

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральная служба по интеллектуальной собственности (Роспатент)
Университетская лига ОДКБ
Правительство Свердловской области
Министерство промышленности и науки Свердловской области
Уральская торгово-промышленная палата
Юридическая фирма «Городисский и Партнеры»
Российский университет дружбы народов
Уральский федеральный университет
имени первого Президента России Б. Н. Ельцина
Уральский государственный юридический университет
Уральский государственный экономический университет

Интеллектуальная собственность: от надежной защиты к эффективному управлению

Сборник статей
XI Международной научно-практической конференции

(Екатеринбург, 30–31 октября 2015 г.)

Екатеринбург
2015

УДК 347.77/.78(06)

ББК 67.404.3я431

И67

Ответственный за выпуск

кандидат экономических наук, доцент, заместитель директора
института менеджмента и информационных технологий

А. Е. Плахин

И67 Интеллектуальная собственность: от надежной защиты к эффективному управлению [Текст] : сб. ст. XI Междунар. науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 30–31 октября 2015 г.) / [отв. за вып. А. Е. Плахин]. – Екатеринбург : [Изд-во Урал. гос. экон. ун-та], 2015. – 99 с.

В сборник входят материалы пленарного заседания и секций международной конференции «Интеллектуальная собственность: от надежной защиты к эффективному управлению».

Материалы, вошедшие в сборник, могут представлять интерес для преподавателей вузов, сфера деятельности которых непосредственно связана с интеллектуальной собственностью, специалистов и руководителей компаний, занимающихся проблемами эффективного управления интеллектуальной собственностью, а также студентов, аспирантов и научных сотрудников, специализирующихся в области, связанной с созданием объектов интеллектуальной собственности.

УДК 347.77/.78(06)

ББК 67.404.3я431

© Авторы, указанные в содержании, 2015

© Уральский государственный
экономический университет, 2015

Содержание

Арнольд Л. И. Интеллектуальная собственность как ключевой фактор стратегического инновационного развития предприятия.....	4
Биктимеров В. А. Авторское право как стимул для развития информационных технологий	10
Благинин В. А., Назаров А. Д. Проблемы защиты интеллектуальной собственности в сети Интернет	15
Донскова Л. А. О защите продовольственного рынка от контрафактного товара: состояние, проблемы и пути решения	19
Казанкова О. Д., Бегичева С. В. Электронно-цифровая подпись как защитный атрибут объекта интеллектуальной собственности	25
Капустина Л. М., Коровина Е. И. Методика оценки международной конкурентоспособности и разработки конкурентной стратегии национальных предприятий в условиях интернационализации международных компаний.....	29
Ковалёв В. Е. Легализация параллельного импорта в условиях Евразийского экономического союза: за и против.....	35
Ковалёва Н. В. Система «Контур-Экстерн» как оптимальный способ сдачи электронной бухгалтерской отчетности.....	41
Курышова Я. С. Интеллектуальная собственность и кибератаки	45
Мельников Ю. Б., Миронов Д. С., Ширпужев С. В. Издательская система LaTeX как инструмент управления интеллектуальной собственностью в форме электронного учебно-методического обеспечения.....	48
Миронов Д. С., Плахин А. Е. Подходы к оценке и управлению интеллектуальным капиталом технологических парков	51
Порфирьева А. О., Возмилов И. Д. Защита прав интеллектуальной собственности в сфере бизнес-образования в рамках евразийской интеграции.....	58
Сопилко Н. Ю. Производственные связи и экономическая безопасность	63
Ставрова А. Б. Защита интеллектуальной собственности при помощи DLP-систем.....	69
Фальченко О. Д. Проблема защиты прав на товарные знаки международных компаний в российской внешнеторговой практике.....	78
Чумаченко Т. Н. Маркетинговый анализ качества образовательных услуг как фактора конкурентоспособности вузов	85
Blessing F., Ivanova T. B. How to Manage Knowledge through Corporate Culture.....	91
Md Ahmed Sobus, Ivanova T. B. Copy rights protection in Bangladesh.....	96

Л. И. Арнольд

Уральский государственный экономический университет (Екатеринбург)

Интеллектуальная собственность как ключевой фактор стратегического инновационного развития предприятия¹

Аннотация. Статья посвящена вопросам правовой защиты результатов интеллектуальной инновационной деятельности, а также способам коммерциализации прав на интеллектуальную собственность. Раскрыто определение интеллектуальной собственности, дана характеристика основным формам защиты промышленной собственности.

Ключевые слова: интеллектуальная собственность; инновация; патент; объект промышленной собственности; товарный знак.

Сегодня все больше предприятий различных форм собственности и видов деятельности внедряют в свою работу инновационные методы и разработки. Это позволяет им наилучшим образом решать стратегические задачи развития своей деятельности. Мир вокруг нас динамичен, он постоянно меняется: появляются новые решения в различных областях науки и техники. Технический прогресс не стоит на месте, и фирма не останется конкурентоспособной, если не будет внедрять инновации. Поэтому в настоящее время актуальным является вопрос защиты инновационных разработок предприятия – его интеллектуальной собственности.

В 1960-х гг. в мире начало распространяться понятие «интеллектуальная собственность». В уставе Всемирной организации интеллектуальной собственности, образованной в 1967 г., дается такое определение интеллектуальной собственности: «творения человеческого разума: изобретения, литературные и художественные произведения, символы, названия, изображения и образцы, используемые в торговле».

Исходя из вышесказанного, интеллектуальную собственность можно определить как охраняемые законодательством результаты интеллектуальной деятельности физических и юридических лиц, а также средства их индивидуализации.

Существует две группы объектов интеллектуальной собственности: промышленная собственность и авторское право. Авторское право регламентирует применение произведений литературного и художественного творчества, а также объектов научно-технической сферы (баз данных, микросхем, программ для ЭВМ и т. п.). К объектам промышленной собственности относятся изобретения, промышленные

¹ Статья подготовлена под научным руководством А. Е. Плахина.

образцы, полезные модели, знаки обслуживания, товарные знаки, фирменные наименования. Их использование регулируют нормы патентного права.

В п. VIII ст. 2 Конвенции от 14 июля 1967 г., учреждающей Всемирную организацию интеллектуальной собственности (с изм. от 2 октября 1979 г.), говорится, что «интеллектуальная собственность включает права, относящиеся:

- к литературным, художественным и научным произведениям;
- исполнительской деятельности артистов, звукозаписи, радио- и телепередачам;
- изобретениям во всех областях человеческой деятельности;
- научным открытиям;
- товарным знакам, знакам обслуживания, фирменным наименованиям и коммерческим обозначениям;
- защите против недобросовестной конкуренции,
- а также другие права, относящиеся к интеллектуальной деятельности в производственной, научной, литературной и художественной областях».

Охрана объектов интеллектуальной собственности является ключевым моментом в стратегии инновационного развития как современных предприятий, так и государства.

Срок правовой охраны объектов промышленной собственности зависит от ее вида и обычно не превышает 20 лет. Авторские права действуют на протяжении всей жизни автора и в течение 70 лет после его смерти.

На сегодняшний день Россия участвует в международных договорах в области промышленной собственности, администрируемых Всемирной организацией интеллектуальной собственности, которые представлены в табл. 1.

Т а б л и ц а 1

Международные договоры в области промышленной собственности, участником которых является Российская Федерация

Документ	Начало действия в отношении РФ
Парижская конвенция по охране промышленной собственности	С 1 июля 1965 г.
Конвенция, учреждающая Всемирную организацию интеллектуальной собственности	С 26 апреля 1970 г.
Мадридское соглашение о международной регистрации знаков	С 1 июля 1976 г.
Протокол к Мадридскому соглашению о международной регистрации знаков	С 10 июня 1997 г.
Договор о патентной кооперации (РСТ)	С 29 марта 1978 г.
Договор о законах по товарным знакам (ТЛТ)	С 11 мая 1998 г.

Документ	Начало действия в отношении РФ
Будапештский договор о международном признании депонирования микроорганизмов для целей патентной процедуры	С 22 апреля 1981 г.
Страсбургское соглашение о международной патентной классификации	С 3 октября 1976 г.
Ницкое соглашение о Международной классификации товаров и услуг для регистрации знаков	С 26 июля 1971 г.
Локарнское соглашение об учреждении Международной классификации промышленных образцов	С 15 декабря 1972 г.
Найробский договор об охране олимпийского символа	С 17 апреля 1986 г.
Международная конвенция по охране новых сортов растений (администрируется ВОИС совместно с Международным союзом по охране новых сортов растений – UPOV)	С 24 апреля 1998 г.
Договор о патентном праве (PLT)	С 12 августа 2009 г.
Сингапурский договор о законах по товарным знакам	С 18 декабря 2009 г.

Проблема эффективного и полезного с точки зрения экономики и общества применения результатов инновационной деятельности современных предприятий тесно связана с вопросами правовой охраны интересов изобретателей.

Для законодательной охраны изобретений, полезных моделей, рационализаторских предложений и промышленных образцов они должны удовлетворять условиям, представленным на рис. 1.

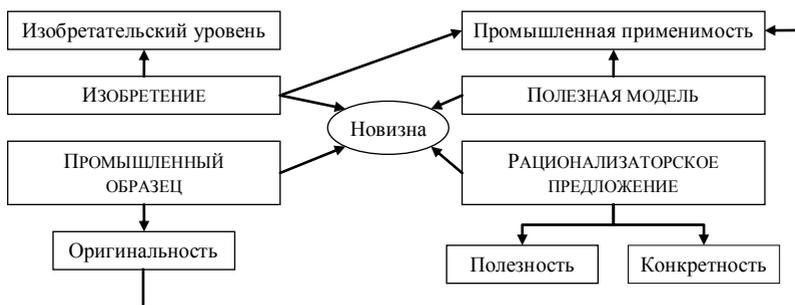


Рис. 1. Условия для выдачи патентов на объекты промышленной собственности

Основными формами защиты промышленной собственности являются:

- патент;
- лицензия;
- товарный знак и знак обслуживания;
- бренд;
- фирменное наименование.

Патент – свидетельство, выдаваемое уполномоченным государственным органом изобретателю, которое удостоверяет его право на использование изобретения. Патент действителен только на территории того государства, которое его выдало. В 1992 г. в Российской Федерации принят «Патентный закон», который с изменениями и дополнениями действует и в настоящее время. Владелец патента может осуществлять свои патентные права любым незапрещенным законом способом. Способы осуществления патентного права наглядно представлены на рис. 2.



Рис. 2. Способы осуществления патентного права

В табл. 2 отражена динамика выдачи патентов в Российской Федерации на изобретения, полезные модели и промышленные образцы за 2010–2014 гг.

Таблица 2

Динамика выдачи патентов в РФ за 2010–2014 гг.¹

Выданные патенты	2010	2011	2012	2013	2014	2014/2013, %
На изобретения	30 322	29 999	32 880	3 1638	33 950	107,31
На полезные модели	10 581	11 079	11 671	12 653	13 080	103,37
На промышленные образцы	3 566	3 489	3 381	3 461	3 742	108,12

Согласно данным табл. 2, наблюдается динамика роста выдачи патентов в 2014 г. по сравнению с 2013 г. соответственно по изобретениям на 7,31%, по полезным моделям – на 3,37%, по промышленным образцам – на 8,12%.

Лицензия – разрешение, выдаваемое лицензиаром лицензиату на использование изобретения, полезной модели, промышленного образца в течение оговоренного промежутка времени, на конкретной территории и за определенную плату.

Товарный знак и знак обслуживания – обозначения, которые способны отличить товары и услуги юридических и физических лиц. На товарный знак выдается свидетельство, срок действия которого составляет 10 лет с возможностью его продления. Закон «О товарных

¹ Составлено автором по: [1].

знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров» в России был принят в 1992 г.

В табл. 3 представлена динамика регистрации товарных знаков в Российской Федерации за 2010–2014 гг.

Таблица 3

Динамика регистрации товарных знаков в РФ за 2010–2014 гг.

Показатель	2010	2011	2012	2013	2014
Зарегистрировано товарных знаков (предоставлена правовая охрана товарным знакам), всего	35 178	35 954	40 106	37 813	42 298
на имя российских заявителей	20 116	16 311	19 284	18 095	19 601
на имя иностранных заявителей	15 062	19 643	20 822	19 718	22 697
из них предоставлена правовая охрана на территории Российской Федерации товарным знакам в соответствии с Мадридским соглашением и Протоколом к нему	6 019	12 724	13 067	12 453	14 563
Продлены сроки действия регистраций товарных знаков, всего:	9 554	11 915	11 746	11 364	12 844
на имя российских заявителей	6 119	8 525	7 852	7 359	7 828
на имя иностранных заявителей	3 435	3 390	3 894	4 005	5 016
На конец года действовало регистраций	268 165	281 784	296 631	312 392	320 930

Из данных табл. 3 видно, что количество зарегистрированных товарных знаков растет и за пять лет увеличилось на 7 120, или 20,24%.

Бренд – известный товарный знак, торговая марка, наименование фирмы, который имеет в сознании потребителя определенную ценность, хорошую репутацию, а также отличается качеством своих изделий.

Фирменное наименование – уникальное имя или обозначение, которое позволяет отличить предприятие и, в случае необходимости, защитить его от неправомерных действий третьих лиц.

Предприятие, обладая различными видами инновационных продуктов и разработок, может продать их, тем самым извлекая из коммерциализации интеллектуальной собственности прибыль.

Значение интеллектуальной собственности в управлении инновационным развитием предприятия является определяющим для его стратегического развития. Интеллектуальная собственность рассматривается как результат инновационной деятельности.

На каждом этапе инновационной деятельности может быть получен какой-либо вид интеллектуальной собственности. Наглядно это показано на рис. 3.



Рис. 3. Распределение результатов интеллектуальной деятельности по стадиям инновационного процесса

В Российской Федерации создаются Центры поддержки технологий и инноваций (ЦПТИ) в рамках реализации Меморандума о взаимопонимании между Роспатентом и Всемирной организацией интеллектуальной собственности (ВОИС).

На рис. 4 представлено распределение центров поддержки технологий и инноваций по федеральным округам России.

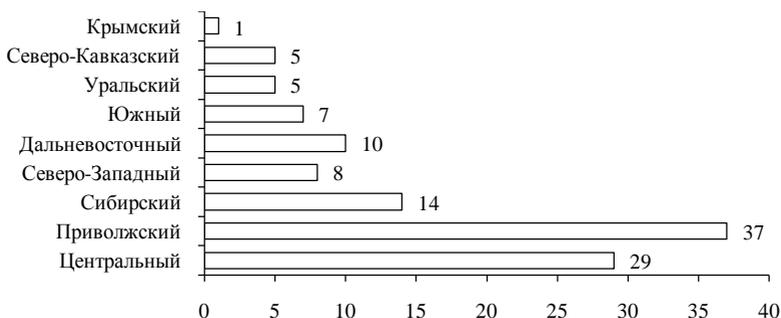


Рис. 4. Количество центров поддержки технологий и инноваций по федеральным округам России на 31 декабря 2014 г.

Как видно из рис. 4, наибольшее количество центров в Приволжском и Центральном федеральных округах, наименьшее – всего один центр – в Крымском.

Распределение хозяйствующих субъектов, оказывающих услуги по направлениям ЦПТИ, по основным видам экономической деятельности представлено ниже:

Хозяйствующие субъекты, создавшие ЦПТИ

Вузы	51
Региональные ТПП	12
Библиотеки	11
Центры научно-технической информации.....	5
Научно-исследовательские учреждения.....	10
Центры интеллектуальной собственности	3
Центры передачи технологий.....	2
Региональные организации ВОИР.....	2
Технопарки	3
Инновационно-технологические центры	2
Другие	15

Как видим, наибольшее количество центров поддержки технологий и инноваций действует в вузах.

Таким образом, законодательная защита прав разработчиков и владельцев интеллектуальной собственности способствует развитию инновационной деятельности на предприятиях.

Библиографический список

1. Доклад об итогах деятельности Роспатента в 2014 г. URL: <http://faprid.ru/news/140.html>.
2. *Защита интеллектуальной собственности: учебник для бакалавров / под ред. И. К. Ларионова, М. А. Гуреевой, В. В. Овчинникова.* М.: Дашков и К°, 2015.
3. *Плахин А. Е., Пяткова Т. В.* Управление интеллектуальным капиталом как стратегический фактор роста стоимости компании // Управление интеллектуальным капиталом: материалы Междунар. науч.-практ. конф. Екатеринбург, 2012.

В. А. Биктимеров

Уральский государственный экономический университет (Екатеринбург)

Авторское лево как стимул для развития информационных технологий¹

Аннотация. Рассказано про основные принципы свободного программного обеспечения, позволяющие использовать в работе иные, не доступные при традиционной разработке программного обеспечения, ресурсы.

Ключевые слова: авторское право; авторское лево; copyright; copyleft; свободное программное обеспечение.

Авторское лево (copyleft) – это обобщенный метод сделать программу (или другую работу) свободной и потребовать, чтобы все последующие измененные и дополненные версии программы тоже оставались свободными.

¹ Статья подготовлена под научным руководством С. В. Бегичевой.

Цель проекта свободного программного обеспечения (СПО) – дать всем пользователям свободу распространять и модифицировать свободные программы. Авторское право требует, чтобы каждый, кто распространяет программу с изменениями или без них, передавал право копировать и модифицировать ее в дальнейшем [1]. Авторское право гарантирует, что у каждого пользователя есть свобода.

Чтобы поместить программу под действие авторского права, прежде всего, заявляются авторские права на нее, а затем добавляются условия распространения, которые служат юридическим документом, дающим каждому право применять, распространять и модифицировать текст программы или любых производных от нее программ, но только если условия распространения неизменны. Таким образом, исходный текст и эти свободы становятся по закону неразделимы.

Разработчики несвободных программ пользуются авторским правом, чтобы лишить пользователей их свободы; разработчики же СПО пользуются авторским правом, чтобы гарантировать свободу пользователей.

Кроме неоспоримых достоинств, традиционный коммерческий способ разработки программного обеспечения имеет недостатки. В наше время создавать новый продукт «с нуля» – непозволительная роскошь. Вместо того чтобы заниматься собственными уникальными идеями, программисты вынуждены решать рутинные задачи и в который раз «изобретать велосипед»; сроки разработки при этом катастрофически растут. Куда разумнее использовать готовые компоненты от сторонних разработчиков, но тогда встает вопрос лицензионных отчислений. Нередко они выливаются в большие суммы, и молодой проект немедленно сталкивается с достаточно ощутимыми финансовыми затратами.

В процессе разработки возникает еще одна проблема: необходимость тестирования и отладки программы. Собственными силами это делать долго, непродуктивно и просто скучно. Но и оставить «на потом» эту работу нельзя: даже самая гениальная идея может погибнуть в пучине мелких недочетов и недоработок. Придется нанимать штат тестеров.

Чаще всего при рассмотрении принципов свободной разработки в качестве будущей модели для собственного проекта возникает несколько вопросов. Первый (и главный): как же продавать то, что доступно всем? Вдобавок, как уследить за конкурентами, если код моей программы открыт? Они используют мои уникальные решения в своих продуктах, востребованность моих программ снизится, и потенциальная прибыль – вслед за ней. И вообще, если все, кому не лень, смогут изменять мой код по собственному усмотрению и распространять от своего имени, то как я сохраню за собой законные права автора?

В основе порядка, царящего в мире свободного программного обеспечения, лежат три главных принципа: свобода, открытость и авторское право.

Примеряя к своему проекту принцип свободного распространения программного обеспечения (ПО), не стоит забывать одну важную вещь: эта свобода – не односторонняя. Отдавая плоды своего труда обществу, вы не только ничего не теряете, но и получаете право использовать разработки других членов сообщества, а этот багаж во много раз превосходит ваш вклад [2]. Другими словами, делаясь малым, вы получаете взамен несоизмеримо больше. Это позволяет в короткие сроки и без каких-либо серьезных затрат дополнить ваш собственный программный продукт новыми функциями и свойствами, на самостоятельную разработку которых у вас ушло бы немало времени. При этом индивидуальность вашего ПО не нарушается: согласно принципу свободы, вы вправе вносить любые изменения в полученный от сообщества код. И это еще один плюс в пользу свободного софта: при коммерческом способе разработки вы можете купить право на использование сторонних компонентов, но будете вынуждены подгонять собственный код под особенности чужих разработок – вносить изменения в них зачастую запрещено.

Еще один важный момент. Разрешая другим участникам рынка пользоваться вашими наработками, вы тем самым автоматически получаете огромный штат сторонних разработчиков. Все изменения и улучшения, сделанные другими программистами в вашем коде, вы свободно можете добавлять к собственному продукту. Любой, кто воспользовался вашим кодом и сделал в нем какие-то изменения, обязан вернуть в сообщество (т. е. вам) результаты своего труда. Нарушение этого правила уже относится к противозаконным действиям. Парадоксально, но, выбирая принципы свободной разработки, вы не столько отдаете, сколько получаете! Вопреки сложившемуся мнению, свободное программное обеспечение делают не романтики и филантропы, а вполне прагматичные люди, которые умеют считать деньги и ценят свое время.

«Свободное» не значит «бесплатное» (в английском языке путаницу вызывает слово «free», которое означает и свободу, и бесплатность; в русском языке это разные слова, но объяснять разницу между ними почему-то все равно приходится). Принципы свободного распределения софта отнюдь не исключают возможность его продажи. Более того, продажа свободных программ практически ничем не отличается от аналогичных действий с коммерческим софтом. И в том, и в другом случае пользователь покупает не код как таковой, а готовое решение, отвечающее запросам покупателя [3]. Другими словами, мы оплачива-

ем труд разработчиков, которые потратили время и силы на создание некоего изделия. При этом сам программный код является лишь строительным материалом (зачастую не единственным), из которого состоит конечный продукт. Единственное отличие от коммерческого способа – возможность бесплатного получения этого самого строительного материала. Пользователь свободного ПО волен выбирать: получить программу бесплатно и самостоятельно подгонять ее под собственные задачи, осуществляя интеграцию с уже установленным на компьютере ПО, производя исправления в случае обнаружения ошибок, изучая принципы работы и доступные возможности программы, или оплатить услуги авторов программы по записи на носитель, доставке в ваш регион, технической поддержке, предоставлению справочного руководства и решению проблем, неизбежно возникающих в процессе работы с программой. При этом возможность бесплатного получения программы позволяет сохранять стоимость вышеперечисленных услуг: пользователь будет покупать ПО, если его собственные затраты времени и денег на аналогичные действия будут превышать оплату услуг разработчиков. В случае с коммерческим софтом пользователь вынужден покупать ПО на тех условиях, которые выгодны разработчику, что часто приводит к желанию последнего получить сверхприбыль без особых на то оснований.

