

УДК 330.111.62

СУБЪЕКТЫ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ

О.С. ШЕВЧЕНКО*(Полоцкий государственный университет)*

Рассмотрены особенности функционирования и взаимодействия субъектов интеллектуальной собственности на рынке интеллектуального продукта. Субъекты разделены на основные блоки, дана их подробная характеристика, проанализированы возможные направления реализации отношений собственности данными группами субъектов интеллектуальной собственности.

В любом виде экономических отношений наряду с объектами присутствуют субъекты этих отношений. Если в сфере вещественной собственности субъектами являются лица или группа лиц, присваивающих и отчуждающих объект собственности в один и тот же момент времени (т.е. 2 субъекта экономической сделки касательно отношений собственности), то в сфере интеллектуальной собственности можно выделить множество различных субъектов собственности. Рассмотрим их подробнее.

Первым субъектом интеллектуальной собственности всегда является ее создатель. Под создателем здесь подразумевается субъект, творческим трудом которого был создан объект интеллектуальной собственности.

Создатель как субъект отношений интеллектуальной собственности вызывает много спорных вопросов по поводу распределения прав на объект интеллектуальной собственности, так как создать продукт интеллектуального труда это еще не означает создать объект интеллектуальной собственности. Творческая деятельность более широкое понятие, чем понятие интеллектуальной собственности. Для того чтобы продукт стал объектом интеллектуальной собственности, необходимо, во-первых, представить продукт в наглядном виде на определенном материальном носителе, во-вторых, реализовать его экономически, т.е. пустить в хозяйственный оборот и получить от этого определенную экономическую выгоду. Здесь можно предположить несколько вариантов реализации интеллектуального продукта как объекта интеллектуальной собственности. Создатель может приобрести самостоятельные права на использование объекта в экономическом обороте, тогда он будет являться единственным собственником интеллектуального продукта и монопольно получать доход от его реализации. Однако, проанализировав особенности объектов интеллектуальной собственности, существующих во всем мире, можно прийти к заключению, что в большинстве случаев объект отчуждается от создателя и права на него приобретаются другим пользователем, который в свою очередь реализует объект интеллектуальной собственности наиболее выгодным для него образом. Проблемой здесь является только эффективная защита данного объекта от несанкционированного использования.

Таким образом, создатель объектов интеллектуальной собственности является собственником определенного промежутка времени, а именно до момента отчуждения прав на созданный объект другому собственнику. Однако здесь можно отметить особенность, отличающую процессы присвоения-отчуждения в вещественной собственности и интеллектуальной собственности. В вещественной собственности после отчуждения объектов предыдущий собственник лишается прав на получение определенного дохода от реализации объекта. В отношениях интеллектуальной собственности создатель после отчуждения интеллектуального продукта как предыдущий собственник может продолжать получать доход в виде паушальных платежей еще некоторое время (зависит от договора уступки прав на объект интеллектуальной собственности).

Одним из значимых субъектов интеллектуальной собственности выступает государство.

В рыночной экономике государство создает интеллектуальные продукты и услуги, которыми не занимается частный сектор экономики. Одной из главных задач государства является предоставление равного объема интеллектуальных продуктов и услуг коллективного пользования, возможного в данный момент времени и без которого дальнейшее экономическое и социальное развитие общества затруднительно. В данном случае государство должно способствовать созданию необходимых предпосылок для эффективного социально-экономического развития общества, а не ставить своей целью получение конкретного экономического эффекта в виде максимизации прибыли. Оно выступает в роли «производителя» и «покупателя» (по контракту с другими секторами экономики) интеллектуальных продуктов и услуг. Функции «производителя» реализуются посредством так называемых бюджетных учреждений. В процессе своей деятельности они ориентируются на реализацию спроса массовых потребителей. Это та группа потребителей, которая удовлетворена количеством и качеством предоставляемых им интеллектуальных продуктов и услуг и не претендует на более высокую степень их потребления.

