэлектронные системы», диплом № 93614, регистрационный номер 103/сб, дата выдачи 02.07.2012.

Токарев Роман Борисович сдал кандидатский минимум и окончил аспирантуру Государственного университета управления в 2018 году по направлению подготовки 38.06.01 – Экономика с присвоением квалификации «Исследователь. Преподаватель-исследователь», диплом 107705 0007048, регистрационный номер АС-0117, дата выдачи 12.10.2018.

С 2019 г. Токарев Р.Б. является соискателем Центра «Высшая школа бренд-менеджмента Института финансов и устойчивого развития» ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации».

В период подготовки диссертации с 2016 по 2022 год и по настоящее время Токарев Роман Борисович работает ведущим специалистом по патентам и патентным поверенным в ООО «Яндекс».

Научный руководитель – Челенков Александр Петрович, кандидат экономических наук, директор Центра «Высшая школа бренд-менеджмента Института финансов и устойчивого развития» ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации».

Диссертационная работа выполнена в соответствии с паспортом научной специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (10. Маркетинг).

Соответствие диссертации паспорту научной специальности. Цель, задачи, содержание и результаты исследования соответствуют следующим направлениям паспорта научной специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (10. Маркетинг): 10.5. Маркетинг на рынках товаров и услуг. Маркетинговые стратегии и маркетинговая деятельность хозяйствующих субъектов.

Работа выполнена лично автором, включая этапы постановки цели и задач исследования, определения логики и структуры исследования, выдвижения гипотез, поиска данных для проведения эмпирического исследования, отбора экспертов для проведения опроса, разработки и оценки эконометрических моделей, обоснования новых теоретических положений и практических рекомендаций и их апробации.

Актуальность темы.

Передовые компании, поддерживая свою конкурентоспособность, вынуждены постоянно увеличивать объемы инвестиционных ресурсов, направляемых в высокотехнологические разработки. Полученные результаты конвертируются в новые знания и профессиональные компетенции, позволяющие создавать и выводить на рынки инновационные продукты с высокой долей добавленной стоимости, что является существенным фактором повышения конкурентоспособности компании.

Маркетинговые стратегии управления патентными портфелями не только являются действенным способом правовой охраны интересов патентообладателей, но и выступают значительным фактором обеспечения конкурентоспособных рыночных позиций. Рост конкурентоспособного потенциала, в свою очередь, требует от компаний разработки и применения эффективных методик управления различными, в том числе и нематериальными активами.

Таким образом, одним из важнейших инструментов стратегического управления результатами интеллектуальной деятельности (РИД) является формирование маркетинговых стратегий управления патентными портфелями. Несмотря на сложность и неоднозначность действующих процедур правовой охраны РИД в различных юрисдикциях, стратегии патентования существенным образом обеспечивают конкурентоспособность на различных рынках.

Вместе с тем, формирование объектов интеллектуальной собственности и их различных и многообразных по структуре и тематическому содержанию совокупностей в виде патентных портфелей, создаёт для компаний новую и весьма специфичную предметную область стратегического корпоративного управления, в частности, разработку и реализацию маркетинговых стратегий управления патентными портфелями.

Основным научным результатом исследования является: развитие теории и практики современного маркетинг-менеджмента в инновационно-технологической среде; совершенствование методов стратегического маркетинга в управлении интеллектуально емкими активами организаций в целях долговременного укрепления их конкурентных позиций на целевых рынках; разработка комплексной методики формирования маркетинговых стратегий управления патентными портфелями как существенными факторами повышения конкурентоспособности организаций и их продуктов.

Научная новизна диссертационного исследования заключается 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 разновидности моно- 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 компании, основывающаяся на состоянии рынка, предлагаемых продуктах, стеках технологий и патентов, целью которой является обеспечение конкурентоспособности компании в конкурентной среде.
4. Разработаны 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. Обоснованы

и апробированы методы реализации маркетинговых стратегий управления патентными портфелями с учётом жизненного цикла компаний, генерирующих интеллектуальный потенциал организаций.

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

Ключевые результаты исследования прошли апробацию в РФ и за рубежом, и внедрены в компаниях Яндекс, SoftSmile Inc., и др. Разработанный методический инструментарий, направленный на повышение конкурентоспособного потенциала организаций, подкреплён рекомендациями по его применению и использованию на практике.

Степень достоверности положений и результатов проведенных исследований подтверждается использованием теоретической и методологической баз фундаментальных и прикладных научных трудов отечественных и зарубежных авторов, применением современных принципов экономического анализа, апробацией на международных научно-практических конференциях, публикациями результатов в зарубежной индексируемой базе и в отечественных рецензируемых изданиях, а также применением результатов исследований в практической деятельности соискателя.

Публикации результатов исследования.