Какие же преимущества дает принцип открытости пользователям и разработчикам? Для пользователей это – гарантия честности производителя и безопасности использования программ. Если код открыт, то теоретически есть возможность проверить, что в него не встроены какие-нибудь «шпионские» закладки. Используя в работе ПО с закрытым кодом, приходится верить на слово производителю программы. Но как можно доверять человеку, который изначально от тебя что-то скрывает? Величина выплаченных сумм за приобретение «супернадёжного» ПО совершенно не гарантирует этой самой надёжности. Кроме того, предлагая пользователю открытый код своей программы, разработчик менее всего склонен продать некачественный «товар»: если вы можете спокойно пройти на кухню и посмотреть, из каких ингредиентов готовится блюдо, ни один повар не рискнет использовать подпорченные продукты.

Свою выгоду из открытости извлекает и сам разработчик. Открытость кода позволяет производителю более оперативно получать сообщения об обнаруженных ошибках и, следовательно, исправлять их в максимально полном объеме и короткие сроки. По сути, каждый пользователь автоматически становится бета-тестером продукта и благодаря открытому коду не только может самостоятельно исправить найденный баг (при соответствующей квалификации), но и сообщить

способ решения проблемы собственно разработчику. Точно так же сторонние программисты, использующие продукт в своих проектах, смогут самостоятельно вносить улучшения и исправления в его код, экономя разработчику время и деньги.

Но, пожалуй, одним из главных преимуществ, которое достигается сочетанием свободы распространения и открытости кода, является возможность заимствования уже готовых элементов для создания собственных программных продуктов. Получая от других разработчиков исходный код, вы можете вносить в него любые изменения для достижения наилучших результатов для вашего проекта. Как правило, сегодня большинство функций, необходимых любому современному программному продукту, уже реализовано и довольно успешно, так зачем начинать все с начала? Гораздо разумнее взять то, что уже есть, и добавить к нему свои собственные идеи. Это быстро, удобно и продуктивно. Это позволяет значительно ускорить весь процесс создания конечного продукта, а также существенно удешевить его, затратив минимум человеко-часов отнюдь не копеечного труда программистов.

Если углубиться в исходные коды любой свободной программы, то можно обнаружить текстовый файл, в котором подробно указано, кто, когда и что конкретно добавлял в программу. Этот список ведется с самого первого дня существования программного продукта. Нередко те, кто начинали разработку, уже давно заняты в других проектах, но их имя по-прежнему сохраняется в исходниках. Поэтому никто никогда не сможет присвоить себе славу автора программы.

Внося добавления и указывая свои личные данные, программисты тем самым создают своеобразное портфолио, которое может оказаться весьма полезным при устройстве на работу. Также, ставя свою «подпись», программист тем самым стимулирует самого себя на создание качественного кода: никому не хочется, чтобы над его работой кто-нибудь посмеялся, обнаружив откровенные ляпы или неаккуратность. Конечно, данная практика не ведет напрямую к получению денег за то, что твоим кодом кто-то пользуется, но, как уже было сказано выше, в мире свободного ПО продают не код, а готовые решения, созданные с применением кода.

Библиографический список

1. *Что такое авторское лево?* / Фонд свободного программного обеспечения. URL: <http://www.gnu.org/copyleft/copyleft.ru.html>.
2. *Шпаньков И. Н.* Три кита свободного софта. Часть первая // Компьютерра Online. 2005. 5 окт. URL: <http://old.computerra.ru/think/231677>.
3. *Шпаньков И. Н.* Три кита свободного софта. Часть вторая // Компьютерра Online. 2005. 6 окт. URL: <http://old.computerra.ru/think/231913>.

4. *Стенограмма* пленарного заседания Московского международного форума инновационного развития «Открытые инновации» от 31 октября 2012 г. URL: <http://government.ru/docs/21308>.

5. *Инновационное* развитие в любой стране не обходится без участия правительства и региональных властей // Видеоблог Дмитрия Медведева. 2012. 1 нояб. URL: <http://blog.da-medvedev.ru/post/260/transcript>.

В. А. Благинин, А. Д. Назаров

Уральский государственный экономический университет (Екатеринбург)

Проблемы защиты интеллектуальной собственности в сети Интернет

Аннотация. Выявлена проблематика защиты интеллектуальной собственности в сети Интернет. Отражаются механизмы современной защиты авторских прав на интеллектуальную собственность.

Ключевые слова: интеллектуальная собственность; сеть Интернет; защита авторских прав.

В современном информационном обществе большое значение имеют результаты интеллектуальной деятельности, в том числе произведения науки, искусства, литературы, различные изобретения, получившие общее название «объекты интеллектуальной собственности». С научно-техническим прогрессом появились и новые объекты интеллектуальной собственности, такие как базы данных, программы для ЭВМ, смежные права (права исполнителей, производителей фонограмм). Но у новых объектов также есть авторы, права которых должны быть защищены. Для выявления проблематики, определим понятие «интеллектуальная собственность»:

во-первых, это отношения между людьми по поводу нематериальных благ, являющихся результатами интеллектуальной деятельности или производными от них;

во-вторых, это понятие, относящееся к результатам интеллектуальной деятельности человека (объекты интеллектуальной собственности);

в-третьих, в широком смысле (согласно Гражданскому кодексу РФ) – это объекты и права на них.

Понятие «право интеллектуальной собственности» может рассматриваться в объективном и субъективном смыслах:

в объективном – как часть гражданского права, включающая в себя нормы, которые регулируют и защищают права на результаты интеллектуальной деятельности;

в субъективном – это права на объекты интеллектуальной собственности, которые включают в себя исключительные правомочия: разрешать и запрещать другим лицам их использование различными способами, за исключением случаев свободного использования, предусмотренных законом [8].

Примечательно, что согласно ст. 81 Договора Всемирной организации интеллектуальной собственности (ВОИС) по авторскому праву, принятого Дипломатической конференцией 20 декабря 1996 г., авторы «пользуются исключительным правом разрешать любое сообщение своих произведений для всеобщего сведения по проводам или средствами беспроводной связи, включая доведение своих произведений до всеобщего сведения таким образом, что представители публики могут осуществлять доступ к таким произведениям из любого места и в любое время по их собственному выбору». Сеть Интернет попадает под это определение, так как пользователь сети может в любой момент получить доступ к тому или иному произведению, и, таким образом, прежде чем разместить в сети Интернет какой-либо материал, даже если он достался нам правомерным путем, следует получить разрешение автора, так как он имеет исключительное право на публичное обнародование своего произведения, создавая личную конкурентную среду [4].

Если права автора нарушены, их нужно защищать, но найти доказательства нарушения этих прав в Интернете весьма сложно.

Первым препятствием к нормальному регулированию процессов в сети Интернет, касающихся права интеллектуальной собственности, является экстерриториальность интернет-среды, что порой затрудняет определение границ действия национального законодательства.

Вторым препятствием можно назвать отсутствие однородного законодательства и единых правовых норм, обеспечивающих защиту интеллектуальной собственности. В связи с этим создаются дополнительные проблемы для пресечения распространения незаконного контента в сети и установления личности правонарушителя.

Эти недостатки правового регулирования позволяют потенциальным нарушителям размещать ресурсы в тех странах, где законодательство в этой сфере развито довольно слабо. Даже в том случае, если нарушение было устранено в соответствии с нормами законодательства одного государства, ресурс сразу же «перемещается» в пространстве сети других стран.

Определенные вопросы в данной области касаются классификации правонарушений в сети Интернет по российскому законодательству. Например, частичное изменение авторского произведения с последующим размещением полученного результата на сайте в сети Интер-

нет без согласия автора или полное либо частичное копирование авторского произведения с последующим размещением его в Интернете. Российское законодательство на данный момент не предусматривает детальную классификацию подобных правонарушений, что затрудняет определение соответствующей меры пресечения, адекватной совершенному нарушению [2].

Еще одна проблема – установление вины правонарушителя, т. е. обеспечение эффективного механизма доказывания нарушенных прав. При рассмотрении дел о нарушении авторского права в сети Интернет российские суды, как правило, с недоверием относятся к доказательствам, не имеющим материального выражения, либо представленным в электронной форме, либо в виде распечатанной интернет-страницы, наглядно иллюстрирующей факт нарушения в Сети. Соответственно, для суда наиболее предпочтительным доказательством является протокол осмотра необходимых страниц «сетевым» нотариусом. Для обыкновенного пользователя данная процедура в процессе судебной защиты прав интеллектуальной собственности, размещенной в сети Интернет, представляется достаточно дорогостоящей вследствие необходимости обращения к «сетевому нотариусу», что, в свою очередь, порождает частый отказ собственника результатов экономической деятельности от необходимости защиты нарушенных прав в суде. В дальнейшем это обуславливает безнаказанность правонарушителя [3]. Поэтому необходимо приравнивать материалы, полученные в цифровой форме, к действительным доказательствам, применимым в судебной практике.

Следующий вопрос – невозможность окончательного пресечения несанкционированного копирования информации с помощью существующих технологий и законодательства. Известно, что практически любой пользователь, имеющий доступ к Интернету, может сохранить любую информацию к себе в компьютер и разместить оригинальный либо собственноручно переработанный материал практически на любом интернет-сайте, при этом не указывая ни источник, предоставивший произведение к общему, открытому доступу, ни автора исходного произведения [7].

Стоит отметить, что постоянный пользователь сети Интернет крайне редко задумывается над тем, кто и каким способом, легальным или нелегальным, с какой целью разместил в Сети ту или иную информацию. В связи с этим ответ на вопрос о том, как же быть с добросовестными пользователями, незаконно скопировавшими ту или иную информацию в целях ознакомления и последующего удаления, также остается неясным. Определенную сложность представляет собой формирование критерия добросовестности, который бы исключал

виновность пользователя за так называемое хищение объекта интеллектуальной собственности без существующих на то мотивов.

В дополнение ко всем перечисленным трудностям правового регулирования прав интеллектуальной собственности в сети Интернет стоит добавить следующее: защита интеллектуальной собственности в сети Интернет – это проблема не столько информационно-технологическая, не столько проблема права и правоприменительной практики, сколько проблема идеологическая, основанная на принципах открытого доступа к любой информации. В связи с этим возникает следующий вопрос: возникает ли в настоящее время потребность в защите авторских прав в рамках сети Интернет? В современном мире, где основной ценностью является информация, существует принцип: делиться важнее, чем обладать. В связи с этим возникает еще один вопрос: нужно ли охранять авторские права в Интернете и если обеспечивать их защиту, каким образом сделать ее как можно более эффективной? [5]

При поиске соответствующего современным условиям ответа на поставленные вопросы, следует учитывать необходимость обеспечения правовой и технологической охраны реализации прав интеллектуальной собственности в Интернете. В сложившейся ситуации, в которой авторские и смежные права являются объектами каждодневных правонарушений, требуется не столько защита уже нарушенных прав, сколько охрана правообладателей от возможных посягательств на результаты интеллектуальной деятельности. Механизм охраны интеллектуальных прав должен запускаться не с момента возникновения соответствующего «требования» со стороны правообладателя, а с момента вступления в силу соответствующего нормативного правового акта, содержащего более детализированные и гибкие правовые нормы, которые соответствовали бы развитию информационных технологий [6].

Библиографический список

2. *Апарышев И.* Авторское право в интернет-эпоху // *ЭЖ-Юрист.* 2012. № 28.
3. *Анциферов О. Д.* В области защиты интеллектуальных прав все еще немало «белых пятен», которыми беззастенчиво пользуются правонарушители: [беседа с канд. юрид. наук О. Анциферовым] // *Адвокат.* 2012. № 1.
4. *Благинин В. А.* Технология моделирования понятия «конкурентоспособность» и его структура // *Конкурентоспособность территорий: материалы XVII Всерос. форума молодых ученых с междунар. участием в рамках V Евразийского экономического форума молодежи (Екатеринбург, 21–22 апреля 2014 г.): в 10 ч. / отв. за вып. М. В. Фёдоров, Д. А. Карх.* Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2014. Ч. 3.
5. *Назаров Д. М., Калаев Д. В.* IT-кластер как инструмент снижения рисков инновационной экономики // *Известия Уральского государственного экономического университета.* 2011. № 3(35).

6. Паламарчук А. В. Защита исключительных прав на результаты интеллектуальной деятельности в сети Интернет // Законность. 2010. № 7.

7. Рузакова О. А. Право интеллектуальной собственности. М.: Моск. фин.-пром. акад., 2014.

8. Чернышова А. А. Ответственность провайдера за нарушение авторских прав в сети Интернет // Правовые вопросы связи. 2011. № 1.

Л. А. Донскова

Уральский государственный экономический университет (Екатеринбург)

О защите продовольственного рынка от контрафактного товара: состояние, проблемы и пути решения

Аннотация. Актуальность исследуемой темы связана со значительным ростом производства и реализации контрафактной продукции. По-прежнему основными операторами защиты рынка остаются таможенные службы Российской Федерации. В статье особое внимание уделено проблеме возрастания объемов контрафактной продукции, производимой и реализуемой на внутреннем рынке, что требует разработки механизма и методического инструментария обеспечения контроля товаров, содержащих объекты интеллектуальной собственности.

Ключевые слова: интеллектуальная собственность; продовольственные товары; контрафактный товар; защита; таможенный союз; внутренний рынок.

Одним из феноменальных явлений XX столетия ученые называют появление на рынке нового вида товара – интеллектуальной собственности, которая сегодня в любой стране является одной из важнейших составляющих ее экономической системы. В широком понимании интеллектуальная собственность означает закрепленные законом права на результаты интеллектуальной деятельности человека в различных отраслях. Интеллектуальная собственность – это исключительные права на объекты авторского права, объекты смежных прав, товарные знаки, знаки обслуживания, наименование мест происхождения товаров, охрана которых предусмотрена законом [1].

Роль объектов интеллектуальной собственности в экономике и обществе постоянно растет, и в наиболее развитых странах все большая часть валового внутреннего продукта формируется именно за счет объектов интеллектуальной собственности (далее – ИС) и инноваций. Вместе с этим увеличивается объем и разнообразие способов нарушения прав на результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации. Интеллектуальная собственность, создание которой связано с существенными затратами, легко поддается тиражированию

и воспроизведению, что делает ее особенно уязвимой, нуждающейся в охране и защите государства [3].

Одной из наиболее актуальных проблем защиты интеллектуальной собственности в мире и на российском рынке в частности является производство и реализация контрафактной продукции. По оценкам Международной торговой палаты, торговля контрафактной продукцией во всем мире составляет 5–7% объема всей международной торговли, что в абсолютных величинах составляет порядка 500 млрд дол. США в год [3]. По официальным данным Роспатента, оборот всей поддельной продукции, включая товары народного потребления, на российском рынке составляет 80–100 млрд р. в год, а по неофициальным данным, оборот контрафактной продукции в России значительно больше и оценивается в 150–200 млрд р. в год [4]. Одна реализованная контрафактная единица товара вытесняет с рынка как минимум одну единицу легальной продукции. Таким образом, сложившаяся ситуация на российском и международном рынках свидетельствует о глобальности проблемы контрафакта и пиратства.

Контрафакция – это незаконное использование отдельными организациями (фирмами) известных на рынке товарных фирменных знаков с целью извлечения доходов от производства и реализации этих товаров, в целях недобросовестной конкуренции и введения в заблуждение покупателя (приобретателя) [8].

В современных условиях контрафактное производство обособилось в своеобразный рынок, который характеризуется особыми признаками, масштабами и спецификой экономической организации. Номенклатура контрафактной продукции достаточно разнообразна. К рискованным категориям товаров, среди которых наиболее часто встречается контрафактная продукция, относятся и продовольственные товары. По мнению экспертов, на российском рынке наиболее часто встречаются контрафактные товары в таких группах, как алкогольная продукция – 37%, рыбные и мясные консервы – 37%.

Поступая на внутренний рынок, контрафактная продукция представляет опасность для экономических перспектив развития регионов страны. Но на продовольственном рынке это явление угрожает, помимо прочего, здоровью и жизни потребителей поддельной продукции.

Контрафактное производство тесным образом связано с импортно-экспортными операциями. Как показывает практика, значительная часть контрафактной продукции поступает в Россию из-за рубежа. Таможенные органы Российской Федерации принимают непосредственное участие в защите прав владельцев интеллектуальной собственности [7]. Так, в 2014 г. было выявлено 9,5 млн ед. товаров с признаками нарушения прав интеллектуальной собственности, в I квартале 2015 г.

российские таможенники предотвратили ущерб правообладателей объектов интеллектуальной собственности на 1,7 млрд р. против 1,1 млрд за аналогичный период годом ранее. Всего за 2007–2014 гг. было выявлено 87,5 млн ед. контрафактной продукции. Количество выявленных контрафактных товаров таможенными органами Уральского таможенного управления за 2014 г. составило более 220 тыс. ед.

Большинство объектов интеллектуальной собственности, в отношении которых таможенные органы принимают меры по защите прав правообладателей, включены в Таможенный реестр объектов интеллектуальной собственности (далее – ТРОИС), который зарекомендовал себя эффективным инструментом защиты прав владельцев торговых марок. На 23 апреля 2015 г. в нем насчитывалось 3 685 объектов, принадлежащих как зарубежным, так и российским компаниям.

Таким образом, актуальной остается одна из главных задач – защита прав владельцев интеллектуальной собственности при перемещении продукции через таможенную границу. В настоящее время идет процесс формирования единого механизма защиты прав интеллектуальной собственности в рамках Евразийского экономического союза и вопросы защиты прав интеллектуальной собственности таможенными органами освещаются многими российскими учеными и практиками.

Одна из основных тенденций развития современного рынка контрафакта – локализация. Если раньше подделки, обращающиеся на российских рынках, были преимущественно иностранного происхождения, то сегодня возрастает доля поддельной продукции отечественного производства. В связи с этим не менее важным является выявление контрафактной продукции, произведенной и реализуемой на внутреннем рынке, т. е. в борьбе с контрафактом необходимо акцентировать внимание не только на участниках внешнеэкономической деятельности, но и на участниках внутреннего рынка.

Несмотря на сложность измерения количества производимых и реализуемых контрафактных товаров, есть такие цифры: на внутреннее производство и потребление контрафактной продукции приходится от 140 млрд до 215 млрд дол. США. Наибольший удельный вес контрафактной продукции на внутреннем рынке также отмечается по мясным, рыбным консервам, чаю, кофе, кондитерским товарам, алкогольной продукции, объемы такой продукции варьируются от 30 до 60%.

По данным правоохранительных органов, как минимум 60% российской контрафактной продукции производится в регионах ЮФО и СКФО. Кризисные симптомы в экономике только обостряют масштаб проблемы, а методы контрафактщиков становятся все более изощренными. Эксперты Высшей школы экономики установили, что

в ЮФО и СКФО чаще всего подделывают пищевые продукты, минеральную воду, алкогольную продукцию. Одним из самых коммерчески выгодных считается производство контрафактной минеральной воды, которое (особенно в весенне-летний сезон) приносит владельцам подпольных цехов доход, сопоставимый с нелегальной торговлей оружием. Доля подделок на этом рынке колеблется от 50 до 75% всего объема. Еще одна популярная среди подпольных умельцев отрасль южной экономики – производство алкогольной продукции [2].

Для выявления контрафактной продукции необходимо знать, какие признаки потенциально могут указывать на нарушение исключительных прав правообладателей. Помимо определения этих признаков необходимо установить принадлежность авторских либо смежных прав или их отсутствие, а этот вопрос решается с привлечением патентоведов. Для того чтобы предупредить обман потребителей, специалистам необходимо знать виды подделок. Знание одной лишь особенности упаковки или фасовки позволяет оперативно распознать и пресечь распространение данной контрафактной продукции на территории России.

Исследования показывают, что продовольственные товары подделываются различными способами. Установлено, что подделка текстовых элементов бренда происходит за счет использования следующих элементов:

1) зрительное сходство – образование нового названия марки, зрительно не всегда отличимого от исходного, при помощи похожих букв, знаков. Например, вино MARTINI и спиртной напиток MARTI № 1;

2) фонетическое сходство – замена одной или нескольких букв в названии бренда, в результате чего название имитатора на слух почти не отличается от оригинала. Например, марка макаронных изделий «Макфа» (ОАО «Макфа», г. Челябинск) и ее фонетический суррогат «Марфа»; вино «игристое» и вино «искристое»;

3) контекстная имитация – использование смысловых ассоциаций, вызываемых некоторой схожестью имен «паразитической» и оригинальной марки. Например, при мысли о шоколадке Twix некоторые вспоминают «сладкую парочку», «двойняшек». На Белгородской кондитерской фабрике назвали свою шоколадку похожим словом – Twins (англ. «близнецы»). Смысловое (семантическое) сходство наблюдается, например, в таких названиях, как «Пять озер» – «Сто озер»; наблюдаются совпадение значения обозначений в разных языках, например, Coca Cola – «Кока-Кола»;

4) антонимическая параллель – использование антонима названия известной марки тоже является паразитическим приемом. Так, название кондитерской фабрики «Меньшевик» напоминает более известный бренд – «Большевик».

Широко используется подделка графических элементов бренда [5]. Самым распространенным приемом имитации марочного дизайна является копирование размеров, цвета и расположения деталей на упаковке. Пример графического «паразитирования» – это чипсы Lays и их эпигон «Гном».

Другой часто подделываемый элемент оформления бренда – это форма упаковки. Иногда, чтобы добиться сходства с оригинальным продуктом, имитатору достаточно подделать один ключевой элемент оформления, логотип или какой-нибудь другой символ бренда. Примером может служить изображение девочки в косынке на упаковке шоколада «Аленка» (ОАО «Красный Октябрь») и «Алены» (кондитерская фабрика «Славянка», г. Старый Оскол).

Комплексная подделка – очень часто подделывают не один (текстовый или графический) элемент бренда, а сразу оба. Так, появились «родственники» у жевательной резинки Orbit: зубные пасты «Орбита» и Orbel. Примечательно, что Orbel и «Орбита» представляют собой иную, нежели Orbit, группу товаров, но имитация при этом не становится менее выгодной. Неопознанная ассортиментная фальсификация или узаконенная подделка, происходит изобретательная игра на зрительных ассоциациях покупателя [5].

Проблема контрафактной продукции актуальна и для рынка товаров для детей. Яркий пример – анимационные бренды «Маша и Медведь», «Смешарики», доля контрафакта настолько велика, что составляет 50% объема официально произведенной продукции. Нужно отметить, что нелегально произведенная продукция и контрафакт ограничивают рост отечественной индустрии детских товаров. Объем теневого оборота составляет более 30% внутреннего рынка.