Таким образом, бюджетный сектор экономики в процессе создания и реализации интеллектуальных продуктов и услуг ориентируется на удовлетворение стандартных, массовых интересов потребителей. Его организации обслуживают не типичных потребителей-покупателей, как в бизнесе, а потребителей-клиентов.

Основная часть интеллектуальных продуктов и услуг, создающихся в рамках бюджетного сектора, поступает потребителям без денежной компенсации или по льготным ценам.

У государства как у субъекта отношений интеллектуальной собственности не одна функция - производить интеллектуальные товары и услуги. Государство еще выступает в роли законодателя, создавая правовые нормы защиты собственности. Это его основная особенность как субъекта отношений собственности. Деятельность государства в этой области должна быть направлена на разработку и внедрение наиболее эффективных способов защиты интеллектуальной собственности в юридическом аспекте и наиболее выгодных форм реализации объектов интеллектуальной собственности на рынке.

В настоящее время проблема эффективной государственной поддержки интеллектуальной собственности является одной из важнейших, так как сейчас объекты интеллектуальной собственности чаще всего неэффективно защищаются самими собственниками, которые плохо информированы государством о своих правах и способах распорядиться этими правами. Другими словами, речь идет о создании системы защиты частной интеллектуальной собственности, которая, несомненно, является очевидным фактором формирования антикризисного механизма. Целесообразно, чтобы вопросы регулирования интеллектуальной собственности находились в совместном ведении государства и других ее субъектов.

Реализуя свои непосредственные функции, направленные, как указывалось выше, не на получение максимальной прибыли от производства и реализации объектов интеллектуальной собственности, а выступая в роли «арбитра», наблюдающего за соблюдением «правил игры», и помощника, создающего определенные предпосылки для эффективного развития рынка интеллектуальной собственности», при этом выступая как полноценный субъект интеллектуальной собственности, государство получает определенные выгоды от участия в данных отношениях.

Во-первых, внедрение новых технологий, привлечение инвестиций в экономику за счет наращивания уставного капитала компаний приводят к увеличению темпов экономического роста, а также ВВП, часть которого остается в руках у государства для выполнения управленческих функций.

Во-вторых, чем ниже уровень правовой защиты рынка интеллектуальной собственности и меньше эффективность правоприменительных мер, тем выше объемы продаж контрактной продукции, от которой страдают не только правообладатели интеллектуальной собственности, но и государство, несущее огромные потери в размере произведенных налоговых платежей.

В-третьих, не способствуя развитию рынка интеллектуальной собственности, государство теряет такой источник дохода, как поступления от пошлин, лицензионных и иных видов платежей, которые осуществляют правообладатели при регистрации прав на интеллектуальную собственность.

Реализуя свои функции в отношениях интеллектуальной собственности, государство приносит ощутимые выгоды и обществу, которые заключаются в том, что потребители получают возможность покупать продукцию по более низким ценам (коммерциализация способствует существенному снижению налогового бремени, что в свою очередь соответственно приводит к снижению цен).

Результаты творческой деятельности в сфере промышленного права оформляются в виде патентов, которые служат богатейшими источниками технической информации. Ученые, предприниматели, государственные чиновники в любой момент могут обратиться к мировым базам данных о патентах и получить необходимую информацию о возможных технических улучшениях в конкретной области.

Авторское право, обеспечивая правовое признание и охрану достигнутых творческих результатов, одновременно создает условия для использования произведений в интересах общества, в целях образования и просвещения, ознакомления самой широкой аудитории с культурным наследием и новыми творческими достижениями.

Несомненно, самым большим и значительным является бизнес-сектор как субъект интеллектуальной собственности.

В настоящее время бизнес все более широко раздвигает свои границы. Современный уровень развития НТП, информационная революция дали толчок его развитию в отраслях интеллектуальной сферы. Во многих странах бизнес занимает существенные позиции в сфере научных разработок прикладного характера, образования и др.