Статьи, опубликованные в изданиях, рекомендованных ВАК при Министерстве образования и науки Российской Федерации для представления результатов диссертационных исследований:

- 1) Токарев Б.Е., Токарев Р.Б. Анализ рыночных перспектив технологий 3D-биопечати / Журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ» Том 8, №2 (2016), (доступ свободный). <https://naukovedenie.ru/PDF/33EVN216.pdf> DOI: 10.15862/33EVN216
- 2) Токарев Б.Е., Токарев Р.Б. Анализ технологий рынка 3D печати: два года спустя / Журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ» Том 8, №1 (2016) (доступ свободный). <https://naukovedenie.ru/PDF/28EVN116.pdf> DOI: 10.15862/28EVN116
- 3) Токарев Р.Б. Подходы к разработке маркетинговых стратегий управления патентными портфолио / Вестник Университета (Государственный университет управления). – 2017. – № 7-8. – С. 28-33.
- 4) Токарев Р.Б. «Сравнительный анализ стратегий патентования и формирования портфелей патентов на стадиях жизненного цикла компании», / Вестник Евразийской науки. - 2018, №3, Загл. с экрана, (доступ свободный): <https://esj.today/PDF/66ECVN318.pdf>
- 5) Токарев Б.Е., Токарев Р.Б. Анализ рынка искусственного интеллекта: динамика патентования технологий // Практический маркетинг, 2020, №1. – с.38-44. https://bci-marketing.ru/2020/pm20_01_38.pdf DOI: 10.24411/2071-

Статья, опубликованная в издании, рецензируемом международной базой цитирования Scopus:

- 6) Tokarev B., Beregovskaya T., Tokarev R. Assessing the Capacity of Structural Segments of the Artificial Intelligence Market // Socio-economic Systems: Paradigms for the Future - Verlag: Springer International Publishing, Studies in systems, decision and control, Vol. 314, 2021, pp.191-201. DOI: 10.1007/978-3-030-56433-9_21

Материал, опубликованный в коллективной монографии:

- 7) Маркетинг: от образования к профессиональной деятельности» Монография (со-авторство, монография) / Коллектив авторов. Под ред. Г.Л. Азоева. – М.: ИД ГУУ, 2017. – 249 с. (раздел 4.1, с.95-102)

Результаты исследования, опубликованные в других научных изданиях и в сборниках научно-практических конференций:

- 8) Токарев Р.Б. Патентные стратегии IT-компании / Маркетинг, №5, 2015. - с.64-78.
- 9) Челенков А., Осадчий А., Токарев Р. Маркетинговые стратегии управления патентными портфелями / Маркетинг, №5, 2016. - с.69-86.
- 10) Токарев Б.Е., Токарев Р.Б. Маркетинг и технологии: единство и борьба противоположностей / Маркетинг, № 6, 2016. - с.25-36.
- 11) Токарев Р.Б., Челенков А.П. Математическая модель патентного портфеля компании / Сборник 31-й Всероссийской научной конференции молодых ученых «Реформы в России и проблемы управления», 25-26 Апреля 2016 года, секция «Маркетинговые технологии управления, реклама и бренд-менеджмент».
- 12) Токарев Р.Б. Классификация стратегий патентования / Сборник конференции «Актуальные проблемы управления». – Москва, ГУУ, 2016
- 13) Токарев Р.Б. Определение критериев классификации патентов и портфелей компании / Сборник конференции «Актуальные социально-экономические вопросы: Проблемы и варианты решений Материалы международной научно-практической конференции», 19-20 апреля 2017 года, ГСГУ, г. Коломна, с.40-42.
- 14) Токарев Р.Б. Пролонгированный жизненный цикл продукта на основе НМА / Материалы 32-й Всероссийской научно-практической конференции молодых ученых "Реформы в России и проблемы управления - 2017", Вып. 3, 2017. - с. 21-23.
- 15) Токарев Б.Е., Токарев Р.Б., Глотова Д.А. Рыночные и правовые перспективы внедрения разработок искусственного интеллекта / Шаг в будущее: искусственный интеллект и цифровая экономика : материалы 1-й Международной научно-практической конференции. Вып. 4 / Государственный университет управления. – М.: Издательский дом ГУУ, 2017. – с. 197-205.

Публикации полностью соответствуют теме диссертационного исследования и отражают его основные научные положения, выносимые на защиту. Научные-практические работы автора по формированию маркетинговых стратегий управления патентными портфелями организаций содержат рекомендации по их практическому применению и использованию отечественными компаниями.

Практическая значимость результатов диссертационного исследования подтверждается справками об использовании результатов исследований, предоставленными ООО «Яндекс» и SotfSmile Inc.

В работе корректно сформулированы цели и задачи. Диссертация имеет логичную структуру, строго выдержан научный стиль изложения, содержит достаточное количество фактических данных. Соискатель продемонстрировал уверенные навыки работы с научными источниками.

Совокупность теоретических и практических выводов, методических положений и авторских рекомендаций, а также научная новизна и значимость дают основание рекомендовать к защите на соискание ученой степени кандидата экономических наук диссертационное исследование «Формирование маркетинговых стратегий управления патентными портфелями» по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (10. Маркетинг).

Заключение принято на заседании Ученого совета Института финансов и устойчивого развития ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» 27.12.2022 г., протокол № 14.

На заседании присутствовало 23 человека.

Голосовали: «за» – 23;

«против» – нет;

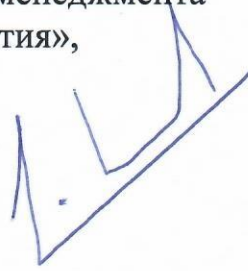
«воздержался» – нет.

Заместитель директора
Института финансов и устойчивого развития,
кандидат политических наук



Старцева С.Г.

Директор Центра «Высшая школа бренд-менеджмента
Института финансов и устойчивого развития»,
кандидат экономических наук



Челенков А.П.