Еще одна из проблем – существование советских товарных знаков, которых, по оценке Роспатента, после распада СССР осталось около 4 000, из них по пищевым продуктам – около 70 товарных знаков, по кондитерским изделиям – около 250. Нерешенность именно этой проблемы провоцирует производство контрафактной продукции. С появлением Таможенного союза (ТС) и открытием границ страны столкнулись с проблемой «дублирования» товарных знаков, история которых уходит своими корнями еще в СССР. Решить эти трудности сегодня пытается Евразийская экономическая комиссия – наднациональный регулирующий орган ТС [6]. Это в первую очередь кондитерские и табачные изделия, алкогольные напитки.

По нашему мнению, причинами распространения фальсификации и контрафакции являются не только высокая прибыльность и рентабельность реализации контрафактной продукции, но и невысокий уровень потребительской культуры, проявляющийся в незнании и не-

умении получать необходимую информацию о товарах перед принятием решения об их покупке, ослабление внимания к таким важнейшим характеристикам товара, как качество, ассортиментная принадлежность.

Борьба с контрафактной продукцией является достаточно сложной и многоаспектной задачей. Обнаружение и предотвращение выпуска и реализации контрафактной продукции на продовольственном рынке требует создания и внедрения в практику комплексной системы защиты от контрафакта, включающей законодательную поддержку, систему идентификации и прослеживаемости товара от производителя до потребителя, систему контроля качества на предприятиях пищевой промышленности и торговли, ужесточение ответственности за производство, реализацию контрафактной продукции. Необходимо активизировать работу по определению наиболее объективных и достоверных показателей идентификации товаров однородных групп, позволяющих подтвердить их тождественность или несоответствие установленных нормативными документами и/или описаниями требований. Становится очевидным: надо что-то кардинально менять в законодательстве для того, чтобы нормы, направленные на борьбу с реальным контрафактом (низкопробными подделками), не становились орудием для расправы с добросовестными конкурентами, десятилетиями выпускающими качественную продукцию под известными торговыми марками.

Библиографический список

1. *Венедиктова И. В.* Защита законных интересов в сфере интеллектуальной собственности // Инновационное развитие через рынок интеллектуальной собственности: сб. док. и материалов / под ред. В. Н. Лопатина. М., 2013.
2. *Данилов В. Б.* Защита прав потребителей при приобретении ими контрафактной и фальсифицированной продукции // Вестник Краснодарского университета МВД России. 2013. № 4(22).
3. *Олейникова А. Я.* Контрафактная продукция и права на результаты интеллектуальной собственности // Ученые заметки ТОГУ. 2013. № 4.
4. *Сухаренко А. Н.* Противодействие обороту контрафактной продукции на территории Таможенного союза // Юридический мир. 2013. № 3.
5. *Усков В.* Подделка текстовых элементов бренда // Секрет фирмы. 2005. № 13.
6. *Чельшева М.* Таможенный контроль товаров, содержащих объекты интеллектуальной собственности, в государствах – членах ЕЭП // Инновационное развитие через рынок интеллектуальной собственности: сб. док. и материалов / под ред. В. Н. Лопатина. М., 2013.
7. *Шумаев В. А., Долина Е. Д.* Проблемы борьбы с контрафактной и фальсифицированной продукцией // Инноватика и экспертиза. 2011. № 2(7).

Электронно-цифровая подпись как защитный атрибут объекта интеллектуальной собственности

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы защиты объектов интеллектуальной собственности с помощью использования защитных атрибутов, в частности электронно-цифровой подписи, которая представляет собой данные, полученные в результате криптографического преобразования.

Ключевые слова: электронно-цифровая подпись; защитный атрибут; объект интеллектуальной собственности.

Развитие науки, техники, культуры – важнейшие показатели, которым в современном мире уделяется большое внимание. Для их совершенствования необходимы такие особые условия, как правовая защита и соответствующая оценка интеллектуальной собственности.

Статья 1225 Гражданского кодекса РФ гласит: «Интеллектуальная собственность – это охраняемый законом результат интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации юридических лиц, товаров, услуг, работ и предприятий».

Объектами интеллектуальной собственности (далее – ОИС) признаются авторское право и промышленная собственность.

Защита авторских прав становится все более актуальной, особенно если учитывать простоту копирования и незаконного использования труда автора. И для того чтобы обеспечить сохранность ОИС, его необходимо снабдить защитным атрибутом.

Этот атрибут должен обладать следующими свойствами:

- 1) быть частью объекта интеллектуальной собственности, так как его утрата делает объект незащищенным;
- 2) быть связанным с формой и содержанием ОИС;
- 3) быть прозрачным (возможно однозначно интерпретировать защитный атрибут любым лицом) и доказуемым (подтверждать свои характеристики с помощью доступных и известных процедур и методов).

Таким образом, защитный атрибут объекта интеллектуальной собственности – материально выраженное свойство этого объекта или группы объектов, связанное с его формой и/или содержанием, которое позволяет однозначно установить происхождение объекта или группы объектов и определить перечень операций (функций), которые с ним можно выполнять.

Защитным атрибутом может быть электронно-цифровая подпись [3].

В Федеральном законе от 6 апреля 2011 г. № 63-ФЗ «Об электронной подписи» (далее – Федеральный закон № 63) электронная подпись (далее – ЭП) определяется как информация в электронной форме, которая присоединена к другой информации в электронной форме (подписываемой информации) или иным образом связана с такой информацией и которая используется для определения лица, подписывающего информацию.

Закон предусматривает два типа электронных подписей: простую и усиленную. Различают усиленную неквалифицированную электронную подпись (далее – неквалифицированная электронная подпись) и усиленную квалифицированную электронную подпись (далее – квалифицированная электронная подпись).

Простая электронная подпись – это комбинация из пароля и логина, которая подтверждает факт формирования электронной подписи конкретным лицом.

Усиленная неквалифицированная подпись получается в результате криптографического преобразования информации с использованием ключа электронной подписи. Она не только идентифицирует отправителя, но и позволяет обнаруживать факт внесения каких-либо изменений в электронный документ после момента его подписания.

Сообщение или документ с неквалифицированной или простой электронной подписью может быть приравнен к бумажному документу, подписанному собственноручно, но только по предварительному договору сторон и в специальных предусмотренных законом случаях.

Усиленная квалифицированная электронная подпись так же, как и неквалифицированная, образуется в результате криптографического преобразования информации с использованием ключа электронной подписи. Наравне со всеми признаками неквалифицированной ЭП она должна обладать следующими дополнительными признаками:

ключ проверки электронной подписи указывается в квалифицированном сертификате;

для создания и проверки электронной подписи используются средства ЭП, которые получили подтверждение соответствия требованиям, установленным в соответствии с федеральным законом об электронной подписи [2].

При этом основным отличием квалифицированного сертификата ключа проверки электронной подписи является то, что он должен быть выдан аккредитованным удостоверяющим центром или доверенным лицом аккредитованного удостоверяющего центра.

Информация в электронной форме, подписанная квалифицированной электронной подписью, признается электронным документом, который равнозначен документу на бумажном носителе, подписанному

собственноручной подписью, исключая случай, если федеральными законами или нормативными правовыми актами, принимаемыми в соответствии с законами, установлено требование о необходимости составления документа исключительно на бумажном носителе.

Универсальной электронной подписи, разрешенной к использованию во всех сферах электронного документооборота и при взаимоотношениях со всеми государственными органами, пока не существует. Поэтому законодательство в разных случаях требует применять электронную подпись определенного вида.

Простая электронная подпись применяется для получения доступа к возможностям Единого портала государственных услуг.

Неквалифицированная ЭП подходит для внутреннего документооборота, для участия в электронных торгах, а также для отправки различных электронных документов из одной компании в другую.

Квалифицированная электронная подпись наделяет документы полной юридической силой и соответствует всем требованиям о защите конфиденциальной информации, именно поэтому она используется для сдачи отчетности в контролирующие органы государственной власти и для участия в электронных торгах. Согласно приказу Федеральной налоговой службы «Об утверждении Порядка применения квалифицированных сертификатов ключей проверки электронной подписи в информационных системах ФНС России», для подписания формализованных документов, утвержденных ФНС, необходимо использовать только квалифицированную электронную подпись.

При обращении за получением государственных и муниципальных услуг допускается использование простой электронной подписи и (или) усиленной квалифицированной электронной подписи. Определение случаев, при которых допускается использование той или иной подписей осуществляется на основе правил, утвержденных постановлением «О видах электронной подписи, использование которых допускается при обращении за получением государственных и муниципальных услуг».

Для каждого случая необходимо использовать определенный вид электронной подписи. Иногда существующих видов либо недостаточно, и тогда используются новые стандарты и форматы, либо если этих стандартов еще нет, то некоторые виды подписей могут приравниваться и использоваться любая из приравненных подписей.

Второй случай характерен для первичных документов. Согласно информации от 28 мая 2015 г. Единого портала об электронной подписи в Минфине уравнили возможности простой и квалифицированной ЭП.

В официальном письме Министерства финансов России разъяснили, что теперь бухгалтеры и налоговая служба могут работать с электронными первичными документами, которые подписаны любой из электронных подписей, предусмотренных Федеральным законом № 63.

При оформлении электронной «первички» можно использовать любой вид электронной подписи. Для первого случая можно привести пример с введением усовершенствованной ЭП для торгов группы компаний «Росатом». Согласно информации от 3 июня 2015 г., с 20 июня 2015 г. во всех торговых процедурах атомной отрасли будет приниматься только усиленная квалифицированная электронная подпись усовершенствованного формата. Для ее получения необходимо обратиться в удостоверяющий центр и уточнить, возможно ли на основе полученного сертификата сформировать подпись нового усовершенствованного формата. А также введена усиленная неквалифицированная подпись для налогоплательщиков. Руководствуясь информацией от 29 мая 2015 г., правительство утвердило использование неквалифицированной ЭП усиленного типа для налогоплательщиков. Согласно этому постановлению, сторонами утвержденного порядка являются пользователи «Личного кабинета налогоплательщика физических лиц» и Федеральная налоговая служба. Для юридического заверения их взаимодействия должна использоваться неквалифицированная электронная подпись [1].

Для защиты интеллектуальной собственности используется особая квалифицированная электронно-цифровая подпись (далее – ЭЦП). К ОИС добавляются данные, полученные в результате криптографического преобразования. Проверка ЭЦП позволяет установить авторство объекта интеллектуальной собственности и неизменность его содержания.

Этот метод присоединения ЭЦП используется в системе защиты ОИС «Эшелон». Компания специализируется на комплексном обеспечении информационной безопасности. Дополняет ее сертифицированный удостоверяющий центр, предназначенный для управления ключами и сертификатами.

Электронная подпись необходима во многих отраслях и направлениях. Поэтому невозможно использовать только три ее вида: простую, неквалифицированную и квалифицированную. Необходимо создание новых стандартов и видов. ЭП движется в направлении своего усовершенствования и повсеместного использования. Удостоверяющим центрам необходимо подстраиваться к изменениям и предлагать широкий выбор электронных подписей, чтобы обеспечить пользователя именно той подписью, которую он потом сможет использовать и с помощью которой сможет защитить объекты интеллектуальной собственности.

Библиографический список

1. *Единый портал* электронной подписи. URL: <http://iesp.ru/ep>.
2. *Регламент* Удостоверяющего центра ЗАО «ПФ „СКБ Контур“» по созданию и выдаче квалифицированных сертификатов ключей проверки электронных подписей от 14 августа 2012 г. URL: <https://ca.kontur.ru/about/documents/28>.
3. *Щербаков А.* Защита интеллектуальной собственности // Финансовая газета. Региональный выпуск. 2009. № 25.

Л. М. Капустина, Е. И. Коровина

Уральский государственный экономический университет (Екатеринбург)

Методика оценки международной конкурентоспособности и разработки конкурентной стратегии национальных предприятий в условиях интернационализации международных компаний

Аннотация. Предложена методика оценки международной конкурентоспособности и разработки конкурентной стратегии национальных предприятий в условиях интернационализации международных компаний.

Ключевые слова: конкурентоспособность; оценка конкурентоспособности; конкурентная стратегия; интернационализация.

С приходом на рынок иностранных предприятий местные компании оказываются в условиях международной конкуренции; в связи с этим возникает необходимость в разработке стратегии, которая поможет определить их дальнейшую деятельность. Для оценки международной конкурентоспособности компании авторами разработан алгоритм, представленный на рис. 1.

На первом этапе расчета конкурентоспособности предприятия авторы предлагают оценить долю рынка компании, воспользовавшись матрицей бостонской консалтинговой группы BCG [1].

На втором этапе авторы предлагают определить, на какой стадии жизненного цикла находится продукция предприятия [3], согласно теории Р. Вернона, – появление, рост, зрелость или спад.

На третьем этапе руководство предприятия может проанализировать цепочки создания стоимости товара, используя методику М. Портера [2, с. 138].

Здесь необходимо учесть прямые затраты на производство товара, такие как стоимость материально-технических ресурсов, производства, распространения, а также косвенные затраты на инфраструктуру, менеджмент и разработки.



Рис. 1. Алгоритм оценки международной конкурентоспособности компании

На четвертом этапе авторы рекомендуют руководству компании провести анализ жизненного цикла технологий производства путем анализа S-кривых по методу Уттербака и Абернати [2, с. 451]. Как и в модели жизненного цикла товара, в модели жизненного цикла технологий выделяют четыре этапа развития:

1) неустойчивость – на этом этапе потребности покупателей четко не определены, компания применяет гибкую политику в отношении инноваций;

2) переход – здесь инновации становятся стандартизированными, большое внимание уделяется совершенствованию технологий и снижению затрат на производство;

3) особенность – инновации в технологиях значительно превосходят товарные инновации;

4) зрелость – инновации прекращаются, товар становится массовым.

Данная модель представлена на рис. 2.

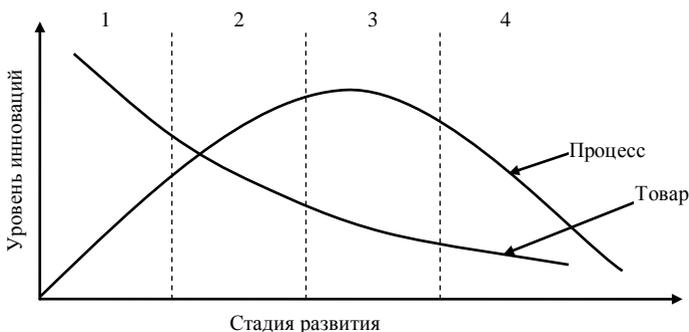


Рис. 2. Анализ жизненного цикла технологий производства

На пятом этапе авторы рекомендуют руководству предприятия проанализировать финансовые коэффициенты и показатели. К основным финансовым показателям относятся следующие: экономическая активность или эффективность, доля заемных средств или анализ платежеспособности, анализ ликвидности, анализ прибыльности, прибыль акционеров или рынки капитала.

На шестом этапе предлагается оценить функциональные возможности и ресурсы предприятия [2, с. 258]. Здесь большое значение имеют пять аспектов:

1) конкурентное превосходство, базирующееся на покупательском спросе, обладании ресурсами и комбинации этих ресурсов;

2) неподражаемость, заключающаяся в сложности для конкурентов копировать ресурсы. Неподражаемость может заключаться в физиче-

ской уникальности ресурсов, зависимости от траектории восхождения (в нужное время в нужном месте), причинной неоднозначности (комбинации ресурсов, воспринимаемой конкурентами как загадка), сдерживании экономического масштаба (больших инвестициях);

3) долговечность, т. е. скорость исчерпания ресурсов;

4) возможность присвоения, т. е. доступ конкурентов к уникальным ресурсам;

5) заменяемость, т. е. наличие и доступность альтернативных ресурсов.

На седьмом этапе необходим анализ окружающей среды (STEEP-анализ) [2, с. 327], включающий пять параметров:

1) социальный, описывающий общество, в котором существует организация: демографию, убеждения, культурные ценности, стиль жизни, обычаи, уровень образования, возрастное деление, мобильность населения и т. д.;

2) технологический, включающий цифровую связь, энергетику, медицину, патенты, количество образовательных учреждений и т. д.;

3) экономический, описывающий распределение ресурсов в обществе, уровень инфляции, ВВП, процентные ставки и т. д.;

4) экологический, включающий в себя физическую и биологическую окружающую среду, климат, качество воздуха и воды, источники энергии, биотехнологические разработки, загрязнение окружающей среды и т. д.;

5) политический и юридический, описывающий отношения правительства и народа, лоббирование отдельных отраслей, юридические основы деятельности компаний в стране, общественное мнение и т. д.

На восьмом этапе авторы рекомендуют провести конкурентный анализ в соответствии с предлагаемой М. Портером [2, с. 187] оценкой четырех параметров:

1) текущая стратегия, т. е. как сейчас конкурирует предприятие, что делает и что может делать конкурент;

2) будущие цели, т. е. что движет конкурентом;

3) предположения о своем предприятии и об отрасли;

4) сильные и слабые стороны предприятия.

На основании данных параметров оценивается реакция конкурента: удовлетворен ли он своим текущим положением, какие шаги или стратегические изменения он может сделать, что вызовет самые сильные и эффективные ответные меры конкурента.

На девятом этапе предложено провести анализ «слепых» зон [2, с. 161], т. е. причины неточностей или ошибок, допущенных при принятии стратегического решения. «Слепые» зоны могут объясняться следующими факторами.

1. Неверные предположения, к которым относятся неопровержимые предположения (неверные предположения о конкурентах, покупателях, поставщиках), корпоративный миф (неверное предположение о конкурентных возможностях фирмы) и корпоративное запрещение (неверные предположения, исходящие из закоренелых убеждений руководства).

2. Бич победителя или гипотеза высокомерия, основывающиеся на том, как победитель аукциона часто платит слишком высокую цену, так и компании часто делают невыгодные приобретения, стараясь переиграть конкурентов.

3. Усиливающаяся приверженность, например, к принятой стратегии, которая, возможно, не принесла желаемого результата, но руководство компании вкладывает в нее все новые и новые ресурсы.

4. Перспектива в условиях ограничений или ограниченная ценностная ориентация, объясняющая принятие руководством нерациональных решений. Это связано с тем, что люди часто измеряют риск от принятого решения относительно нейтральной точки отсчета, а не от точки богатства фирмы. Вторая причина – эффект достоверности, когда результат принятого решения более вероятен, если этот результат изначально был неизбежен. Большое значение имеет ценностная ориентация того, кто принимает решение, а также то, что эти специалисты рассматривают стратегическое соответствие стратегии только с точки зрения фирмы, когда необходимо учитывать еще и окружающую среду.

5. Излишняя уверенность руководства в своих знаниях и опыте, игнорирование советов и рекомендаций подчиненных.

6. Эвристическая представительность или обоснование по аналогии, которые заставляют руководство делать обобщения из ограниченных выборок и неполной информации, а также переносить опыт предыдущих предприятий на новое.

7. Просеивание информации, заключающееся в том, что анализ информации часто является субъективным фактором, который может привести к искажению фактов.

Анализ слепых зон поможет руководству предприятия проанализировать источники информации и ситуации, в которых принимались решения, и, возможно, пересмотреть стратегию предприятия.

На десятом этапе рекомендуется провести анализ разногласий [2, с. 307], возникающих в связи с изменениями внешней среды, что может привести к корректировке первоначальной стратегии предприятия. Для этого рекомендуется использовать STEEP-метод, как на седьмом этапе.

Результатом оценки международной конкурентоспособности фирмы станет конкурентная стратегия национального предприятия в условиях интернационализации международных компаний. К конкурентным стратегиям относят следующие:

1) стратегия выживания предприятия – означает, что руководство компании не предпринимает никаких действий для изменения ситуации и пытается удержать фирму на плаву в сложившихся условиях, действуя старыми методами, пытаясь продать товар партнерам, которые много лет знают продукцию предприятия;

2) стратегия переориентации на другие рынки – означает, что руководство компании нацеливает продажи товара на менее развитые страны, где требования к продукции низкие, покупатели не готовы вкладывать большие средства, а у государства исторически сложились дружеские отношения со страной-производителем;

3) стратегия переориентации на новый товар – означает, что руководство компании принимает решение закрыть производство традиционного для фирмы товара и использует имеющиеся мощности для изготовления других видов продукции, которые в сложившихся условиях имеют шанс выиграть в конкурентной борьбе;

4) стратегия инноваций – означает проведение на предприятии новых разработок, которые обеспечат производимый товар новыми функциями, что будет выгодно отличать эту продукцию от конкурентов;

5) стратегия совместной деятельности с иностранными компаниями – означает совместное производство или изготовление по зарубежной лицензии товара на своем предприятии. Такая стратегия поможет придать товару более высокое качество, но более низкие, по сравнению с импортом готовой продукции, цены, что даст хорошие конкурентные преимущества на отечественном рынке;

6) стратегия отступления (ухода с рынка) – означает, что руководство предприятия сдастся в конкурентной борьбе и закрывает производство.

Эффективность конкурентной стратегии руководство предприятия может оценить по таким параметрам, как изменение доли рынка и объемов продаж компании, улучшение финансовых показателей, снижение себестоимости товара, а также прирост ценности фирмы.

Таким образом, авторами предложена методика оценки международной конкурентоспособности и разработки конкурентной стратегии национальных компаний, поставленных с приходом иностранных предприятий в условия международной конкуренции на отечественном рынке. Оценив конкурентное положение фирмы на рынке, руководство национальных компаний может попытаться удержать предприятие на плаву, действуя старыми методами, переориентироваться

на другие рынки или на новый товар, внедрить на предприятии инновации, закрыть фирму или скооперироваться с иностранным партнером, выбрав стратегию совместной предпринимательской деятельности и интернационализировав компанию.

Библиографический список

1. *Матрица* БКГ // Материал из Википедии – свободной энциклопедии. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Матрица_БКГ.
2. *Флайшер К., Бенсуссан Б.* Стратегический и конкурентный анализ. Методы и средства конкурентного анализа в бизнесе. М.: БИНОМ. Лаборатория знаний, 2014.
3. *Vernon R.* International Investment and International Trade in the Product Cycle // *Quarterly Journal of Economics.* 1966. Vol. 80(2).

В. Е. Ковалёв

Уральский государственный экономический университет (Екатеринбург)

Легализация параллельного импорта в условиях Евразийского экономического союза: за и против

Аннотация. Формирование Евразийского экономического союза обеспечивает свободу движения товаров, услуг, капитала и рабочей силы, проведение скоординированной, согласованной или единой политики в отраслях экономики, определенных Договором о ЕАЭС и международными договорами в рамках Союза. При этом дискуссионным вопросом в рамках ЕАЭС остается проблема применения принципа исчерпания исключительного права на объекты интеллектуальной собственности (товарные знаки) и связанный с этим механизм легализации параллельного импорта. Статья посвящена анализу законодательной базы в рамках ЕАЭС и ВТО по данному вопросу, обобщению и систематизации точек зрения специалистов, выступающих за и против легализации параллельного импорта в условиях ЕАЭС, поиску решений, направленных на обоснование позиций сторон.