Распространение методов хозяйствования, нацеленных на максимизацию прибыли, вызвано рядом причин. Среди них выделим следующие:

- возможность превращения интеллектуальных продуктов и услуг в товары и последующее их коммерческое использование;
- усиливающийся спрос на конечные результаты интеллектуальной сферы со стороны национального хозяйства и особенно структур бизнеса и пр.

Таким образом, в условиях рыночной экономики бизнес в интеллектуальной сфере становится общеэкономической закономерностью. Результаты интеллектуального труда являются прибыльными товарами, которые могут быть проданы в форме знаний, научных разработок, программ для ЭВМ, информации и пр. Доход, полученный от их реализации, выступает главной движущей силой бизнеса.

Бизнес в интеллектуальной сфере представляет целостную систему. Одним из ее определяющих элементов является предпринимательский бизнес.

Предпринимательский бизнес в интеллектуальной сфере ведется преимущественно на основе негосударственной собственности, позволяющей наиболее полно реализовать основные принципы антрепренерства. Его задачей является организация создания новых видов интеллектуальных товаров и услуг или продолжение уже имеющихся на новой инновационной основе. Цель предпринимательского бизнеса - достижение эффективности, конкретных конечных результатов, направленных прежде всего на рост прибыли. В то же время следует учесть, что многие предприниматели, занятые в интеллектуальной сфере, помимо достижения максимизации прибыли, стремятся реализовать идеи, замыслы, социальные программы, получить свободу выбора, найти способы самовыражения. Хотя в конечном итоге одной из главных задач их деятельности остается максимизация прибыли, являющаяся основным источником дохода.

Несмотря на невещественный характер большинства видов интеллектуальных товаров и услуг, прибыль от их реализации является «видимой». Она возвращается в денежной форме к собственнику, государству в виде налогов, а менеджерам через заработную плату и дивиденды, бизнесу в целом - посредством реинвестиции в создание новых интеллектуальных товаров и услуг.

Большое количество примеров функционирования фирм, ориентирующихся на рост прибыли в интеллектуальной сфере, показывает, что их деятельность является достаточно эффективной. Это объясняется не только усиливающимся спросом на интеллектуальные товары и услуги, но и тем, что в данном секторе национального хозяйства удается наиболее полно реализовать принципы современного предпринимательства с инициативой, творчеством, высоким уровнем профессионализма занятых работников.

Предпринимательский бизнес в интеллектуальной сфере может вестись в различных формах. Самым распространенным блоком является внедрение в производство новейших технологий, открытий, изобретений, т.е. промышленная собственность. Этот блок занимает наибольший удельный вес и приносит значительную прибыль частному сектору экономики.

Издательская деятельность также является формой бизнеса в сфере интеллектуальной собственности - это публикация учебно-методической, справочной литературы. Она сочетается с рекламной, сбытовой деятельностью. Для этих целей создаются магазины, торговые киоски. Последние помимо реализации книг могут торговать сопутствующими товарами (канцелярские принадлежности и пр.).

Другим эффективным направлением предпринимательства является научно-исследовательская деятельность, которая может вестись в виде выполнения конкретных исследований, консультирования, экспертных оценок и др. Некоторые из результатов научно-исследовательской работы реализуются в виде патентов, лицензий и пр.

Предпринимательский бизнес в интеллектуальной сфере включает:

- проведение занятий по отдельным предметам, специализированных семинаров, переподготовки персонала, деловых игр, подготовки в высшие учебные заведения;
- программное обеспечение любой задачи, создание баз данных, статистическую обработку данных в пакете, обучение на ПЭВМ;
- редактирование печатного материала;
- перевод на иностранные языки, и наоборот;
- обслуживание научных симпозиумов, конференций переводчиками-гидами и пр.;
- составление и проведение рекламы, абонентное и разовое информационно-справочное обслуживание клиентов на основе базы данных по конкретным направлениям науки, законодательства, видам рынков.