Ключевые слова: Евразийский экономический союз; интеллектуальная собственность; ТРИПС; принцип исчерпания прав; исключительное право на товарный знак; параллельный импорт; международная торговля.

На основании Договора о Евразийском экономическом союзе, заключенном в г. Астане 29 мая 2014 г., Республика Беларусь, Республика Казахстан и Российская Федерация, основываясь на Декларации о евразийской экономической интеграции от 18 ноября 2011 г. учредили Евразийский экономический союз (далее – Союз, ЕАЭС), в рамках которого обеспечивается свобода движения товаров, услуг, капитала и рабочей силы, проведение скоординированной, согласованной или единой политики в отраслях экономики, определенных Договором о ЕАЭС и международными договорами в рамках Союза.

Договор о Евразийском экономическом союзе вступил в силу с 1 января 2015 г.

Договор о присоединении Республики Армения к Договору о Евразийском экономическом союзе от 29 мая 2014 г. был подписан в Минске 10 октября 2014 г. После процедуры ратификации договора Армения стала полноправным членом ЕАЭС с 2 января 2015 г.

Договор о присоединении Кыргызской Республики к Договору о Евразийском экономическом союзе от 29 мая 2014 г. был подписан в Москве 23 декабря 2014 г. Киргизия является членом ЕАЭС с 12 августа 2015 г.

Таким образом, сегодня для пяти государств – членов ЕАЭС таможенно-тарифное регулирование внешнеэкономической деятельности осуществляется на основе согласованных подходов. При этом дискуссионным вопросом в рамках ЕАЭС остается проблема применения принципа исчерпания исключительного права на объекты интеллектуальной собственности (товарные знаки).

Согласно п. 11 параграфа III Протокола об охране и защите прав на объекты интеллектуальной собственности, являющегося Приложением № 26 к Договору о Евразийском экономическом союзе, «Товарным знаком и знаком обслуживания (далее – товарный знак) является обозначение, охраняемое в соответствии с законодательством государства-члена и международными договорами, участниками которых являются государства-члены, и служащее для индивидуализации товаров и (или) услуг одних участников гражданского оборота от товаров и (или) услуг других участников гражданского оборота».

В настоящее время товарный знак выполняет целый ряд функций, к числу которых относят:

1) функцию индивидуализации (выделяет товаропроизводителя и его продукцию среди других);

2) гарантийную функцию (гарантирует потребителю определенный набор полезных свойств товара или услуги, их качество и репутацию на рынке);

3) рекламную функцию;

4) защитную функцию (защищает предпринимательскую деятельность правообладателя товарного знака от недобросовестной конкуренции);

5) отличительную функцию (позволяет покупателю отождествлять маркированный товар с конкретным производителем, вызывает определенное представление о качестве продукции) [2].

Особое значение товарный знак имеет для международной торговли, принимая во внимание глобальный характер поставок определенных товаров и необходимость правообладателей в полной мере ис-

пользовать весь потенциал функций своих товарных знаков. Этому аспекту многостороннего регулирования международной торговли во многом посвящено Соглашение по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности (ТРИПС) (англ. Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights, TRIPS). Данное международное соглашение, входящее в пакет документов о создании Всемирной торговой организации (ВТО), устанавливает минимальные стандарты для признания и защиты основных объектов интеллектуальной собственности. Соглашение ТРИПС было принято в ходе Уругвайского раунда многосторонних торговых переговоров в 1994 г.

Согласно ст. 15 разд. 2 ТРИПС, «Любое обозначение или любое сочетание обозначений, способное отличить товары или услуги одного предприятия от товаров или услуг других предприятий, может быть товарным знаком. Такие обозначения, в частности слова, включая имена лиц, буквы, цифры, изобразительные элементы и сочетание цветов, а также любое сочетание таких обозначений могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков». При этом ст. 16 ТРИПС подчеркивает, что «владелец зарегистрированного товарного знака имеет исключительное право не разрешать третьим лицам без его согласия использовать в ходе торговли идентичные или подобные обозначения для товаров или услуг, которые идентичны или подобны тем, в отношении которых зарегистрирован товарный знак, когда такое использование могло бы привести к появлению вероятности смешения».

Построение эффективного механизма защиты интеллектуальной собственности в ЕАЭС неразрывно связано с такими понятиями, как «принцип исчерпания исключительного права на товарный знак» и «параллельный импорт».

Схему параллельного импорта можно представить следующим образом (см. рисунок).

По сути, параллельный импорт – это ввоз на таможенную территорию России для реализации брендового оригинального товара, но не правообладателем или уполномоченным лицом, а любым импортером, который приобрел эти товары за пределами России. Параллельный импорт подразумевает принцип «исчерпания прав», или «право первой продажи». В соответствии с этим принципом, после того как товар был продан правообладателем, правообладатель теряет возможность контролировать дальнейшее использование данного товара и предъявлять какие-либо претензии к посредникам, которые перепродают данную продукцию, часто нанося ущерб официальной дилерской сети [1].

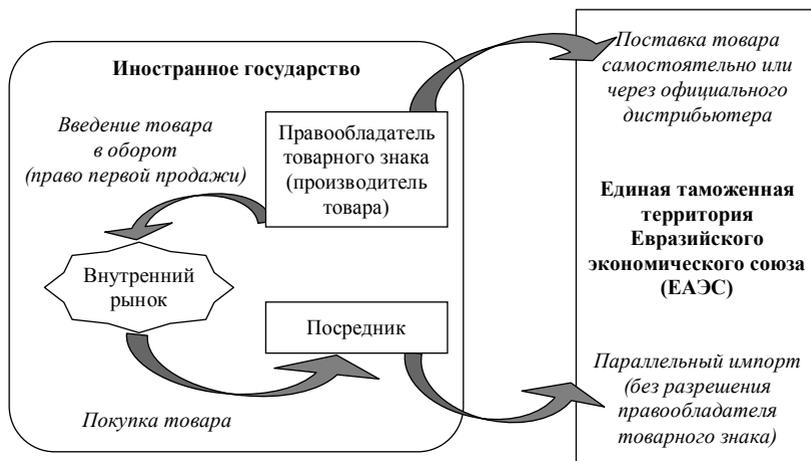


Схема параллельного импорта при внешнеторговых поставках в страны ЕАЭС

Наиболее эффективным применением принципа исчерпания прав, а следовательно, и защиты от параллельного импорта, являются таможенные меры защиты товарного знака. Согласно ст. 51 разд. 4 ТРИПС «Приостановление выпуска товаров в обращение таможенными органами», таможенные органы при ввозе товаров с неправомерно используемым товарным знаком или товаров, произведенных с нарушением авторских прав, приостанавливают выпуск в свободное обращение таких товаров.

Принцип исчерпания исключительного права на товарный знак, который действует в настоящее время на основании Договора о ЕАЭС от 29 мая 2014 г., действовал и ранее на основании Соглашения о единых принципах регулирования в сфере охраны и защиты прав интеллектуальной собственности от 9 декабря 2010 г. Согласно п. 16 параграфа V Протокола об охране и защите прав на объекты интеллектуальной собственности, являющегося Приложением № 26 к Договору о Евразийском экономическом союзе, «на территориях государств-членов применяется принцип исчерпания исключительного права на товарный знак, товарный знак Союза, в соответствии с которым не является нарушением исключительного права на товарный знак, товарный знак Союза использование этого товарного знака, товарного знака Союза в отношении товаров, которые были правомерно введены в гражданский оборот на территории любого из государств-членов непосредственно правообладателем товарного знака и (или) товарного знака Союза или другими лицами с его согласия». Таким образом, на

территории ЕАЭС действует региональный принцип исчерпания исключительного права на товарный знак. Он подразумевает необходимость получения импортером согласия правообладателя на ввоз на территорию государств – членов Союза товара, товарный знак которого включен в соответствующий реестр и защищается, при этом предусматривается дальнейший свободный оборот этих товаров на всей территории Союза. В соответствии с данным принципом, параллельный импорт невозможен без согласования с правообладателями.

В зарубежной практике, кроме регионального принципа исчерпания исключительного права на товарный знак, используется также национальный и международный принципы. При этом международный принцип легализует параллельный импорт, так как при первом введении товара в гражданский оборот на территории любого государства (право первой продажи) права на товарный знак исчерпываются и правообладатель уже не может контролировать перепродажи данного товара в дальнейших цепях поставок.

В настоящий момент в ЕАЭС отсутствует единая точка зрения по вопросу, определяющему какой из принципов исчерпания исключительного права на товарный знак должен остаться на территории Союза. Это связано с тем, что вопрос выбора оптимального принципа исчерпания исключительного права на товарный знак затрагивает широкий круг заинтересованных лиц: потребителей, правообладателей, производителей, инвесторов, импортеров, продавцов, антимонопольные, фискальные и контролирующие органы.

По мнению Федеральной антимонопольной службы (ФАС), государственное регулирование рынка товаров должно быть максимально заменено свободной конкуренцией как наиболее действенным инструментом формирования справедливых рыночных отношений. По аналогии с рядом развитых стран (Япония, США) ФАС предлагает ввести международный принцип исчерпания права в качестве базового на территории ЕАЭС, с возможностью изъятий для защиты инвесторов. Независимые импортеры высказываются за снятие барьеров на пути параллельного импорта товаров в государства – члены ЕАЭС, прогнозируя увеличение числа участников внешнеэкономической деятельности, увеличение объемов ввоза товаров, что в результате может привести к оживлению «внутрибрендовой» конкуренции и снижению цен на внутреннем рынке.

С другой стороны, региональный принцип исчерпания исключительного права на товарный знак, сдерживающий параллельный импорт товаров, оказывает положительное влияние на развитие внутреннего производства товаров и имеет защитников в лице государственных органов, курирующих вопросы развития промышленности,

а также правообладателей, локализовавших и планирующих локализацию производства на территории ЕАЭС, официальных импортеров и дистрибьюторов.

Несмотря на то что на тему возможной легализации параллельного импорта проведено много исследований, их результаты отличаются и даже противоречат друг другу. Это вызвано сложностями в выборе источников данных анализируемых сегментов рынка, а результаты главным образом зависят от выбранной позиции организации или органа, которые выступают инициаторами подобных исследований.

Международный опыт свидетельствует, что в чистом виде тот или иной принцип исчерпания прав на товарные знаки не применяется и сопровождается ограничениями или исключениями из общего правила. В сентябре 2014 г. Советом ЕЭК создана Рабочая группа по выработке предложений в отношении дальнейшего применения принципа исчерпания исключительного права на объекты интеллектуальной собственности, которая рассматривает различные варианты развития ситуации:

предложение Федеральной антимонопольной службы о целесообразности первоочередного установления международного принципа исчерпания права в отношении автозапчастей, фармацевтической продукции, парфюмерно-косметической продукции с изъятиями в отношении инвесторов-правообладателей, локализовавших производство на территориях государств – членов Союза;

усиление роли антимонопольных органов с предоставлением им полномочий разрешать параллельный импорт отдельных товаров в случае, если это отвечает государственным интересам;

снятие таможенного контроля за параллельным импортом товаров и др.

На заседании Совета ЕЭК в августе 2015 г. принято решение поручить Рабочей группе до 31 декабря 2015 г. разработать механизм принятия решений по возможному введению параллельного импорта на отдельные категории товаров – критерии отбора отдельных видов товаров, в отношении которых предполагается применение международного принципа исчерпания исключительного права, подготовить проект изменений в Договор о Евразийском экономическом союзе от 29 мая 2014 г., а также определить уровень принятия решений о введении параллельного импорта.

Очевидно, что сегодня в ЕАЭС однозначных решений «за» или «против» параллельного импорта не будет, а оптимальным вариантом является введение более гибкого гибридного принципа исчерпания исключительного права, т. е. по умолчанию будет действовать базовый принцип (региональный), а в отношении ряда товарных групп будут устанавливаться изъятия.

Библиографический список

1. *Фёдоров М. В., Ковалёв В. Е.* Взаимодействие экономик стран Таможенного союза ЕврАзЭС и потенциал их интеграции через рынок интеллектуальной собственности // Управленец. 2014. № 4(50).

2. *Шульга А. К.* Товарные знаки как средство индивидуализации товаров, работ, услуг. М.: Юрист, 2010.

Н. В. Ковалёва

Уральский государственный экономический университет (Екатеринбург)

Система «Контур-Экстерн» как оптимальный способ сдачи электронной бухгалтерской отчетности¹

Аннотация. Рассматриваются возможности и особенности продукта компании «СКБ Контур» – система электронного документооборота «Контур-Экстерн». Анализ системы включает в себя механизм работы, ее преимущества по сравнению с аналогами, принцип защиты информации. Статья будет особенно интересна молодым специалистам, студентам и преподавателям в сфере ИТ и экономики.

Ключевые слова: система «Контур-Экстерн»; электронный документооборот; отчетность; электронная подпись; защита информации.

Электронный документооборот как следствие развития информационно-телекоммуникационных технологий постепенно находит применение в работе бухгалтерских служб. Электронный документооборот – это самый современный способ сдачи отчетности в контролирующие органы. Сейчас он намного эффективней и выгодней традиционного, так как для формирования и отправки отчета по назначению не нужно покидать рабочее место – сделать это можно через Интернет. Кроме того, органы контроля постепенно переходят на работу только с электронными версиями.

Среди первых решений в области электронного документооборота между налогоплательщиками и налоговыми органами на российском информационном рынке можно выделить систему «Контур-Экстерн», разработанную компанией «СКБ Контур» [1].

Данная система на протяжении нескольких десятилетий занимает ведущие позиции в сфере электронной отчетности. Большинство современных компаний, стремящихся оптимизировать финансовые и временные затраты на сдачу отчетности, используют ее для документооборота со всеми контролируемыми органами. За 13 лет существования системы компании удалось наработать достаточно

¹ Статья подготовлена под научным руководством Е. В. Буценко.

большую клиентскую базу в стране – более 1 млн клиентов. Самая главная задача системы – использование новых веб-технологий, при которых все изменяемые формы и модули располагаются и обновляются на защищенном сервере оператора связи, а на рабочих компьютерах пользователей устанавливается минимум программного обеспечения (ПО).

С помощью одного персонального компьютера (ПК) с установленной системой «Контур-Экстерн» можно отчитываться сразу за нескольких налогоплательщиков, что позволяет вести централизованное управление бухгалтерией и оказывать услуги нескольким юридическим лицам одновременно. Единая система для формирования и отправки отчетности «Контур-Экстерн» в органы контроля имеет широкое применение. Программа позволяет пользователю получать доступ к различным приложениям, облегчающим и упрощающим ведение бухгалтерского учета. В системе доступна возможность ведения переписки с инспекторами из ИФНС, ПФР и Росстат. Существует возможность отправлять пояснительные записки, а также подписаться на рассылки от контролирующих органов. Из дополнительных сервисов можно выделить помощь бухгалтеру в проведении финансового анализа предприятия, получение справки из юридических источников и проверку контрагента (ограниченные версии).

Система «Контур-Экстерн» – единственный на отечественном рынке систем электронной отчетности программный комплекс, поддерживающий функционирование в режиме «тонкого клиента», когда система пользователя не нуждается в обновлениях. Уникальная инновационная архитектура системы «Контур-Экстерн», защищенная патентом, обеспечивает бесперебойное функционирование серверов системы в условиях больших нагрузок последних дней сдачи отчетности. Архитектура системы трехуровневая, она включает в себя клиентское приложение, сервер приложений и сервер баз данных.

Основную функциональность системы обеспечивает ее главный компонент – сервер оператора, на котором обрабатываются все информационные потоки между участниками документооборота. Сервер оператора исполняет роль единого шлюза между информационно-телекоммуникационными системами абонентов и контролирующими органами. На сервере оператора размещается все изменяемое программное обеспечение, хранятся рабочие базы абонентов системы, происходит резервное копирование всех обращающихся в системе документов. Там же конфигурируются права доступа к системе, настраиваются режимы работы, производятся обновления всего программного обеспечения.

Рабочее место абонента системы «Контур-Экстерн» используется для доступа к серверу системы посредством Интернета. Комплект клиентского программного обеспечения состоит из интернет-браузера и средства криптографической защиты информации (далее – СКЗИ). В окне браузера абонент системы осуществляет работу с программным обеспечением сервера системы, оперируя электронными документами.

Контролирующий орган, подключенный к системе «Контур-Экстерн», использует в своей работе телекоммуникационный модуль (специально разработанную «Службу гарантированной доставки» или обыкновенный почтовый клиент) и специализированный сервис «Прием». Этот программный продукт, в который интегрировано СКЗИ, обеспечивает автоматическое исполнение криптографических операций, поддерживает электронный архив контролирующего органа и предоставляет специалисту контролирующего органа возможность для работы с этим архивом, а также автоматически формирует квитанции о приеме документов от абонента, дает возможность создавать электронные документы и передавать их абонентам [2].

Внедрение электронной подписи (без разделения на используемые криптоалгоритмы и критерий «квалифицированности» (ст. 5 Федерального закона от 6 апреля 2011 г. № 63-ФЗ «Об электронной подписи»)) в информационную систему обычно вызвано необходимостью контроля целостности и авторства порождаемых в системе информационных потоков и документов.

Следует отметить, что понятие «электронная подпись» предназначено в основном для юридического использования (в том смысле, что использование этого термина предполагает фактическое соответствие установленным юридическим нормам). Поэтому директива фактически вводит юридическую категорию, определяющую рамки применения и юридической значимости для различных технологий подписи, верификации, подтверждения и принятия цифровых электронных данных.

Отдельное внимание в вопросе работы с электронной подписью следует уделить установлению соответствия между открытым ключом подписи и непосредственно лицом, которому он принадлежит. Для решения этой задачи существует такое понятие, как «сертификат открытого ключа электронной подписи/цифровой сертификат». Для выдачи, проверки действительности, отзыва и управления сертификатами необходима инфраструктура открытых ключей (Public Key Infrastructure). Вопрос сопоставления открытого ключа и его владельца – один из самых важных и сложных в работе с асимметричной криптографией [4].

Особое внимание в системе «Контур-Экстерн» уделено обеспечению защиты информации в процессе эксплуатации системы. Благодаря

применению сертифицированных средств криптографической защиты информации (СКЗИ) решаются задачи защиты содержимого конфиденциальных документов от несанкционированного доступа, обеспечения проверки целостности и авторства электронного документа. Система «Контур-Экстерн» не содержит собственных криптографических модулей. Все криптографические функции (подпись, проверка подписи, шифрование, работа с сертификатами и т. д.) реализуются посредством вызова внешнего СКЗИ через специально разработанный интерфейс.

подавляющее большинство абонентов системы «Контур-Экстерн» в настоящее время применяет СКЗИ «КриптоПро CSP», благодаря удобному интерфейсу и низкой стоимости являющееся лидером отечественного рынка средств защиты конфиденциальной информации [3]. Шифрование в системе «Контур-Экстерн» осуществляется в соответствии с ГОСТ 28147-89 «Системы обработки информации. Защита криптографическая. Алгоритм криптографического преобразования», а электронная подпись – в соответствии с ГОСТ Р 34.10-01 «Схема цифровой подписи».

Абонент системы может использовать дополнительные средства защиты ключевой информации (например, электронные USB-брелки Rutoken производства компании «Актив»), системы защиты рабочего места и подобные им – повышая защищенность пользователя, подобные средства не мешают штатному функционированию системы.

Для функционирования регионального сегмента системы «Контур-Экстерн» необходимо наличие Удостоверяющего Центра – комплекса программных средств и организационно-технических мероприятий, созданных и функционирующих в соответствии с Федеральным законом «Об электронной цифровой подписи». Большинство региональных сегментов системы «Контур-Экстерн» обслуживается в настоящее время в Удостоверяющем Центре компании «СКБ Контур», созданном на базе программно-аппаратного комплекса «КриптоПро УЦ».

В программном обеспечении «КриптоПро» присутствует RuToken, который используется для безопасного хранения цифровых сертификатов и закрытых ключей электронной подписи и шифрования.

Покидая рабочее место и забрав «токен» с собой, пользователь может быть уверен, что в его отсутствие никто не отошлет подписанный документ от его имени. Даже в случае кражи устройства злоумышленник не сможет воспользоваться ключевой информацией, так как память идентификаторов RuToken шифруется по алгоритму ГОСТ 28147-89 и для доступа к ней требуется знание PIN-кода пользователя. В решении КриптоПро RuToken CSP используется аппаратная реализация российских алгоритмов электронной цифровой подписи.

В заключение отметим, что использование в рамках прикладного программного обеспечения тех или иных программных интерфейсов и форматов электронной подписи должно соответствовать функциям и задачам данного ПО, не накладывая ограничений и дополнительных требований на пользователя. Выбирая систему для сдачи бухгалтерской отчетности через Интернет необходимо принимать во внимание возможности и сервисы, которые пользователь получает в результате ее использования.

Учитывая сказанное, можно заключить, что система «Контур-Экстерн» отвечает всем необходимым требованиям, предъявляемым к подобным сервисам. Данный программный продукт является оптимальным решением для сдачи электронной бухгалтерской отчетности в контролирующие органы.

Библиографический список

1. Система «Контур-Экстерн» – шаг в будущее. URL: <http://kontur-center.ru/kontur-extern>.
2. Архитектура системы. URL: <http://extern.balans2.ru/ru/kontur/technology/architecture>.
3. Безопасность системы «Контур-Экстерн». URL: <http://www.pro-kontur.ru/bezopasnost-sistemy-kontur-ekstern.php>.
4. Мельченко П. Технологии работы с электронной подписью. URL: <http://habrahabr.ru/post/136836>.

Я. С. Курышова

Российский университет дружбы народов (Москва)

Интеллектуальная собственность и кибератаки¹

Аннотация. Анализируется негативное воздействие, оказываемое кибермошенничеством на интеллектуальную собственность и финансы организации; рассмотрены способы борьбы с кибератаками.

Ключевые слова: информационные технологии; кибератака; кража интеллектуальной собственности; IT-риски; информационная безопасность; антивирус.

Сегодня, пожалуй, абсолютное большинство людей согласится с тем, что информационные технологии все глубже проникают в нашу жизнь. Но не каждый человек задумывается об угрозе кибератак. В связи с этим целью данного исследования является освещение проблемы киберпреступлений с экономической и управленческой точек зрения.

¹ Статья подготовлена под научным руководством Т. Б. Ивановой.

Для достижения цели необходимо выполнить следующие задачи: доказать актуальность поставленной проблемы; выяснить отношение россиян к проблеме; определить причины возникновения этой проблемы; предложить возможные решения.

Для начала следует пояснить, что понятие «кибератака» включает в себя. Один из интернет-ресурсов, освещающих данную проблему, определяет кибератаку (хакерскую атаку) как любое покушение на информационную безопасность компьютерной системы [1]. Кибератака может быть как дистанционной (устройство взламывает устройство), так и контактной (хакер взламывает устройство).

Согласно исследованию Allianz Global Corporate & Specialty, посвященному рискам от киберпреступлений, ущерб мировой экономике от кибератак оценивается в 445 млрд дол. в год. Так, по расчетам экспертов Allianz Global Corporate & Specialty, наибольший ущерб терпит США – 108 млрд дол.; 2-е и 3-е места получили Китай (60 млрд дол.) и Германия (59 млрд дол.). Россия занимает 8-е место с 2 млрд дол. – это больше, чем в Японии (980 млн дол.) и Италии (900 млн дол.), но меньше, чем, например, в Бразилии (7,7 млрд дол.) или Индии (4 млрд дол.) [2].

Каким образом происходят такие потери? Не вдаваясь в механизмы взлома систем, можно сказать, что ущерб от киберпреступления бывает прямым и косвенным. Под прямым ущербом от кибератаки понимается непосредственное хищение денежных средств. Косвенный ущерб – хищение данных, среди которых может оказаться важная или секретная информация. Например, таким образом могут быть похищены результаты исследований, расчеты, планы, описания бизнес-процессов и т. д. Так, в 2014 г. из-за киберкраж чертежей и описаний ноу-хау немецкие машиностроительные предприятия потерпели ущерб в 7,9 млрд евро [3]. Также факты крупных киберкраж интеллектуальной собственности были зафиксированы в России, США, ОАЭ, Великобритании и некоторых других странах [4].

Если обратить внимание на частоту появления новостей о кибератаках (например, в архиве РБК), то можно сделать следующее наблюдение: количество упоминаний о хакерах и кибератаках вырастает в разы не по годам, а по месяцам. Все это не может не говорить нам об актуальности данной проблемы.

Опасность кибератак понимают и большинство работоспособных россиян – 65,4% (в опросе принимали участие лица из разных городов России, работающие в организациях, и студенты). Но, как показал этот опрос, только 19,2% респондентов считают IT-риски организации достаточно существенными. В этом вопросе лидируют кредитные (61,5%), рыночные (50%), управленческие (46,2%) и стратегические (42,3%)

риски. Это говорит о том, что одной из причин роста убытков от кибератак является недостаточная осведомленность о реальности этой угрозы. Общеизвестные причины взломов (тройанские программы, старое обновление или неправильная настройка программного обеспечения (ПО), использование простых или одинаковых паролей, общеизвестность паролей («сарафанное радио», социальная инженерия), кража информации сотрудниками) до сих пор являются самыми частыми причинами утечки информации.

Если угроза троянских программ носит техногенный характер, то все остальные – антропогенный, т. е. всему виной человеческий фактор (что лишний раз подтверждает важность качества трудового и управленческого ресурса). Поэтому для любой компании, независимо от ее размеров и дохода, будет эффективно периодическое проведение корпоративных семинаров (с привлечением своего или внешнего специалиста) на тему информационной безопасности. На этих семинарах должны освещаться такие вопросы, как установка надежных паролей, которые должны меняться при смене пользователя; неразглашение паролей третьим лицам; неразглашение корпоративной информации. Для компаний, чья деятельность в любой мере связана с интеллектуальной собственностью, эти мероприятия должны быть обязательными, так как они низкокзатратны (в некоторых случаях бесплатны), а выгода их проведения может составить миллионы.

Если говорить о крупных предприятиях, которые могут себе позволить дорогостоящее ПО (например, антивирус для бизнеса в максимальной версии может стоить 25–100 тыс. р., в зависимости от количества защищаемых устройств), то желательна его установка. Такое ПО способно защитить компанию от кражи интеллектуальной собственности и денежных средств. Для молодых предприятий тоже есть выход – бесплатные или недорогие (до 1 тыс. р.) антивирусные программы.

Еще одним способом обезопасить себя от киберкражи данных будет рассредоточение информации и денежных средств, например, наличие нескольких расчетных счетов, наличие нескольких баз данных (с разным наполнением).

Также необходимо помнить, что всегда(!) должны быть копии важных данных, так как зачастую вирусные программы или злоумышленники могут уничтожать или повреждать данные или ПО устройства.

Итак, можно сделать вывод, что для профилактики кибератак недостаточно иметь антивирусную программу. Необходимо также регулярно обновлять свое ПО, не устанавливать простые пароли и не разглашать их. Для того чтобы эти рекомендации выполнялись, руководителю необходимо периодически организовывать семинары на тему информационной безопасности.

Библиографический список

1. *Кибератака* / SecurityLab.ru. URL: <http://www.securitylab.ru/news/tags/Кибератака>.
2. *Эксперты* оценили потери России от киберпреступлений в 2 млрд дол. в год / РБК QUOTE. URL: <http://quote.rbc.ru/topnews/2015/09/14/34433367.html>
3. *Maschinenbau: Fast 8 Milliarden Euro Schadendurch Produktpiraten* / Heiseonline. URL: www.heise.de/newsticker/meldung/Maschinenbau-Fast-8-Milliarden-Euro-Schaden-durch-Produktpiraten-2683137.html.
4. *Похитившие* сотни миллионов долларов хакеры вернулись в Россию / РБК QUOTE. URL: http://www.cnews.ru/news/top/2015-09-09_pohitivshie_sotni_millionov_dollarov_hakery_vernulis.

Ю. Б. Мельников, Д. С. Миронов, С. В. Ширпужев

Уральский государственный экономический университет (Екатеринбург)

Издательская система LaTeX как инструмент управления интеллектуальной собственностью в форме электронного учебно-методического обеспечения

Аннотация. Рассматриваются некоторые аспекты управления интеллектуальной собственностью, имеющей вид электронного учебно-методического обеспечения и разных организационных форм его использования.

Ключевые слова: интеллектуальная собственность; методика обучения; математика; издательская система.

В рамках данной работы рассмотрим некоторые особенности управления интеллектуальной собственностью в системе образования, точнее, управления интеллектуальной собственностью, представленной в форме электронного учебно-методического обеспечения и разных организационных форм его использования.

Основная функция интеллектуальной собственности состоит в получении собственником определенных благ. Если подразделить модели на апостериорные, актуальные и прогнозные, то в нашем исследовании мы не обнаружили блага, обеспечиваемые собственностью в виде электронного учебно-методического обеспечения и организационных форм его использования, и относящихся к апостериорной модели собственника.

В рамках актуальной модели собственника и его деятельности единственным благом, обеспечиваемым собственностью рассматриваемого нами вида, является изменение его внутреннего состояния, например, удовлетворение от осознания приоритета, от ожидаемого или состоявшегося повышения авторитета в референтной группе (в том числе за счет признания заслуг, уровня материальной обеспеченности и т. п.).

В рамках прогнозной модели собственника и его деятельности следует выделить повышение потенциальных возможностей за счет улучшения материального положения, повышения качества клиентов (например, привлечения в вуз или его подразделение студентов с более высокой подготовкой, мотивацией, более высокой обучаемостью и т. д.), повышения качества как сотрудников, так и результатов их работы, улучшения качественного состава партнеров, совершенствования взаимодействия с ними.

Из этого следует, что в управлении интеллектуальной собственностью в сфере образования можно выделить несколько приоритетных целей. *Во-первых*, это получение выгоды: прямого и косвенного финансового результата (продажа продукта или прав на его использование, снижение лицензионных отчислений на сторонний продукт, повышение экономической эффективности деятельности, в первую очередь, образовательной, научной и хозяйственной), имиджевого эффекта в глазах сотрудников и потребителей (обучаемых, их родителей и других родственников), партнеров и конкурентов, руководства системой образования, улучшения качества и повышения эффективности инфраструктуры. *Во-вторых*, это получение прямого и косвенного научно-образовательного эффекта (в частности, повышение качества обучения): а) включение продукта непосредственно в образовательный процесс в качестве элемента содержания, средства обучения и т. п.; б) повышение престижа образовательного учреждения или его подразделения; в) привлечение в образовательное учреждение хорошо подготовленных и мотивированных абитуриентов, талантливых специалистов (преподавателей, ученых, инженеров, управленцев и др.); г) улучшение инфраструктуры образовательной и научной деятельности. *В-третьих*, улучшение социально-психологического климата в образовательном (научно-образовательном) учреждении за счет роста мотивированности сотрудников и обучаемых, повышения их самооценки и удовлетворенности результатами собственной деятельности.

Рассматривая управление интеллектуальной собственностью в форме учебно-методического обеспечения в рамках одного вуза, вряд ли можно считать реалистичным получение прибыли за счет продажи электронных учебников или размещения рекламы. Поэтому задачу «монетизации» интеллектуальной собственности, имеющей вид электронного учебно-методического обеспечения, мы пока не рассматриваем как практически значимую. Следовательно, в управлении данным видом интеллектуальной собственности следует делать упор на перечисленные цели, т. е. на получение прямого и косвенного научно-образовательного эффекта и на улучшение социально-психологического климата в образовательном (научно-образовательном) учреждении.

В управлении интеллектуальной собственностью одним из важнейших компонентов является защита авторских прав. Защита авторских прав и интеллектуальной собственности имеет несколько аспектов:

- 1) защита авторского приоритета;
- 2) защита финансовых интересов;
- 3) защита от несанкционированного использования (даже без прямых финансовых последствий);
- 4) защита от незаслуженных имиджевых потерь, в частности, от несанкционированного изменения и от применения в непредусмотренных условиях, приводящих к искажению ожидаемого эффекта.

В управлении интеллектуальной собственностью можно выделить такие этапы, как:

1) выбор области, в которой будет создаваться соответствующий объект собственности (этот выбор определяется набором компетенций потенциальных авторов, актуальностью создания новых объектов в данной предметной области, ее коммерческим потенциалом и др.);

2) выбор конкретной задачи и вариантов ее решения (например, на основе ТРИЗ [1; 2]), создание объекта и доведения его до коммерческой реализации;

3) сервисная поддержка и развитие объекта;

4) преобразование объекта или корректное завершение работы с ним.

Если говорить о собственности в виде электронного учебно-методического обеспечения и организационных форм его использования, то существенную роль в осуществлении большинства из указанных этапов играет выбор инструментальных средств разработки и использования электронного учебно-методического обеспечения. В качестве примера можно привести работы [3; 4], а также многочисленные материалы, в которых постулируется превосходство web-технологий над всеми другими вариантами разработки и использования электронного учебно-методического обеспечения. Однако в работе [3] установлено, что для некоторых видов электронного учебно-методического обеспечения более оптимальным по ряду критериев является формат файла pdf и, например, TeX и его разновидности (например, LaTeX) в качестве инструмента разработки материалов по математике, физике, химии и других учебных дисциплин, в рамках которых используются формулы [3]. В частности, защите авторских прав и защите от несанкционированного изменения продукта способствует разделение готового продукта и исходного кода.

На кафедре прикладной математики Уральского государственного экономического университета накоплена обширная практика разра-

ботки и применения электронных средств обучения и управления ими. На базе издательской системы LaTeX и пакета Acrotex этой системы авторами собственные средства программирования в этой системе: стилевые файлы, система макрокоманд, редактор TeXCreator и плагины к нему: TeXSample и PreTeX (разработчики А. О. Богданов и Ю. Б. Мельников).

Библиографический список

1. *Альтиуллер Г. С.* Алгоритм изобретения. М.: Московский рабочий, 1973.
2. *Альтиуллер Г. С.* Творчество как точная наука. 2-е изд., доп. Петрозаводск: Скандинавия, 2004.
3. *Мельников Ю. Б., Тропин А. В.* Выбор формата представления презентаций учебного назначения // Ярославский педагогический вестник. 2009. № 1: Теория и методика обучения и воспитания.
4. *Мельников Ю. Б., Мельников Н. В., Богданов А. О.* Мультиплатформенная система подготовки обучающих ресурсов, основанная на реализации алгебраического подхода // Ярославский педагогический вестник. 2013. Т. III, № 3 (Естественные науки).

Д. С. Миронов, А. Е. Плахин

Уральский государственный экономический университет (Екатеринбург)

Подходы к оценке и управлению интеллектуальным капиталом технологических парков

Аннотация. Рассмотрены подходы и методы оценки интеллектуального капитала технопарка. Показана эффективность управления технопарком через плоскость интеллектуального капитала.

Ключевые слова: технопарк; интеллектуальный капитал; промышленность; инновация; конкурентоспособность.

Современная экономическая наука рассматривает интеллектуальный капитал технопарка как совокупность структурированных знаний и способностей, обладающих потенциалом развития и создания стоимости и использующихся в целях максимизации прибыли и других экономических и технических результатов. Иными словами, это нематериальные активы, усиливающие конкурентные преимущества технопарка, без которых он не может существовать.

В современном обществе интеллектуальный капитал становится основой богатства. Именно он определяет конкурентоспособность экономических систем, выступает ключевым ресурсом их развития. В процессе создания, трансформации и использования интеллектуального капитала участвуют коммерческие предприятия, государственные и общественные учреждения и организации, т. е. все субъекты рыноч-

ных отношений. Способность экономики создавать и эффективно использовать интеллектуальный капитал все в большей мере определяет экономическую силу нации, ее благосостояние [6].

В то же время Россия может обеспечить «прорыв» на мировые рынки благодаря инновационному потенциалу, внедрению и использованию высоких технологий. Это возможно осуществить через эффективный механизм освоения, применения и распространения наукоемких и промышленных технологий путем создания технопарков. Именно поэтому, по мнению авторов, общее исследование интеллектуального капитала технопарков приобретает на современном этапе особую актуальность, что вызвано особенностями их функционирования и обусловлено спецификой исследуемой структуры.

Существующие формальные методологии управления технопарковыми структурами как субъектами микроэкономики представлены в трудах О. Айгистовой, В. Атояна, В. Бузника, А. Власова, Н. Зайцева и др. Однако модели и методики, предлагаемые в исследованиях этих авторов, не в полной мере обеспечивают необходимую эффективность и результативность. Это связано с тем, что технологические парки – достаточно новое, молодое и динамичное явление для России, которое активно изучается на современном этапе развития.

Экспорт высокотехнологичной продукции в странах мира представлен на рис. 1.

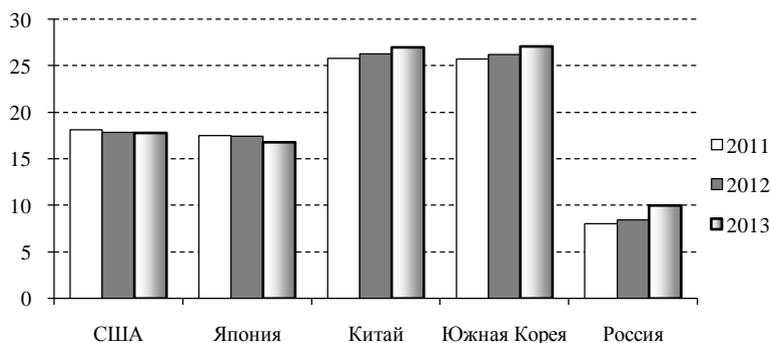


Рис. 1. Доля высокотехнологичной продукции в общем объеме выпуска промышленных товаров в 2011–2013 гг., % экспорта промышленных товаров¹

Затраты на научные исследования и разработки в странах мира представлены на рис. 2.

¹ Составлено по данным Всемирного банка. URL: <http://www.worldbank.org>.

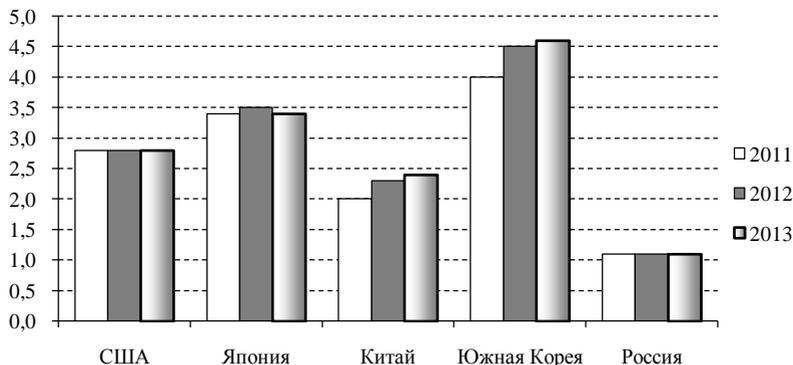


Рис. 2. Доля затрат на научные исследования в общем объеме ВВП, %

В настоящий момент Россия вносит всего лишь 2% в мировую валовую сумму расходов на научно-исследовательские разработки. Для сравнения: доля США – 32,6%; Японии – 12,9%. Затраты России на НИОКР составляют 0,51% бюджета (в США – 0,99%; Великобритании – 0,73%; Израиле – 1,05%) [2].

На основании этих данных можно сделать вывод: развитие инновационной сферы российской экономики и коммерциализация научных разработок является важнейшим государственным приоритетом. В этом процессе важную роль играют технопарки. Разработки моделей, теорий, методологий развития и управления технопарками сегодня актуальная задача, обусловленная недостаточным развитием и «размытыми» рамками теории создания и управления технологическим парком.

В соответствии с исследованиями Всемирной ассоциации научных парков и инновационных территорий (The International Association of Science Parks – IASP), наиболее значимым фактором, оказывающим влияние на успешность технопарка, является его репутация – 67,2%. Конкурентоспособность технопарка в наибольшей степени зависит от качества компаний-резидентов – 58%, что, по сути, характеризует бренд технопарка¹.

В рекомендациях по развитию технопарков, разработанных Организацией Объединенных Наций по промышленному развитию (United Nations Industrial Development Organization – UNIDO) в 2005 г., как наиболее важные выделяют следующие:

¹ International Association of Science Parks and Areas of Innovation. URL: <http://www.iasp.ws/news>.

создание условий, способствующих взаимодействию и сотрудничеству между предприятиями, а также развитие международной кооперации;

повышение конкурентоспособности за счет развития компетенций предприятий¹.

Данные факторы позволяют сделать вывод о том, что на сегодняшний день эффективное управление технопарком необходимо рассматривать в неразрывной связи с его нематериальными активами. Иными словами, следует рассматривать управление технопарком на основе его интеллектуального потенциала.

Для реализации такого подхода к управлению необходимо:

- 1) определить ключевые виды интеллектуального капитала;
- 2) сформулировать критерии соотнесения ресурса к данному виду капитала;
- 3) определить конкретные факторы и показатели, определяющие накопленный интеллектуальный капитал технопарка;
- 4) дать прогноз эффективности следования критериям и факторам из п. 3 (их использования и инвестирования).

Среди методов оценки интеллектуального капитала рассмотрим, на наш взгляд, наиболее эффективный метод сбалансированной системы показателей, характеризующих накопленный интеллектуальный капитал технопарка. Суть метода состоит в том, что формируется система ключевых показателей технопарка, проводится их индикативная обработка с целью получения интегрального показателя.

В рамках исследования был проведен анализ деятельности ведущих технопарков. Полученные результаты в сочетании с теоретическим анализом позволили выделить следующие виды интеллектуального капитала и факторы их оценки.

При условии эффективного управления интеллектуальным капиталом технопарка существенно увеличится доходность и стоимость бизнеса в силу диверсифицированных структур за счет:

интеграции интеллектуального капитала отдельных субъектов (стейкхолдеров, якорных резидентов, сотрудников и др.), которая даст его значительное увеличение по сравнению с простой арифметической суммой составляющих;

интеграции ресурсов (в том числе кадровых) отдельных субъектов технопарка, что в итоге обуславливает их экономию;

интеграции PR-ресурсов, которая повысит уровень узнаваемости бренда, рейтинга предприятия в отрасли, что обеспечит добавленную стоимость стандартному товару, услуге.

¹ *United Nations Industrial Development Organization*. URL: <http://www.unido.org>.

Преимущество этого метода заключается не только в эффективной оценке, но и в возможности прямого донесения до всех компаний-резидентов технопарка ориентиров деятельности и стратегии развития организации.

Управление технопарком через плоскость его интеллектуального капитала – это частный случай интеграционного подхода к управлению, нацеленного на исследование и усиление взаимосвязей между отдельными подсистемами и элементами системы управления. Интеграция между отдельными объектами технопарка обеспечивается углублением и конкретизацией взаимосвязей между ними, количественным выражением этих взаимосвязей, которое можно выявить с помощью факторов оценки интеллектуального капитала, представленных в таблице.

Критерии оценивания интеллектуального капитала технопарка

Вид капитала	Определение	Факторы-показатели	Пояснение
I. Капитал профессиональных знаний и компетенций	Нематериальные активы, ориентированные на способность команды сотрудников действовать в разнообразных ситуациях, а также на образование, квалификацию, умения и навыки, опыт, энергию, отношение к работе, к клиентам, уровень общей культуры [4]	1.1. Наличие у каждого конкретного сотрудника уровня образования, компетенций для выполнения профессиональных задач	Наличие высшего образования, ученой степени, ученого звания, повышение квалификации и переподготовка по профилю, участие в стажировках, семинарах, тренингах. Владение иностранным языком
		1.2. Наличие системы соотнесения компетенций занимаемой должности	Работодатель получает возможность оптимизировать использование трудовых ресурсов, оценить уровень квалификации коллектива в целом и каждого работника в отдельности. Работник получает возможность доказать работодателю, что он грамотный специалист, обладающий достаточной квалификацией
		1.3. Наличие эффективной и отлаженной системы материального стимулирования высококвалифицированных сотрудников и продвижения по карьерной лестнице	Можно предложить следующие принципы организации таких систем: простота и открытость; справедливость; возможность проверки плана и фактического результата деятельности; информированность об изменениях в системе премирования

Продолжение таблицы

Вид капитала	Определение	Факторы-показатели	Пояснение
		1.4. Систематизация знаний компаний-резидентов	Систематизация знаний (например, создание баз данных, экспертных систем), интегрирующие результаты работы организации и передовой опыт подобных структур
		1.5. Поддержка сотрудничества с университетами и научно-исследовательскими институтами (НИИ)	Содействие в организации практик студентов и осуществление целевой подготовки специалистов
2. Креативный капитал	Совокупность личных качеств сотрудников (навыки, идеи, воображение, харизма, творческие способности, амбиции и т. д.), проявляющиеся в процессе профессиональной деятельности, которые становятся капиталом и средством производства	2.1. Наличие у сотрудников творческих способностей, уникальных и выдающихся особенностей и результатов мозговой деятельности 2.2. Поддержка творческой инициативы со стороны администрации 2.3. Способность сотрудников генерировать идеи, творческий подход при решении некоторых групп задач	Креативный капитал занимает передовые позиции в деятельности технопарка, поскольку на современном этапе информационного общества определяемыми формами собственности становятся частная и интеллектуальная собственность, полученная в результате интеллектуальной и креативной деятельности и направленная на расширенное воспроизводство интеллектуального капитала и развитие предприятий
3. PR-капитал	Связанные с брендом активы компании, способные обеспечивать добавленную стоимость стандартному товару или услуге	3.1. Наличие положительных отзывов об организации в СМИ 3.2. Организация презентаций компании в рамках специализированных мероприятий 3.3. Качественный уровень и информативность интернет-сайта, количество посещений, а также наличие фирменного стиля и оперативная обратная связь 3.4. Наличие клиентов (резидентов), повышающих имидж структуры 3.5. Качественный уровень связей с университетами, госструктурами	Менеджмент будущего – это фактически PR-менеджмент как управление имиджевой собственностью

Вид капитала	Определение	Факторы-показатели	Пояснение
4. Капитал интеллектуальной собственности	Ресурс, который характеризует интеллектуальный потенциал организации, выступает как результат интеллектуальной творческой деятельности, защищенный охраняемыми документами [8]	4.1. Наличие авторства объектов интеллектуальной собственности отдельных сотрудников, организации в целом	
		4.2. Возможность коммерциализации наличной интеллектуальной собственности отдельных сотрудников, организации в целом	

Таким образом, рассмотрена проблема повышения уровня конкурентоспособности и экспорта наукоемких технологий российского производства. Предлагается решение данной проблемы через активное развитие технопарков, которые, в свою очередь, нуждаются в методическом обеспечении и «специфичной» идеологии управления. Один из эффективных способов управления – интеграционный подход на основе управления через интеллектуальный капитал, для определения уровня которого предложена система сбалансированных показателей.