К следующему блоку направлений предпринимательского бизнеса в интеллектуальной сфере относятся:

- посредническая деятельность;
- брокерское обслуживание;
- представительство отечественных и зарубежных фирм;
- выполнение различных коммерческих операций, включая операции с ценными бумагами и др.

Опыт функционирования бизнеса в интеллектуальной сфере показывает, что он развивается наиболее эффективно, когда удается сочетать несколько направлений предпринимательской деятельности.

Несмотря на некоторые различия, вытекающие из конкретных форм предпринимательства в интеллектуальной сфере, перед бизнесменами возникают сходные экономические и организационные проблемы. Бизнес, независимо от области его функционирования, проходит ряд общих стадий развития. Каждая из них характеризуется постановкой и решением комплекса проблем, которые условно

можно разделить на четыре группы: создание интеллектуальных товаров и услуг, управление, предпринимательство, координация экономической деятельности. Одновременно следует отметить, что координационные функции выполняются на всех стадиях жизненного цикла бизнеса, что помогает повысить его эффективность.

Выгоды предпринимательского сектора в отношении интеллектуальной собственности многочисленны и разнообразны. Условно их можно разделить на три крупных блока: конкурентные преимущества, финансовые выгоды и выгоды от использования интеллектуальной собственности в качестве вклада в уставный капитал.

Конкурентные преимущества включают прежде всего контроль рынка. Обладая монопольным правом на результаты интеллектуальной деятельности, компания может контролировать свой сегмент рынка и заставить всех, кто использует аналогичные, но незащищенные права, приобрести их у владельца для продолжения использования; может не давать таких прав своим конкурентам; может оставить за собой монополию на производство продукции на период ее выведения на рынок.

Далее - это освоение новых рынков. Имея зарегистрированные права на результаты интеллектуальной деятельности, патентообладатель имеет потенциальную возможность занять новые рынки, а также закрепить за собой права на объекты интеллектуальной собственности за рубежом.

Следующий ряд преимуществ рассмотрим на примере фирменных наименований и торговых марок: более высокая цена товара. Общеизвестно, что на мировом рынке цена продукции с товарным знаком в среднем на 15 - 20 % выше, чем цена анонимных товаров; больший объем продаж и скорость денежного обращения. Популярность торговой марки обеспечивает высокий уровень продаж, что в свою очередь означает высокую скорость обращения денег. Например, в производстве персональных компьютеров марки с наиболее развитым имиджем могут рассчитывать на то, что продукты нового поколения будут приняты покупателями на 3 - 6 месяцев быстрее, чем товары под более слабыми марками; сокращение затрат на маркетинг и общее снижение издержек. Первое происходит потому, что покупатель доверяет торговой марке, сохраняет высокую степень лояльности к ней. Именно по этой же причине компании легче и расширять свою товарную линию, гораздо меньше тратить средств на рекламу нового продукта.

Что же касается снижения издержек, то здесь имеется все тот же эффект масштаба, который работает и в случае снижения затрат по маркетингу (например, минимальные расходы на проведение общенациональной рекламной кампании не зависят от того, какая доля рынка принадлежит фирме, поэтому чем больше объемы продаж, тем меньше затрат приходится на единицу продукции). Сильные марки обеспечивают эффект масштаба на производстве и распределении. Кроме того, поставщикам и дистрибьюторам выгодно работать с компаниями, имеющими известные марки, что выражается в значительном сокращении запасов, повышении уровня загрузки производственного оборудования, уменьшении усилий по распределению.

К рассмотренным преимуществам относится также защита в случае жесткой ценовой конкуренции. Если на определенном сегменте рынка сложилась ситуация ценовой конкуренции, то наименование известной компании или ее торговая марка могут служить определенным буфером, защитой в конкурентной борьбе. Имея прочное положение на рынке, пользуясь своей репутацией, компания может сохранить цены на приемлемом для себя уровне и т.д.

Любые конкурентные преимущества компании косвенно связаны с получением прибыли. Рассмотрим ряд возможностей, которые напрямую определяют финансовую выгоду предприятия: увеличение дохода предприятия-патентообладателя от продажи прав на интеллектуальную собственность, передачи комплекса прав на нее другому лицу (например, по договору коммерческой концессии), монопольного использования данных прав.

К рассматриваемым возможностям следует отнести увеличение дохода предприятия (приобретателя прав) на пользование интеллектуальной собственностью. Яркий тому пример - работа по франчайзингу, когда одна компания покупает у другой право на использование ее торговой марки. В этом случае компания-покупатель получает возможность использовать рекламный имидж компании-продавца, ее хорошую репутацию, что для неё выгодно, ведет к быстрому коммерческому успеху, позволяет получить экономию капиталовложений и расходов на разработку и продвижение своего товарного знака.

Коммерциализация интеллектуальной собственности также способствует уменьшению налогооблагаемой базы путем снижения налога на прибыль - налогооблагаемая база уменьшается на величину амортизации нематериальных активов (амортизационные отчисления относятся на себестоимость произведенной продукции); способствует экономии подоходного налога физических лиц - владельцев интеллектуальной собственности, поскольку вознаграждение владельцу патента не относится к заработной плате. По этой же причине происходит экономия отчислений по социальному налогу при оплате предприятием труда через вознаграждение за создание объектов интеллектуальной собственности; экономия НДС, если сделка оформлена как патентный лицензионный или авторский договор.

Следующий комплекс выгод связан с использованием интеллектуальной собственности в качестве вклада в уставный капитал, что на этапе создания фирмы позволяет сформировать его значительным по размерам или осуществить пересмотр его структуры в процессе функционирования, привлечь дополнительные финансовые ресурсы как с внутреннего, так и с внешнего рынка путем эмиссии ценных бумаг компании в счет увеличения объемов ее нематериальных активов, а также получать под залог объектов интеллектуальной собственности доступ к инвестиционным банковским кредитам на выгодных условиях.

Весомая доля интеллектуальной собственности в уставном капитале расширяет права учредителя и возможности влиять на политику фирмы.

Стоимость нематериальных активов компании может в несколько раз превышать стоимость материальных, увеличивая тем самым общую стоимость активов, инвестиционную привлекательность компании и ее конкурентные преимущества при участии в различного рода конкурсах и тендерах.

Фирмы, стремящиеся к росту прибыли, создают интеллектуальные товары и услуги для типичных покупателей-потребителей, которые могут и намерены оплачивать издержки, связанные с созданием интеллектуальных товаров и услуг. Выбор потребителей является основным рыночным сигналом для производителей.

Успех предпринимательства на рынке интеллектуальной собственности зависит от множества факторов, а именно:

- от четкости формулировки идеи создания бизнеса;
- репутации предпринимателя, его умения подбирать высококвалифицированные кадры, оценивать их интеллектуальный потенциал;
- умения устанавливать личные контакты с другими бизнесменами;
- наличия денежных ресурсов;
- умения работать с потребителями, прислушиваться к мнению тех, кто непосредственно занят созданием интеллектуальных товаров и услуг;
- правильной формы организации и управления;
- использования услуг профессиональных маркетологов, менеджеров;
- поддержки различных организаций;
- благоприятных рыночных условий и т.д.

Нельзя обойти вниманием такого собирательного субъекта интеллектуальной собственности, как неприбыльный сектор. Это - негосударственные университеты и колледжи, научные и информационные центры, ассоциации, фонды и другие учреждения, участвующие в выполнении социальных программ, идей, замыслов, проектов, не ставящие перед собой целью рост прибыли. Такие учреждения функционируют в различных областях деятельности, однако основная его часть сосредоточена в интеллектуальной сфере.