Данное исследование носит обобщенный характер и выступает началом будущего комплексного исследования по данному вопросу. Управление сложноструктурированными субъектами экономики инновационной направленности требует более конкретизированного исследования, разработки собственной особой методологии управления, ориентированной на положительный эффект от интеграции данных субъектов.

Библиографический список

1. Дедов С. В., Шишкин А. Ф., Гордиенко Н. С. Теоретические и методологические подходы к оценке человеческого капитала // Финансы и кредит. 2008. № 22.
2. Евланов А. Проще сдать, чем внедрять // Российская газета. 2013. 23 апр.
3. Кондратьева М. Н., Гришина Е. С. Методика определения уровня запаса человеческого потенциала региона // Финансовая аналитика: проблемы и решения. 2013. № 22.
4. Макаров А. М. Измерение и формирование клиентского капитала организации // Практический маркетинг. 2005. № 1.
5. Плахин А. Е., Маджар Е. Ф. Оценка национального человеческого капитала // Управление инновациями – 2013: материалы Междунар. науч.-практ. конф. / под ред. Р. М. Нижегородцева. Новочеркасск, 2013.
6. Плахин А. Е., Мионов Д. С. Концептуальная модель создания индустриального парка // Экономика, общество, человек: теория, методология, реальность: сб. науч. публикаций: в 2 ч. / отв. за вып. Д. А. Карх. Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2015. Ч. 1.
7. Пострелова А. В., Донскова М. В. Оценка интеллектуального капитала предприятия // Проблемы и перспективы экономики и управления: материалы II Междунар. науч. конф. (Санкт-Петербург, июнь 2013 г.). СПб.: Реноме, 2013.

8. Тарасов В. Имиджевый капитал – самый современный вид капитала // PR-диалог. 2000. № 4(9).

9. Токарева Т. В. Основные характеристики, влияющие на создание и использование инноваций // Инновационная деятельность. 2009. № 4.

А. О. Порфирьева, И. Д. Возмилов

Уральский государственный экономический университет (Екатеринбург)

Защита прав интеллектуальной собственности в сфере бизнес-образования в рамках евразийской интеграции

Аннотация. Рассматриваются вопросы, связанные с защитой прав интеллектуальной собственности в сфере бизнес-образования в странах Евразийского экономического союза. Анализируется текущая ситуация по формированию нормативной правовой базы в рамках евразийской интеграции, выявляется специфика охраны прав интеллектуальной собственности в сфере бизнес-образования. На основании проведенного анализа даются рекомендации наднациональным органам ЕАЭС, авторам образовательных продуктов и компаниям – потребителям услуг бизнес-образования по повышению эффективности защиты прав интеллектуальной собственности.

Ключевые слова: защита интеллектуальной собственности; авторское право; евразийская интеграция; бизнес-образование.

Защита прав интеллектуальной собственности в сфере бизнес-образования приобретает все большую актуальность в России и странах Евразийского экономического союза. Бизнес-образование позволяет фирмам обеспечить формирование высококвалифицированных, компетентных, инновационно-ориентированных кадров, что способствует повышению конкурентоспособности и эффективности деятельности компаний на национальных рынках и евразийском пространстве. При этом вопрос об охране интеллектуальной собственности образовательных продуктов для бизнеса недостаточно изучен, проработан и законодательно оформлен.

Президент РФ В. В. Путин в марте 2014 г. на встрече с членами совета палаты Совета Федерации заявил, что необходимо «сделать новые шаги для защиты прав на интеллектуальную собственность», подчеркнув значимость этой проблемы для экономики нашей страны и евразийского интеграционного объединения [5].

Охране прав интеллектуальной собственности уделяется большое внимание в Евразийском экономическом союзе. В рамках коллегии Евразийской экономической комиссии создана Рабочая группа по кодификации международных договоров, составляющих договорно-право-

вую базу Таможенного союза и Единого экономического пространства, Консультативный комитет по интеллектуальной собственности и Рабочая группа по выработке предложений в отношении дальнейшего применения принципа исчерпания исключительного права на объекты интеллектуальной собственности. Под эгидой данных структур действует Департамент развития предпринимательской деятельности, включающий в себя отдел правовой охраны интеллектуальной собственности и отдел защиты прав интеллектуальной собственности [2]. Для надлежущей деятельности этих органов и хозяйствующих субъектов создается необходимая правовая база, включающая в себя, в частности, договор о координации действий по защите прав на объекты интеллектуальной собственности, одобренный Решением Совета Комиссии от 22 ноября 2014 г. № 104 и направленный государствам-членам для проведения внутригосударственных процедур, и соглашение о порядке управления авторскими и смежными правами на коллективной основе, одобренный Решением Коллегии Комиссии от 12 ноября 2013 г. № 261 и направленный государствам-членам для проведения процедур внутригосударственного согласования.

Данные нормативные акты разрабатываются с учетом лучших мировых практик и развивают основополагающие принципы защиты прав интеллектуальной собственности, заложенные во Всемирной декларации по интеллектуальной собственности от 26 июня 2000 г. и Соглашении по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности (ТРИПС), которое является одним из основных документов Всемирной торговой организации.

Несмотря на наличие большого числа нормативных правовых актов по охране интеллектуальной собственности в странах ЕАЭС по-прежнему имеются отрасли, в которых регулирование данного вопроса является затруднительным. Одной из таких сфер является бизнес-образование. Если мировой рынок бизнес-образования уже многие годы развивается в условиях высокой защищенности прав интеллектуальной собственности его субъектов, то в Евразийском экономическом союзе данная отрасль стала рассматриваться одним из ключевых драйверов экономического роста сравнительно недавно, а следовательно, нормативная правовая база по охране интеллектуальной собственности в сфере бизнес-образования только формируется. Лишь в последние годы менеджмент компаний, базирующихся в ЕАЭС, все больше начинает осознавать, что системное и регулярное бизнес-обучение персонала способствует повышению его квалификации и более эффективной деятельности предприятий, что, в свою очередь, является особенно актуальным в условиях евразийской интегра-

ции, требующим повышения конкурентоспособности предприятий и развития международной кооперации между ними.

Можно согласиться с Е. С. Яхонтовой, что в компаниях следует регулярно проводить бизнес-обучение и создавать корпоративную систему управления знаниями, которая представляет собой «ответ менеджмента на вызовы современной бизнес-среды, такие как постоянное усложнение задач, стоящих перед персоналом, и увеличение объема информации. Система управления знаниями призвана помочь компании развивать корневые компетенции, создавать новые продукты и услуги на уровне мировых стандартов и реализовывать инновационные стратегии» [8].

Одним из ключевых критериев развития бизнес-образования в условиях евразийской интеграции является развитие вопросов, связанных с защитой прав интеллектуальной собственности авторов образовательных программ для бизнеса. Наличие риска плагиата и «пиратского» использования обучающих материалов снижает количество и качество разрабатываемых и внедряемых инновационных образовательных продуктов.

Сложность данного вопроса обусловливается спецификой бизнес-образования с точки зрения правовой защиты интеллектуальной собственности, которая заключается в следующем.

1. Сложность четкого определения объектов защиты в сфере бизнес-образования и подтверждения их уникальности и новизны.

Анализ широкого спектра продуктов, предлагаемых на данном рынке в настоящее время, показывает существующее разнообразие форматов обучения:

- краткосрочные образовательные программы (тренинги, семинары, мастер-классы);

- долгосрочные образовательные программы (МВА);

- корпоративное обучение (образовательные программы, адаптированные для нужд отдельных компаний);

- выездные программы;

- коучинг (бизнес-обучение по индивидуальным образовательным траекториям).

Все данные форматы являются компилятивными, поскольку в каждой образовательной программе сочетаются авторские и заимствованные методики, фото-, видео и печатные материалы, публичные выступления, презентационное сопровождение и т. д.

В этой связи вопрос о конкретизации объекта защиты прав интеллектуальной собственности в сфере бизнес-образования является дискуссионным, так как, согласно ст. 6 Закона РФ от 9 июля 1993 г. № 5351-1 «Об авторских и смежных правах», «авторское право распро-

страняется на произведения науки, литературы и искусства, являющиеся результатом творческой деятельности независимо от назначения и достоинства произведения, а также от способа его выражения... и не распространяется на идеи, методы, процессы, системы, способы, концепции, принципы, открытия, факты». Таким образом, форма произведения является охраняемой, в то время как его содержание не является объектом защиты авторских прав.

Отметим, что, согласно определению Всемирной организации интеллектуальной собственности, «интеллектуальная собственность (ИС) означает творения человеческого разума: изобретения; литературные и художественные произведения; символы, названия и изображения, используемые в коммерческих целях» [3].

В образовательных программах, разрабатываемых для бизнеса, необходимым является корректное определение объекта защиты прав, которыми могут стать книги и учебно-методические пособия, слайды, раздаточный материал, видео-поддержка программы и т. п. Также объектом права может быть авторская компиляция уже имеющихся образовательных методик и технологий. Ключевым является издание обучающих программ в какой-либо объективной форме и подтверждение их уникальности и новизны.

2. Сложность защиты авторских прав образовательных продуктов в сети Интернет.

В современном мире площадкой для проведения значительного количества образовательных программ для бизнеса является сеть Интернет, в которой проводятся онлайн-тренинги, семинары и вебинары. Согласно действующему законодательству РФ, данные образовательные продукты относятся к аудиовизуальным произведениям, создатели которых имеют право на авторство, имя, обнародование и неприкосновенность произведения, при этом комплекс мер предосторожности по защите данных прав в сети Интернет требует дальнейшей проработки и уточнения положений нормативных правовых актов. Как отмечает Д. В. Грибанов, «на практике авторские права в сети Интернет часто игнорируются», что вызывает необходимость более внимательного рассмотрения данного аспекта [4].

3. Сложность контроля за нарушениями авторских прав в сфере бизнес-образования.

Как справедливо указывает Е. В. Шипова, одной из основных функций норм авторского права является «создание правовых, имущественных и иных условий для эффективной творческой деятельности в сфере науки, литературы и искусства, обеспечение реальных возможностей автору для признания и защиты его права на созданное им творческим трудом произведение» и в то же время «создание правовых, ма-

териальных и иных условий для использования произведения науки, литературы и искусства максимально широким кругом лиц» [7].

Таким образом, сложной задачей является популяризация образовательных продуктов и сопровождающих их идей и технологий, с одной стороны, и одновременный контроль отсутствия нарушений авторских прав, с другой стороны. Эффективным способом решения данного вопроса может быть предупреждение авторами образовательных программ для бизнеса слушателей о том, что предлагаемые программы защищены авторским правом и их использование может быть осуществлено только для личных целей.

Специфика защиты прав интеллектуальной собственности и важность развития бизнес-образования в рамках евразийской интеграции позволяет сформулировать следующие рекомендации по охране прав интеллектуальной собственности в сфере бизнес-образования наднациональным органам Евразийского экономического союза, авторам образовательных продуктов и компаниям – потребителям услуг бизнес-образования:

1) заключение международных соглашений и принятие международных законодательных актов по охране интеллектуальной собственности с учетом специфики бизнес-образования.

И. Ю. Мирских справедливо утверждает, что право на интеллектуальную собственность имеет территориальный характер, «преодолеть который можно с помощью специальных международных договоров» [6].

Согласно Всемирной декларации по интеллектуальной собственности, «следует поощрять сотрудничество правительств в вопросах всемирной охраны и использования интеллектуальной собственности как в традиционных, так и во вновь возникающих областях» [1];

2) создание неправительственных организаций, осуществляющих консультативную поддержку разработчикам образовательных программ для бизнеса;

3) создание площадок по обмену опытом по защите прав интеллектуальной собственности в сфере бизнес-образования с участием представителей Евразийской экономической комиссии, авторов образовательных программ, провайдеров бизнес-образования и потребителей данных услуг.

В качестве выводов следует отметить, что защита прав интеллектуальной собственности в сфере бизнес-образования является не простым, но очень актуальным вопросом, требующим развития подходов к его решению. Укрепление правовой базы в данной отрасли позволит авторам образовательных программ разрабатывать большое количество высококачественных и инновационных обучающих продуктов,

а компаниям, действующим на евразийском экономическом пространстве, быть более конкурентоспособными.

Библиографический список

1. *Всемирная декларация по интеллектуальной собственности.* URL: http://www.rupto.ru/docs/interdocs/worldwide_declaration.
2. *Интеллектуальная собственность в рамках евразийской интеграции / под ред. С. Б. Алиев // Евразийская экономическая комиссия. 2015.* URL: http://www.eurasian-commission.org/ru/Documents/_eec_intellect2015_ru-eng_block_150417.pdf.
3. *Об интеллектуальной собственности / Всемирная организация интеллектуальной собственности.* URL: <http://www.wipo.int/about-ip/ru>.
4. *Грибанов Д. В.* Авторское право в науке, образовании и издательском бизнесе // Российский юридический журнал. 2009. № 4.
5. *Голицина А.* Путин предложил усилить защиту интеллектуальной собственности // Ведомости. 2014. 24 марта. URL: <http://www.vedomosti.ru/technology/articles/2014/03/27/putin-predlozhit-usilit-zaschitu-intellektualnoj>.
6. *Мирских И. Ю.* Охрана интеллектуальной собственности в условиях глобализации // Вестник Пермского университета. 2012. № 3(17).
7. *Шунова Е. В.* Проблемы защиты авторских прав в области тренинговых технологий. URL: <http://www.htex.ru/copyright/problemu-zashchity-avtorskih-prav-v-oblasti-treningovyuh-tehnologiy>.
8. *Яхонтова Е. С.* Ключевые аспекты управления знаниями // Менеджмент сегодня. 2014. № 3(81).

Н. Ю. Сопилко

Российский университет дружбы народов (Москва)

Производственные связи и экономическая безопасность

Аннотация. Проанализированы основные эффекты позитивного и негативного влияния процессов развития производственных связей на экономическую безопасность России. Определена векторность эффективного расширения производственного сотрудничества в условиях мировых кризисных явлений.

Ключевые слова: производственные связи; экономическая безопасность; производственное сотрудничество.

Последствия экономических процессов глобализации, интеграции, дезинтеграции меняют характер конкуренции и структуру экономики на мировых рынках и переориентируют векторы взаимодействия многих государств друг с другом. Следует отметить, что такая ситуация способствует повышению уровня интернационализации производственной, научно-технической и инвестиционной деятельности. Так, благодаря развитию мощной инновационной, финансовой, производствен-

ной систем движущими силами научно-технического прогресса становятся крупнейшие мировые транснациональные корпорации (ТНК), а также появляется множество перспективных способов развития международного производства и международной производственно-технологической кооперации.

Однако при этом возникает противоречие, которое выражается в том, что в зависимости от условий и требований внешней среды увеличение масштабов международного производства приводит к изменению характера производственных связей между странами. Для того чтобы эффективно, с наибольшей выгодой развивать производственное взаимодействие, не нарушая условий обеспечения национальной безопасности государства, необходимо, с одной стороны, детально изучить возможности национального производственного потенциала страны, а с другой – с целью минимизации рисков дальнейшего сотрудничества прогнозировать влияние на производственные отношения факторов внешней среды (изменений в политической, экономической и других ситуаций стран-партнеров).

По мнению экспертов, для России в сложившейся ситуации внешних и внутренних угроз экономической безопасности, определяющихся сочетанием объективных и субъективных факторов, связанных с эскалацией международной напряженности, вызванной глобальными структурными сдвигами, сменой доминирующих технологических укладов, требуется своевременная переориентация и пересмотр существующих схем производственного сотрудничества и его развития [1].

В этой связи возникает необходимость изучения состояния и характера производственных связей России, а также поиска и выделения основных путей эффективного развития производственного сотрудничества в условиях мировых кризисных явлений.

Известно, что производственный потенциал любой страны состоит из внутренних и внешних производственных резервов, а иностранные технологии, инвестиции являются дополнительным источником вложений в национальное производство товаров и услуг, способствующие динамичному росту экономики принимающей страны. Как показывает практический опыт, наращивание производственных связей помогает странам достигать множества конкурентных преимуществ [6; 12]. К разряду основных относятся: рациональное использование природных ресурсов; обеспечение тактической гибкости производственного процесса; сокращение сроков налаживания производства, снижение его издержек; увеличение производительности труда; получение возможности дополнительного дохода от экспорта; создание добавленной стоимости; развитие производственной инфраструктуры; создание высокотехнологичных отраслей и др.

Однако эффективность развития производственных связей, на наш взгляд, сильно зависит от правильного сочетания решений в ответ на воздействие на экономику страны противоречивых факторов двойственного характера, которые кроме положительной стороны – налаживания и поддержки производственного сотрудничества, имеют определенные риски и угрозы, возникающие в зависимости от состояния политической и экономической обстановки в странах-партнерах, что неизбежно приводит к нарушениям стабильности кооперационных производственных связей и экспортно-сырьевой модели развития национальной экономики; снижению конкурентоспособности и определяет высокую степень зависимости ее важнейших сфер от внешнеэкономической конъюнктуры; потерю контроля над национальными ресурсами; ухудшению состояния сырьевой базы промышленности и энергетики; неравномерному развитию регионов; низкой степени устойчивости и защищенности национальной финансовой системы и т. д.

Исследования, направленные на изучение векторности производственных связей России, показывают, что до недавнего времени, ее крупнейшими партнерами были страны Западной Европы (Германия, Франция, Великобритания, Италия и др.), США и ряд стран СНГ, среди которых крупнейшим партнером выступала Украина [9; 10]. В ее торговом балансе и сегодня главными партнерами остаются страны ЕС (42,2% импорта и 53,8% всего экспорта), АТЭС (34,3% импорта и 18,9% экспорта), СНГ (13% импорта и 14% экспорта), крупнейшие из них – Китай и Германия. Однако, согласно анализу динамики доли экспорта России (по данным госстатистики) за последние 15 лет, можно отметить тенденцию значительного роста доли экспортеров в Азиатско-Тихоокеанском регионе (Восточная Азия с 9,5 до 16,6%; Юго-Восточная Азия – 1,1–2,5%; Южная Азия – 1,2–1,6%; Австралия и Океания – 0,01–0,1%); заметно повысился вес стран Ближнего Востока и Северной Африки (6,4–8,9%), также наблюдается процесс снижения доли оффшоров с 9,6 до 1,1%, что свидетельствует о смене характера и вектора развития национальной экономической политики.

Было установлено, что производственные связи охватывают множество приоритетных стратегических отраслей российской экономики, таких как атомная энергетика, металлургия, отрасли машиностроения, химическая отрасль, отрасль легкой промышленности и т. д. Однако экономический кризис и политическая нестабильность, режим санкционных ограничений привели к переориентации экономических интересов, к практически полному разрушению уже отлаженных связей межотраслевой кооперации и не всегда обоснованной политике, а также недооцениванию значения государственного регулирования производ-

ства средств производства на базе стратегически важных секторов промышленности [4; 7].

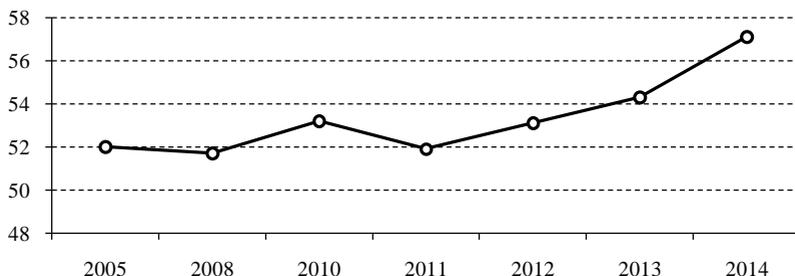
Такая ситуация для экономики России является негативным фактором, но в то же время имеет позитивное воздействие, заключающееся в том, что внешнее давление сможет выступать стимулом для российских властей на реальную работу по развитию национальной экономики, дает возможность активизировать работу промышленного сектора страны над собственными составляющими промышленного комплекса с использованием потенциала отечественного производителя.

Экономическая политика России в условиях противоречивых факторов должна быть направлена на умелое сочетание тактических действий и выражаться в стремлении укреплять свои позиции на мировом рынке, а также повышать свои макроэкономические показатели. Доказательством такого подхода являются итоги прошедшего Восточного экономического форума (ВЭФ), где подтвердилась целесообразность формирования стратегических направлений развития экономических связей, ориентированных в сторону Востока (основные участники ВЭФ – Китай, Южная Корея, Япония, Сингапур, Малайзия). Важным результатом форума послужило подписание множества контрактов в области развития инфраструктуры региона, нефтехимии, электроэнергетике и т. д.

Следует отметить, что согласно мнению целого ряда экспертов [3], российский машиностроительный комплекс мог бы стать стартовой площадкой инновационного процесса экономического развития страны. Опыт последних лет свидетельствует о перспективности работы машиностроительных компаний, которые обладают множеством технологий и внедряют собственные технологические решения. При этом в контексте текущего изменения валютного курса производимая этими компаниями продукция получает дополнительное конкурентное преимущество. Учитывая такую ситуацию, очевидно, что российские и зарубежные производители, чьи производства находятся на территории России, не только не пострадали от введенных санкций, но и оказались в выигрышном положении.

Так, после введения западными странами санкций против России, отрасль машиностроения столкнулась с некоторыми трудностями. Например, у производителя Sukhoi SuperJet-100 «Гражданские самолеты Сухого» (ГСС) в структуре комплектующих деталей импорт составлял 83,59%. Но взяв курс на импортозамещение, т. е. снижение доли иностранных составляющих в SuperJet: по данным компании, в 2014 г. доля импорта была снижена до 50,83%, а в 2015 г. – составила около 40% [11].

При этом неоспоримым фактом является то, что Россия как одна из самых крупных стран-экспортеров (по данным росстатистики) поставляет за рубеж не только нефть и газ. В 2013 г. суммарный экспорт несырьевых товаров в денежном выражении составил 254,3 млрд дол., а в 2014 г. увеличился до 256 млрд дол. (см. рисунок).



Динамика роста доли несырьевого экспорта в объеме общего экспорта, %

График динамики экспорта наглядно иллюстрирует положительную тенденцию постоянного роста доли несырьевой составляющей в общем объеме российского экспорта (так, в 2014 г. ее рост составил 5,1% по сравнению с 2005 г.), превышая половину всего экспорта.

Следует отметить, что в России для производства многих видов высокотехнологичной продукции средства производства импортируются. Кроме того, организуется так называемое отверточное производство и т. д., что ставит под угрозу достижения определенного уровня экономической безопасности страны и, возможно, будет сопровождаться расширением протекционистских тенденций и глобальных асимметрий для более жесткой защиты национальных экономических систем, а также формирования политики минимизации зависимости от импортной продукции. Однако, создавая собственную продукцию, необходимо понимать, что она должна иметь достаточный уровень конкурентоспособности на мировых рынках.

Можно отметить, что санкционная блокада, с одной стороны, способствуют изменению промышленной политики страны и ее инвестиционного климата, состояние которого было ухудшено, а с другой — она стимулирует государство в сторону развития экономики и ее экономической безопасности.

Так, за счет создания особых экономических зон, территорий опережающего развития (ТОР) и внедрения мер по снижению административных барьеров ведения бизнеса, несмотря на примененные санкции, индекс промышленного производства в России в 2014 г. превысил аналогичные показатели по отношению к предыдущему году.

Экономическая безопасность, являясь одним из наиболее важных критериев оценки экономического развития, неразрывно связана с конкурентной позицией страны [5; 8]. Принципы экономической безопасности страны обусловлены прежде всего развитием экономики с включением ее в процессы глобализации. От состояния экономической безопасности зависит возможность реализации внутренних и внешних государственных интересов.

Состояние экономической безопасности страны, которая тесно связана с безопасностью ее производственной сферы, может быть оценено с помощью специальных средств: показателей, индикаторов, критериев оценки, разрабатываемых и используемых в государственной статистике и в различных областях науки. Оценить уровень экономической безопасности в масштабах страны можно, опираясь на следующие показатели, предложенные академиком РАН С. Ю. Глазьевым [2], среди которых объем ВВП, доля в промышленном производстве обрабатывающей промышленности, доля в промышленном производстве машиностроения, отношение инвестиций к ВВП, продолжительность жизни, уровень инфляции, объем внутреннего долга, внешнего долга по отношению к ВВП и др.

В контексте вышеизложенного в создавшейся противоречивой ситуации влияния разнополюсных факторов в России на первый план выходят вопросы формирования стратегии обеспечения принципов экономической безопасности страны от воздействия внутренних и внешних угроз, а также разработки программ, направленных на стабильное развитие производственных связей.

Интеграция России в мировые хозяйственные процессы актуализирует вопросы разработки и развития производственной стратегии страны, расширения ее производственных связей. Такая стратегия, по нашему мнению, должна исходить из целесообразного и обоснованного использования внутренних и внешних ресурсов в национальном хозяйстве, основными критериями использования которых должны стать экономическая безопасность и обеспечение роста конкурентоспособности российских товаров и услуг на мировых рынках.

Библиографический список

1. *Глазьев С. Ю.* О внешних и внутренних угрозах экономической безопасности России в условиях агрессии США. URL: http://spkurdyumov.ru/uploads//2014/12/glaziev_ovneshnih-i-vnutrennih-ugrozah-ekonomicheskoy-bezopasnosti-rossii.pdf.
2. *Глазьев С. Ю.* Основа обеспечения экономической безопасности страны: альтернативный реформационный курс // Российский журнал. 1997. № 1.
3. *Задорожный М.* В эпоху санкций. Как растет российское машиностроение. URL: <http://www.bfm.ru/news/282207>.

4. *Климова Н. В., Мурашкина С. Ю.* Влияние санкций на инвестиционный климат и промышленную политику России // Научный журнал КубГАУ – Scientific Journal of KubSAU. 2015. № 106.

5. *Панова Т. А.* Методика расчета оценки экономической безопасности на примере Российской Федерации по состоянию на 2011–2013 годы. URL: <http://sibac.info/16794>.

6. *Половинкина Н. В.* Природа производственных связей // Вестник Нижегородского университета им. Лобачевского. 2011. № 3(1).

7. *Селезнев А. З., Чередниченко Л. Г.* Ресурсы инновационного развития // Экономічний нобелівський вісник. 2014. № 1(7).

8. *Серуенко О. А.* Моделі багатовимірного статистичного аналізу в дослідженнях конкурентної позиції держави // БІЗНЕСІНФОРМ. 2012. № 7.

9. *Сопилко Н. Ю.* Проблемы и перспективы региональной интеграции России и Украины на постсоветском пространстве СНГ. М.: РУДН, 2013.

10. *Сопилко Н. Ю.* Развитие производственных связей России в условиях региональной интеграции // Вестник РУДН. Сер. Экономика. 2015. № 2.

11. *Фокс Е.* Производитель SSJ-100 сообщил о рисках с поставками деталей из-за санкций. URL: <http://top.rbc.ru/business/18/08/2015/55d290709a79474c43d01fad>.

12. *Шевченко Б., Савинова М.* Международная промышленная кооперация: место и роль России // Вестник Российского государственного гуманитарного университета. 2009. № 14.

А. Б. Ставрова

Уральский государственный экономический университет (Екатеринбург)

Защита интеллектуальной собственности при помощи DLP-систем¹

Аннотация. Рассмотрены DLP-решения как один из ключевых элементов инфраструктуры безопасности корпоративных данных, помогающие предотвратить утечку данных в компании.

Ключевые слова: интеллектуальная собственность; инновационная деятельность; информационная безопасность; киберпреступность; Data Loss Prevention; Data Leak Prevention; Data Leakage Protection; DLP-системы.

В любой продукции заложены результаты интеллектуальной деятельности конкретных работников, осуществляемой в рамках инновационной активности компаний, которые представляют собой знания, а также технические, технологические, коммерческие или организационные решения, формирующие в конечном итоге необходимые потребительские свойства продукции и позволяющие компании реализовать ее на потребительском рынке. Такая информация представляет собой внутренние, интеллектуальные нематериальные ресурсы предприятия, которые могут быть представлены в виде выраженного знания (на мате-

¹ Статья подготовлена под научным руководством А. Е. Плахина.

риальных носителях), а также в виде скрытого невыраженного знания: опыта и навыков производственного и управленческого персонала.

Сумма этих знаний и накопленных результатов творческой деятельности каждого работника отдельно и всего предприятия в целом критическим образом определяют конкурентоспособность бизнеса и возможность успеха на рынке, поэтому ценность интеллектуальных нематериальных ресурсов нередко существенно выше стоимости основных производственных фондов. Интеллектуальные ресурсы после соответствующего оформления становятся объектами интеллектуальной собственности. После этого их, как и другие материальные ресурсы, можно оценивать, учитывать в себестоимости производства продукции, амортизировать, делать объектом купли-продажи, страховать, вносить в уставный капитал, передавать в залог и в доверительное управление. Само по себе понимание особенностей оформления и учета полезной для предприятия информации и других видов интеллектуальной собственности с превращением их в полезные активы и включением в хозяйственный оборот часто позволяет получать дополнительный доход.

На большинстве российских предприятий типична ситуация, когда технология, по которой осуществляется производство продукции, не отражена в активах, не учитывается в себестоимости и, как следствие, не фигурирует в отчетности предприятия. При этом возникает возможность использовать эту неучтенную технологию без согласия владельца, кроме того, занижается себестоимость продукции, переплачивается налог на прибыль, не формируются соответствующие фонды развития.

Между тем действующая в России нормативная база правовой охраны и использования результатов творческой деятельности дает возможность оформить оригинальную и ценную для предприятия информацию в качестве объекта интеллектуальной собственности, используя авторско-правовой, патентно-правовой механизмы охраны и засекречивание [2].

Множественность источников права, одновременно действующих в России в сфере интеллектуальной собственности и содержащих принципиально разные подходы к ее пониманию, охране, использованию и защите, делают эту область наиболее коллизийной, что существенно затрудняет понимание и эффективное нормотворчество и правоприменение по этим вопросам.

Норма ст. 44 Конституции Российской Федерации гарантирует каждому свободу литературного, художественного, научного, технического и других видов творчества и устанавливает правовую охрану интеллектуальной собственности. Согласно п. VIII ст. 2 Стокгольм-

ской конвенции, учреждающей Всемирную организацию интеллектуальной собственности, понятие «интеллектуальная собственность» также включает «права, относящиеся к различным результатам интеллектуальной деятельности в производственной, научной, литературной и художественной областях», перечень которых открыт. Данная конвенция ратифицирована Российской Федерацией, прямые ссылки на указанные нормы содержатся еще в более чем 20 международных договорах. Наряду с конституционными нормами и нормами международного права действуют также законы, на которые нет ссылок в Гражданском кодексе Российской Федерации, но которые прямо связаны с регулированием отношений в сфере интеллектуальной собственности.

Согласно части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации, под интеллектуальной собственностью понимается совокупность охраняемых результатов интеллектуальной деятельности и средств индивидуализации, и права на них определяются как интеллектуальные права. При этом ряд национальных стандартов, принятых до вступления в силу части четвертой Гражданского кодекса РФ и действующих в этой сфере, не соответствует нормам действующего российского законодательства.

Это предопределило необходимость разработки и актуальность национального стандарта Российской Федерации «Интеллектуальная собственность. Термины и понятия» как инструмента разрешения правовых коллизий и повышения эффективности нормотворческой, правоохранительной и правоприменительной деятельности в сфере интеллектуальной собственности и инновационной деятельности.

Так, национальным стандартом интеллектуальная собственность характеризуется как совокупность прав на охраняемые результаты интеллектуальной деятельности в производственной, научной, литературной и художественной областях и приравненные к ним средства индивидуализации (интеллектуальные права), относящиеся, в том числе к: литературным, художественным и научным произведениям; программам для ЭВМ и базам данных; исполнительской деятельности артистов, звукозаписи, фонограммам, радио- и телевизионным передачам и другим сообщениям в эфир или передаче по кабелю; изобретениям во всех областях человеческой деятельности; селекционным достижениям; полезным моделям; промышленным образцам; секретам производства («ноу-хау»); топологиям интегральных микросхем; товарным знакам, знакам обслуживания, фирменным наименованиям, наименованиям мест происхождения товаров и коммерческим обозначениям; научным открытиям; защите против недобросовестной конкуренции.

Объекты интеллектуальной собственности определены как охраняемые результаты интеллектуальной деятельности в любой области творчества и приравненные к ним средства индивидуализации.

Служебные результаты интеллектуальной деятельности, согласно стандарту, это охраняемые результаты интеллектуальной деятельности, полученные при выполнении трудовых функций (обязанностей) или конкретного служебного задания работодателя автором – работником, где по общему правилу исключительное право принадлежит работодателю, если договором между ним и работником не предусмотрено иное¹.

Компаниями McAfee (www.mcafee.com) и Science Applications International Corporation (SAIC) (www.saic.com) было проведено международное исследование о безопасности информационной экономики «Теневые экономики. Объекты интеллектуальной собственности и корпоративные конфиденциальные данные – новая валюта киберпреступников», в котором специалисты по безопасности и руководители ИТ высшего звена, отвечающие за принятие решений, объясняют, как киберпреступники перешли от кражи личной информации к объектам корпоративной интеллектуальной собственности.

Саймон Хант, вице-президент и главный директор по технологиям защиты конечных точек McAfee, отмечает, что киберпреступники переклонули свое внимание с физических активов на объекты, управляемые данными, такие как коммерческие тайны или документация по планированию разработки продуктов. Таким образом, преступники охотятся за объектами корпоративной интеллектуальной собственности и зачастую добиваются успеха [1].

По словам вице-президента по кибероперациям SAIC Скотта Эйкена происходит «стирание» грани между «своими» и «чужими». Опытные злоумышленники проникают в сеть, похищают действительные учетные данные в сети и свободно действуют под видом «своих». Крайне важно иметь стратегию защиты от таких смешанных внутренних угроз. Организациям нужны инструменты защиты от внутренних угроз, которые могут предсказать наступление атак на основании поведения человека [1].

McAfee и SAIC совместно с компанией Vanson Bourne опросили более 1000 руководителей ИТ высшего звена из США, Великобритании, Японии, Китая, Индии, Бразилии и стран Ближнего Востока. Основные результаты включают в себя следующие:

¹ *Интеллектуальная собственность. Термины и определения*: Национальный стандарт Российской Федерации: приказ Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 27 декабря 2012 г. № 2087-ст.

четверть организаций столкнулись с задержкой или приостановкой сделок из-за утечки данных или достоверной угрозы утечки данных;

экономический кризис заставил все большее число организаций заняться поиском более дешевых вариантов и переоценить риски обработки данных за пределами своей страны базирования;

в Китае, Японии, Великобритании и США организации тратят на ИТ более 1 млн дол. в сутки, на защиту конфиденциальной информации за рубежом в США, Китае и Индии – более 1 млн дол. в неделю;

Китай, Россия и Пакистан считаются наименее безопасными странами для хранения данных, а Великобритания, Германия и США – наиболее безопасными;

только три из десяти организаций сообщают обо всех произошедших утечках данных, а шесть из десяти в настоящее время сообщают об утечках лишь выборочно;

защита мобильных устройств продолжает оставаться слабым местом для многих организаций. Так, 62% респондентов отметили ее в качестве серьезной проблемы. При этом данные отчета показывают, что наиболее серьезной угрозой для конфиденциальной информации, названной опрошенными организациями, является утечка данных [1].

По мировой статистике (отчет Zecurion (www.zecurion.ru) «Утечки конфиденциальной информации – 2013»), наибольшее количество утечек происходит через веб-сервисы, а также ноутбуки и планшеты. Статистика, которую Zecurion Analytics собрал в рамках опроса пользователей DLP-систем, дает иные цифры, потому что в мировую статистику не попадают предотвращенные утечки. Именно поэтому в данном отчете высока доля электронной почты, тогда как в общей мировой статистике ее доля составляет лишь 7,4% [4].

**Популярные каналы утечек,
включая предотвращенные утечки, %¹**

Электронная почта	53
USB flash-накопители	45
Веб-сервисы	32
Принтеры (локальные и сетевые)	19
Другие локальные устройства	5

Одним из способов предотвращения утечек конфиденциальной информации за пределы корпоративной сети компании являются так называемые DLP-системы. Общепринятых расшифровок термина DLP несколько: Data Loss Prevention, Data Leak Prevention или Data Leakage Protection, что можно перевести на русский как «предотвращение по-

¹ Составлено по: [4].

тери данных», «предотвращение утечки данных», «защита от утечки данных». DLP-системы возникли как средство предотвращения утечки ценной информации. Они были предназначены для обнаружения и блокирования сетевой передачи информации, опознаваемой по ключевым словам или выражениям и по заранее созданным цифровым «отпечаткам» конфиденциальных документов.

Дальнейшее развитие DLP-систем определялось инцидентами, с одной стороны, и законодательными актами государств – с другой. Постепенно потребности по защите от различных видов угроз привели к необходимости создания комплексных систем защиты.

Развитые DLP-продукты, кроме защиты от утечки данных, обеспечивают защиту от внутренних и внешних угроз, учет рабочего времени сотрудников, контроль всех их действий на рабочих станциях, включая удаленную работу.

В настоящее время основной интерес разработчиков DLP-систем сместился в сторону широты охвата потенциальных каналов утечки информации и развитию аналитических инструментов расследования и анализа инцидентов. Новейшие DLP-продукты перехватывают просмотр документов, их печать и копирование на внешние носители, запуск приложений на рабочих станциях и подключение внешних устройств к ним, а современный анализ перехватываемого сетевого трафика позволяет обнаружить утечку даже по некоторым туннелирующим и зашифрованным протоколам [8].

Среди результатов применения DLP-решения: предотвращение утечек и несанкционированной передачи конфиденциальной информации; минимизация рисков финансового и репутационного ущерба; повышение дисциплины пользователей; материал для расследования инцидентов и их последствий; ликвидация угроз безопасности персональных данных, соответствие требованиям по защите персональных данных:

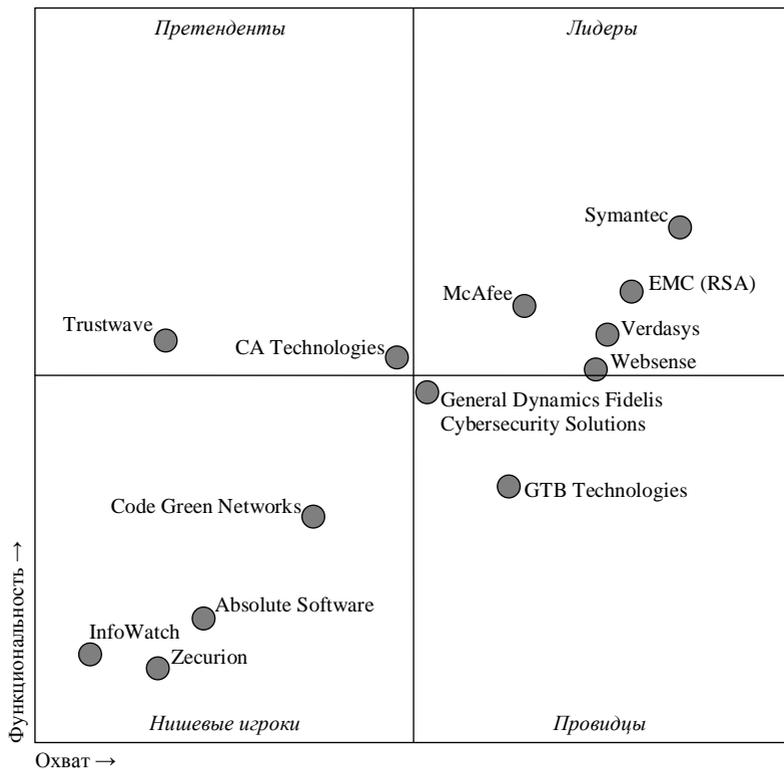
Топ-7 задач, которые решают компании при помощи DLP-систем, %¹

Защита информации.....	100
Архив бизнес-коммуникаций	79
Выявление инсайдеров	62
Повышение эффективности отдела информационной безопасности.....	44
Управление репутационными рисками	37
Выяснение уровня лояльности сотрудников	31
Защита структурированных хранилищ.....	14

В настоящее время ведущими мировыми производителями DLP-систем являются: Symantec Corp., RSA (подразделение EMC Corp.), Verdasys Inc, Websense Inc. (в 2013 г. куплена частной компанией Vista

¹ Составлено по: [5].

Equity Partners), McAfee (в 2011 г. куплена компанией Intel). Заметную роль на рынке играют компании Fidelis Cybersecurity Solutions (в 2012 г. куплена компанией General Dynamics), CA Technologies и GTB Technologies (см. рисунок) [8].



Распределение позиций DLP-систем на мировом рынке по Gartner (декабрь 2013 г.)

Выбор любого продукта корпоративного уровня является для технических специалистов и сотрудников, принимающих решения, задачей нетривиальной. Выбор системы предотвращения утечек данных – еще сложнее. Помочь с выбором может сравнение DLP-решений. В качестве участников выбраны наиболее популярные (по версии аналитического центра Anti-Malware.ru (www.anti-malware.ru) на середину 2013 г.) на российском рынке информационной безопасности DLP-системы компаний InfoWatch, McAfee, Symantec, Websense, Zecurion и «Инфосистем Джет» (см. таблицу).

Сравнение популярных на российском рынке DLP-систем [3]

Показатель	InfoWatch	McAfee	Symantec	Websense	Zecurion	«Дозор-джет»
Режим работы DLP	Активный/пассивный					
Технологии распознавания информации, используемые в DLP:						
формальные признаки	+	+	+	+	+	+
морфология	+	-	-	-	+	+
цифровые отпечатки	+	+	+	+	+	+
метод Байеса	-	-	+	+	+	-
сигнатуры	+	+	+	+	+	+
регулярные выражения	+	+	+	+	+	+
анализ транслита и замаскированного текста	-	-	-	-	+	-
распознавание графических файлов (OCR)	+	-	-	+	+	+
Контролируемые сетевые каналы:						
входящий HTTP	-	+	-	-	+	-
исходящий HTTP	+	+	+	+	+	+
FTP	+	+	+	+	+	-
P2P	-	+	+	+	-	-
ISQ	+	+	-	+	+	+
Mail.ru Агент	-	-	-	-	+	-
Windows Live Messenger	-	+	+	+	+	-
Skype	+	+	+	+	+	+
Контроль информации при использовании локальных устройств:						
USB-устройства	+	+	+	+	+	+
LPT/COM-устройства	+	-	-	-	+	-
Bluetooth/Wi-Fi-устройства	+	+	-	+	+	-
локальные принтеры	+	+	+	+	+	+
шифрование файлов на USB	+	-	-	-	+	-
шифрование на основе контентного анализа	-	-	-	-	+	-
Возможности DLP-систем для проактивного предотвращения утечек:						
сканирование хранимых данных в режиме реального времени	-	+	+	+	+	-
сканирование по расписанию	-	+	+	+	+	-
перемещение/удаление файлов, нарушающих политику информационной безопасности	-	+	+	-	+	-
Поддержка языков интерфейсов консоли управления DLP	RU/EN	EN	EN	EN	RU/EN	RU
Возможности управления DLP-системой:						
единая консоль	-	+	+	+	+	+
веб-консоль	-	+	+	+	-	+
разделение ролей администратора	+	+	+	+	+	+

Окончание таблицы

Показатель	InfoWatch	McAfee	Symantec	Websense	Zecurion	«Дозор-джет»
Развертывание и обновление компонентов через собственную консоль	+	+	-	+	+	-
Теневое копирование перехватываемой информации:						
электронная почта	+	-	-	-	+	+
веб-почта	-	-	-	-	+	+
веб-трафик	+	-	-	-	+	+
IM	+	-	-	-	+	+
FTF	+	-	-	-	+	+
принтеры	+	-	-	-	+	-
внешние устройства	+	-	-	-	+	+
Оценка возможностей формирования отчетов (звездочки по количеству заявленных функций)	★★★	★★★★	★★★★	★★★★	★★★★	★★★★

В целом все системы производят благоприятное впечатление и могут использоваться для предотвращения утечек информации. Различия продуктов позволяют конкретизировать область их применения.