Деятельность неприбыльного сектора позволяет в определенной мере устранить ограниченность рыночного механизма и государства в удовлетворении потребностей в интеллектуальных продуктах и услугах, превышающих массовый спрос и отражающих множество различных идей и мнений.

В результате усиливающейся персонализации спроса, разнообразия проектов, программ и ограниченности ресурсов на неприбыльные учреждения интеллектуальной сферы возлагаются функции, ранее традиционно выполняемые бюджетными учреждениями. В то же время, будучи негосударственными, они в большей мере следуют законам рынка, чем бюджетные учреждения.

Функционирование неприбыльных учреждений направлено не на замену интеллектуальных продуктов и услуг, созданных бизнесом и бюджетным сектором, а на возможность их дополнительного, альтернативного предоставления потребителям, способствуя тем самым усилению конкуренции в интеллектуальной среде.

Результативность неприбыльных учреждений в отличие от структур бизнеса существует в «невидимой» форме. С точки зрения отдельных граждан, она проявляется через улучшение материальных и социальных условий жизни людей. С позиций общества - посредством роста экономического, научного и духовного потенциалов. Доход неприбыльных учреждений формируется за счет средств, полученных от доноров, от платной реализации продуктов и услуг, операций с ценными бумагами и пр. Другим важнейшим источником формирования дохода неприбыльных учреждений являются негосударственные субсидии (средства фирм, отдельных личностей, дары, пожертвования и пр.). Определенный вклад в доход неприбыльных учреждений вносит безвозмездный труд добровольцев, однако поскольку он представляет в основном непрофессиональный труд, то его применение носит ограниченный характер.

Ограниченность ресурсов, зависимость от политики доноров, необходимость повышения конкурентоспособности стимулируют неприбыльные учреждения расширять масштабы платной реализации продуктов и услуг. При этом одним из условий ее ведения является соответствие уставным целям учреж-

дения. В противном случае предпринимательство рассматривается как бизнес и подлежит соответствующему налогообложению. Дело в том, что неприбыльные учреждения действуют в условиях льготной системы налогообложения, а полученная при этом экономия может быть использована как дополнительный источник финансирования таких учреждений.

Неприбыльным учреждениям свойственно ограниченное использование прав собственности. Они освобождены от выплаты компенсаций на предоставляемый капитал. Доход, получаемый неприбыльными учреждениями, не распределяется среди собственников. Он направляется на выполнение уставных задач, укрепление материальной базы и пр. Неприбыльные учреждения интеллектуальной сферы реинвестируют свои доходы обществу в целом. Невозможность в полной мере реализовать право собственности приводит к снижению эффективности функционирования неприбыльных учреждений, по сравнению с бизнесом.

Потребителями конечных результатов деятельности неприбыльных учреждений интеллектуальной сферы являются отдельные граждане, организации, которые не могут удовлетворить потребности в интеллектуальных продуктах и услугах посредством бюджетных учреждений и (или) бизнеса.

Неприбыльные учреждения свободны от бюрократического стиля управления, что позволяет им оперативно принимать решения, реагировать на меняющиеся потребности, активно проводить инновационную политику, что особенно важно для интеллектуальной сферы.

Эффективное взаимодействие рассмотренных групп субъектов отношений интеллектуальной собственности с учетом особенностей функционирования каждого из них поможет создать грамотный действенный механизм рынка интеллектуального продукта.

ЛИТЕРАТУРА

1. Гаврилова Н. Преимущества использования интеллектуальной собственности // Экономист. - 2002. №4.
2. Наганов А.В. Промышленная собственность - интеллектуальный капитал хозяйственной деятельности: Уч. пособие. Ч. 1. - Мн.: Академия при Президенте Респ. Беларусь, 1998.
3. Интеллектуальная собственность и формы ее реализации: Материалы междунар. науч. конф. - Н. Новгород, 1998.
4. Юрьева Т.В. Интеллектуальная сфера и предпринимательство. - М.: Анкия, 1994.