Дальнейшее развитие DLP-продуктов идет в направлении укрупнения и интеграции с продуктами смежных областей: контроль персонала, защита от внешних угроз, другие сегменты информационной безопасности. При этом почти все компании работают над созданием облегченных версий своих продуктов для малого и среднего бизнеса, где простота разворачивания DLP-системы и удобство ее использования важнее сложного и мощного функционала. Также продолжается развитие DLP для мобильных устройств, поддержки технологий виртуализации и SECaaS в «облаках».

Можно предположить, что развитие мирового и российского DLP-рынков привлечет и новые инвестиции, и новые компании, а это, в свою очередь, должно привести к дальнейшему росту количества и качества предлагаемых DLP-продуктов и услуг.

Библиографический список

1. Исследование MCAFEE и SAIC показывает, что объекты корпоративной интеллектуальной собственности являются новой валютой киберпреступников. URL: <http://www.npsod.ru/blog/analytics/2766.html>.
2. Зинов В. Г. Оценка интеллектуальной собственности. URL: <http://www.management.aaanet.ru/management/ocenkasobst.php>.
3. Кораблев С. Сравнение DLP-систем. URL: <http://www.osp.ru/win2000/2014/01/13039197>.
4. Короткова Т. Zecurion изучил опыт использования DLP-систем в российских компаниях. URL: http://www.cnews.ru/news/line/zecurion_izuchil_opyt_ispolzovaniya.

5. *Плахин А. Е., Маджар Е. Ф.* Интеллектуальная собственность и ее защита // Интеллектуальная собственность: проблемы, вопросы, решения: материалы Междунар. молодежной конф. Томск, 2012.

6. *Плахин А. Е., Маджар Е. Ф.* Информационная безопасность предприятия // Экономическая безопасность субъектов хозяйствования: проблемы и механизмы обеспечения: материалы Междунар. науч.-практ. конф. Екатеринбург: Урал. изд-во, 2013.

7. *ТОП-7* задач, которые решают компании при помощи DLP-систем. URL: <http://falcongaze.ru/pressroom/articles/top-7-companies-targets-for-dlp-systems.html>.

8. *Шихов Е.* Обзор DLP-систем на мировом и российском рынке. URL: http://www.anti-malware.ru/analytics/Technology_Analysis/DLP_market_overview_2014#part2.

О. Д. Фальченко

Уральский государственный экономический университет (Екатеринбург)

Проблема защиты прав на товарные знаки международных компаний в российской внешнеторговой практике

Аннотация. Статья посвящена проблеме исчерпания прав на товарные знаки международных компаний в российской внешнеторговой практике. На основе анализа судебной практики рассматривается проблема ввоза на территорию России продукции, маркированной товарными знаками по каналам параллельного импорта.

Ключевые слова: интеллектуальная собственность; товарный знак; принцип исчерпания прав; международная компания; параллельный импорт; контрафактная продукция.

Большая часть товаров, импортируемых в Россию из других стран, содержит интеллектуальную собственность. Особенно данное обстоятельство касается товаров известных международных компаний, продукция которых из разных стран импортируется в Россию и страны Евразийского экономического союза (ЕАЭС).

В табл. 1 представлена информация о соглашениях по импорту технологий в РФ, предметами которых являются товарные знаки. Можно отметить, что большую долю среди импортеров занимают компании с иностранным участием. Так, в 2014 г. из 154 соглашений на компании, являющиеся иностранной собственностью, пришлось 97 соглашений по передаче товарных знаков общей стоимостью 730 379,1 тыс. дол., а на компании, являющиеся совместной российской и иностранной собственностью, – 22 соглашения стоимостью 18 354 тыс. дол. [2].

В международном индексе прав собственности (International Property Rights Index – IPRI) позиция России увеличилась на 0,3 пункта в 2014 г. по сравнению с 2013 г.

Таблица 1

**Число и стоимость предмета соглашений по импорту технологий,
предметом которых являются товарные знаки, в РФ
за 2006–2014 гг.¹**

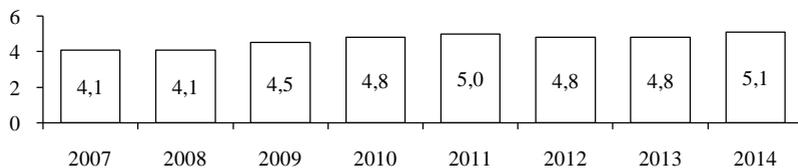
Год	Всего (по всем формам собственности)		В том числе					
			иностранная		российская		совместная российская и иностранная	
	тыс. дол.	ед.	тыс. дол.	ед.	тыс. дол.	ед.	тыс. дол.	ед.
2006	297 816,5	52
2007	322 536,8	62	288 374,2	30	260,2	13	33 902,4	19
2008	393 748,7	68	373 174,7	38	282,6	8	20 291,4	22
2009	345 359,1	89	324 282,9	56	3 705,1	10	17 371,1	23
2010	500 110,5	108	432 841,7	71	41 811,2	13	25 457,6	24
2011	443 361,3	136	420 204,6	102	12 852,2	23	10 304,5	11
2012	557 188,9	148	510 063,6	111	17 458,6	25	29 666,7	12
2013	636 000,9	138	600 765,5	93	24 113,1	27	11 122,3	18
2014	777 144,6	154	730 379,1	97	28 411,5	35	18 354,0	22

Россия занимает 66-е в мире (4,8 балла) и 9-е место в регионе Центральной и Восточной Европы и Центральной Азии². Совокупный ежегодный прирост баллов РФ с 2010 г. по 2014 г. для различных компонентов индекса сложился следующим образом: правовая и политическая среда (+0,7%), права собственности (+1,3%), права на интеллектуальную собственность (+2,1%). Повышение места России в международном индексе прав собственности является отражением улучшения ее позиций во всех трех компонентах данного индекса.

Что касается прав на интеллектуальную собственность в России, то данная компонента индекса увеличилась с 4,9 до 5,1 за счет улучшения работы по борьбе с пиратством и защите интеллектуальной собственности. Однако следует отметить, что несмотря на улучшение позиций России в индексе защиты прав интеллектуальной собственности, она заняла в 2014 г. 56-е место из 97 по миру и предпоследнее 9-е место в регионе Центральной и Восточной Европы и регионе Центральной Азии (табл. 2). Данные факты говорят о том, что в целом российская экономика отстает от среднемировых показателей по защите интеллектуальной собственности. На рис. 1 представлена динамика индекса защиты прав интеллектуальной собственности (Intellectual Property Rights Index) в России за 2007–2014 гг.

¹ Составлено по: [2].

² *The International Property Rights Index*. URL: <http://internationalpropertyrights-index.org>.



Индекс защиты прав интеллектуальной собственности (2014)	Баллы	Место в мире	Место в регионе ЦВЕ и ЦА
Общее значение индекса	5,1	56 из 97	9 из 10
Защита прав на имущество	4,1	76 из 97	8 из 10
Патентная защита	7,4	43 из 97	10 из 10
Защита авторских прав	3,7	47 из 80	7 из 10

Рис. 1. Динамика индекса защиты прав интеллектуальной собственности в России за 2007–2014 гг., баллы¹

В мировой практике существуют два основных принципа исчерпания (ограничения) исключительных прав правообладателей: национальный (например, Российская Федерация) и международный (например, Китай); к ним еще можно добавить такой подход, как региональный (например, Европейский союз) (табл. 2).

Т а б л и ц а 2

Характеристика принципов исчерпания прав в международной практике²

Характеристика	Национальный (территориальный)	Международный	Региональный подход
Сущность принципа исчерпания прав	Исключительные права правообладателя на товарный знак признаются исчерпанными только при введении соответствующего товара в оборот внутри данного государства. Даже если товар неоднократно перепродавался за рубежом, его ввоз в страну, в которой действует данный подход исчерпания прав, возможен только с разрешения владельца товарного знака	Правообладатель, продав товар в любой стране, теряет право указывать новым собственникам, как распоряжаться в дальнейшем этим товаром. Новый собственник вправе по своему усмотрению перемещать товар через границы, вводить его в гражданский оборот на территории других стран и пр.	Введение товаров в оборот на территории одного региона в любой из стран Союза влечет исчерпание прав в отношении последующей продажи таких товаров в любую из стран Союза. Кроме того, в отношении ввозимых в регион оригинальных товаров не используются меры таможенного контроля, применяемые при защите товарных знаков
Примеры стран	Россия	Китай, США, Япония, Канада	Страны Европейского союза

¹ Составлено по данным The International Property Rights Index. URL: <http://internationalpropertyrightsindex.org>.

² Источник: составлено автором по: [3].

Таким образом, в ряде государств параллельный импорт разрешен, в ряде государств – запрещен, а в некоторых государствах его разрешение или запрещение ставится в зависимость от каких-либо факторов, к примеру, от возможности введения потребителей в заблуждение относительно производителя товара или его качества. Такой подход соответствует положениям ст. 6 Соглашения по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности (TRIPS)¹, устанавливающей право участвующих государств на признание той или иной концепции исчерпания прав на объекты интеллектуальной собственности.

Однако следует отметить, что товары, ввозимые на территорию ЕАЭС под известными товарными знаками, которые являются охраняемыми объектами интеллектуальной собственности, могут быть товарами-подделками или поставляться по каналам параллельного импорта. В области таможенного дела и гражданском обороте под параллельным («серым») импортом, как правило, понимают поставки товаров, производимые параллельно с официальным дистрибьюторским каналом, сформированным производителем. Фактически это ввоз на территорию России и стран ЕАЭС товара, который за рубежом был легально маркирован товарным знаком, но без разрешения правообладателя. Параллельный импорт затрагивает интересы обладателя интеллектуальной собственности, однако сам товар является оригинальным, а не контрафактным.

Анализ деятельности таможенных органов РФ показал, что в 2014 г. по сравнению с 2013 г. количество объектов интеллектуальной собственности в таможенном реестре увеличилось на 16,5% – с 3 053 до 3 556 ед. Таким образом, в 2014 г. 503 ед. объектов интеллектуальной собственности были включены в таможенный реестр, что на 10,1% больше чем в 2013 г. В 2014 г. таможенные органы предотвратили ущерб, который мог быть нанесен правообладателям объектов интеллектуальной собственности, на сумму более 2,4 млрд р. (в 2013 г. – около 5 млрд р.), выявили 9,5 млн ед. контрафактной продукции (в 2013 г. – 9,4 млн ед.). За I полугодие 2015 г. эти показатели составили 2,49 млрд р. и 9,4 млн ед. соответственно. В 2014 г. таможенными органами возбуждено 1 270 дел об административных правонарушениях (в 2013 г. – 1 188 дел), за I полугодие 2015 г. этот показатель составил 451 дел. Большинство дел – около 96–97% – возбуждено по статье «Незаконное использование товарного знака», остальные – по статье «Нарушение авторских и смежных прав» (табл. 3).

¹ Соглашение по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности (заключено в г. Марракеше 15 апреля 1994 г.).

**Основные показатели деятельности
таможенных органов Российской Федерации
по защите интеллектуальной собственности за 2013–2015 гг.¹**

Показатель	2013	2014	2015 (6 мес.)
Количество объектов интеллектуальной собственности в таможенном реестре на конец года, ед.	3 053	3 556	3 777
В том числе включено объектов интеллектуальной собственности в таможенный реестр	457	503	221
Предотвращено ущерба правообладателям интеллектуальной собственности, млрд р.	5,0	2,4	2,5
Выявленная контрафактная продукция, млн ед.	9,4	9,5	9,4
Количество дел об административных правонарушениях, в том числе по статьям:	1 188	1 270	451
«Незаконное использование товарного знака» (ст. 14.10 КоАП)	1 155	1 234	...
«Нарушение авторских и смежных прав» (ч. 1 ст. 7.12 КоАП)	33	36	...

Анализ судебной практики показывает, что субъектов параллельного импорта в отдельных случаях привлекают к:

1) административной ответственности (за незаконное использование товарного знака). К примеру, решением Арбитражного суда Свердловской области от 10 июня 2014 г., оставленным без изменения постановлением Семнадцатого арбитражного апелляционного суда от 15 августа 2014 г., закрытое акционерное общество «Имком» привлечено к административной ответственности, предусмотренной ч. 1 ст. 14.10 КоАП РФ с назначением наказания в виде административного штрафа в размере 30 тыс. р. и конфискацией предметов, содержащих незаконное воспроизведение товарного знака «Барби», изъятых на основании протокола изъятия от 16 января 2014 г. Екатеринбургской таможни;

2) гражданско-правовой ответственности (в порядке возмещения ущерба и выплаты компенсаций официальным дистрибьюторам на территории России). В табл. 4 приведены примеры выплат компенсаций официальным дистрибьюторам на территории России;

3) уголовной ответственности (за незаконное использование товарного знака неоднократно или с причинением крупного ущерба). Так, по делу о незаконном использовании товарного знака Creative виновное лицо было привлечено к уголовной ответственности за ввод

¹ Составлено по материалам Соглашения по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности (заключено в г. Марракеше 15 апреля 1994 г.) и данным Федеральной таможенной службы России. URL: <http://ved.customs.ru>.

в гражданский оборот оригинального товара (определение Свердловского областного суда от 25 ноября 2009 г. по делу № 22-110966).

Т а б л и ц а 4

Суммы компенсаций за незаконное использование товарных знаков¹

Пример из судебной практики	Основание
<i>Рекордно высокие суммы компенсаций за незаконное использование товарных знаков</i>	
1,5 млн р. (взыскана за нарушение в целом) за незаконное использование товарного знака Abbott	Постановление ФАС Западно-Сибирского округа от 14 февраля 2013 г. по делу № А45-5005/12 (определением ВАС РФ от 5 июня 2013 г. № ВАС-6633/13 отказано в передаче данного дела в Президиум ВАС РФ для пересмотра в порядке надзора)
2,1 млн р. за незаконное использование товарных знаков Guinness и Merries (взысканы за один случай)	Постановление ФАС Московской области от 18 июня 2012 г. по делу № А40-78553/11-110-648 (определением ВАС РФ от 8 августа 2012 г. № ВАС-681/12 отказано в передаче данного дела в Президиум ВАС РФ для пересмотра в порядке надзора)
По 2,5 млн р. в пользу каждого из истцов за предложение к продаже на территории РФ оригинальных часов; только в меньшем от заявленного размере суд удовлетворил требования компаний – правообладателей товарных знаков LONGINES, OMEGA, RADO о взыскании компенсации с ответчиков	Определение ВАС РФ об отказе в передаче дела в Президиум ВАС РФ от 15 июля 2014 г. № ВАС-12583/13
<i>Рекордно низкие суммы компенсаций за незаконное использование товарных знаков</i>	
Правообладатель товарного знака на медицинское оборудование ACCU-CHEK потребовал от импортера выплаты компенсации в размере 20 тыс. р.	Постановление Суда по интеллектуальным правам от 19 июня 2014 г. по делу № А76-17672/2013
Суд снизил размер компенсации с 1 млн р. (по 10 тыс. р. за каждый факт нарушения – ввезено было 100 бутылок с оригинальной маркировкой) до 30 тыс. р. правообладателю бренда KRUSOVICE	Постановление АС Московского округа от 25 февраля 2013 г. по делу № А40-23850/12-27-216
Суд снизил размер компенсации с 400 тыс. до 200 тыс. р. и с 1 млн до 30 тыс. р. в делах по искам Heirnken Ceska republika	Постановления ФАС Московского округа от 16 апреля 2012 г. по делу № А40-51953/11-51-440, от 25 февраля 2013 г. по делу № А40-23850/12-27-216

На сегодняшний день наиболее актуальны вопросы, касающиеся административной ответственности и возмещений по искам правообладателей товарных знаков в арбитражном суде. Анализ российской судебной практики позволил выделить два подхода к параллельному импорту: когда параллельный импорт является самостоятельным незакон-

¹ Источник: составлено автором по [2] и материалам справочно-правовой системы «Консультант Плюс».

ным способом использования товарного знака и когда параллельный импорт не нарушает исключительных прав правообладателя.

В первом случае ввоз как контрафактных, так и оригинальных товаров в Россию при самостоятельном использовании товарного знака без согласия правообладателя является незаконным способом использования товарного знака, т. е. нарушением исключительных прав на товарный знак. К примеру, в определении об отказе в передаче дела в Президиум ВАС РФ дела № ВАС-3737/14 от 7 апреля 2014 г. контрафактные запчасти для легковых автомобилей, маркированные товарным знаком NISSAN, были уничтожены. Так, Арбитражный суд г. Москвы вынес решение от 2 июня 2011 г. по делу № А40-12515/11, которым признал незаконными действия ООО «ЭлитВода Ру» по ввозу на территорию РФ товара (минеральной воды), маркированного товарными знаками S.PELLEGRINO; обязал изъять и уничтожить товар, маркированный товарными знаками S.PELLEGRINO. Постановлением № 9 Арбитражного апелляционного суда от 31 августа 2011 г. и постановлением ФАС Московского округа от 29 декабря 2011 г. решение оставлено без изменения, в передаче дела в Президиум ВАС отказано (определение № ВАС-4558/12 от 6 июня 2012 г.).

Во втором случае – когда параллельный импорт не нарушает исключительных прав правообладателя – говорится о том, что «основное предназначение товарного знака – это обеспечение потенциальному потребителю возможности отличить товары, производимые одним лицом, от аналогичных товаров, производимых другими лицами» [1]. Таким образом, когда речь идет о товарах одного производителя отсутствуют «другие лица», с товарами которых потребитель может спутать товар правообладателя, следовательно, нет места применению норм о защите прав на товарный знак. Данный подход использовался в деле по иску компании KAYABAKOGYO KABUSHIKI KAISHA к ООО «Автологистика» (постановление Девятого арбитражного апелляционного суда от 28 сентября 2009 г. по делу № А40-2250/09-51-27). Так, в 2013 г. компания Panasonic Corporation проиграла в суде ряд исков в отношении сразу нескольких неофициальных дистрибьюторов цифровой техники, маркированной знаком Panasonic, которую дистрибьюторы предлагали к продаже через интернет-сайты. В обоснование своих требований правообладатель ссылался на наличие у него единственного уполномоченного импортера – ООО «Панасоник Рус», который не ввозил в Россию данную технику [1].

В заключение следует отметить, что проблема защиты прав интеллектуальной собственности на товарные знаки стоит в России достаточно остро, несмотря на значительные шаги по совершенствованию законодательной базы РФ и ЕАЭС. Особенно актуальной является

проблема разграничения ввоза контрафактной и оригинальной продукции. Специалисты по вопросам защиты товарного знака от параллельного импорта выделяют три основных способа такой защиты: внесение информации в таможенные реестры объектов интеллектуальной собственности в целях приостановления выпуска товаров; обращение в суд, в том числе с иском о признании действий параллельного импортера недобросовестной конкуренцией; привлечение параллельного импортера к уголовной ответственности.

Библиографический список

1. Белова М. В. Параллельный импорт. Аргументы каждой из сторон спора о нарушении прав на товарный знак // Арбитражная практика. 2014. № 6.
2. Дмитриев В. Эффективные средства защиты от параллельного импорта // Корпоративный юрист. 2013. № 10.
3. Фёдоров М. В., Ковалёв В. Е. Взаимодействие экономик стран Таможенного союза ЕврАзЭС и потенциал их интеграции через рынок интеллектуальной собственности // Управленец. 2014. № 4(50).

Т. Н. Чумаченко

Национальный горный университет (Днепропетровск, Украина)

Маркетинговый анализ качества образовательных услуг как фактора конкурентоспособности вузов

Аннотация. С помощью исследования рынка было изучено влияние некоторых факторов на качество образовательных услуг и их соответствие требованиям рынка труда. Показано, что лучшей оценкой конкурентоспособности образовательных учреждений со стороны студентов и работодателей является спрос на выпускников на рынке труда.

Ключевые слова: качество образовательных услуг; факторы конкурентоспособности вуза; рынок труда.

Знания и, соответственно, образование представляют собой одну из самых бурно растущих и перспективных сфер экономики. В динамично развивающихся странах темп их ежегодного роста достигает 10–15%. И хотя главным потребителем знаний выступает личность, однако полноценная реализация приобретенного образовательного потенциала становится возможной при активном вовлечении в этот процесс предприятий и организаций, которые не только присваивают результаты функционирования образовательных учреждений, но и обеспечивают условия для их развития. Несомненно, уровень образования влияет не только на экономическое, но и на социальное развитие, так

как в конечном итоге потребителями образования являются социальные слои и общество в целом, особенно в отношении его социально-культурного эффекта.

Сфера рыночных отношений в системе высшего образования представлена отношениями между вузами, осуществляющими подготовку и переподготовку молодых специалистов, предприятиями, являющимися потребителями молодых специалистов и самими молодыми специалистами как специфическим товаром. Согласно концептуальной модели этих отношений [1], вузы выходят на рынок труда с результатами своей образовательной деятельности, опосредованными в знаниях, умениях и навыках выпускников, выпускники предлагают свою рабочую силу предприятиям, те, в свою очередь, оценивают квалификацию этой рабочей силы в виде стартовых зарплат и других условий найма.

Рынок труда как социально-экономический механизм существенно отличается от других типов рынков. Товарные рынки, как правило, находятся в динамическом состоянии, стремящемся к равновесию. Для рынка труда неравновесие – это норма, а совпадение спроса и предложения рассматривается как редкое, непродолжительное и неустойчивое состояние. Это состояние – расширение безработицы или дефицит кадров в первую очередь определяется экономикой в целом, а также эффективностью действий в различных сферах социально-экономической политики: в области макроэкономического регулирования, общего и профессионального образования, а также социальных выплат, в том числе пенсионного обеспечения, инвестиционной активности.

Однако чаще всего профессиональные и квалификационные параметры молодых специалистов не соответствуют требованиям работодателей, которые не всегда довольны качеством образования специалистов, особенно выпускников так называемых заведений «широкого профиля». Стремясь привлечь как можно больше студентов, учебные заведения расширяют спектр специальностей и специализаций, не задумываясь над тем, что является главным для выпускника высшего учебного заведения: многопрофильность или узкая специализация. Для многих из них возникает необходимость в переквалификации в процессе трудовой деятельности. Что касается трудоустройства после окончания высшего учебного заведения, то чаще всего выпускники пользуются вакансиями при распределении только с целью получения первого профессионального опыта. Мало кто из них остается на предприятии на более длительный срок. Этому есть много причин, но самая главная из них – отсутствие материальной заинтересованности и системы четкой градации будущих карьерных перспектив. Эти выводы подтверждаются результатами опроса выпускников Национального горного университета. Большинство опрошенных респондентов

(80%) удовлетворены выбранной специальностью, желают и могут работать согласно квалификации диплома. Однако на сегодняшний день существует много препятствий на пути к реализации планов молодежи, особенно инженеров-специалистов. Как показал опрос, многие предприятия, нуждающиеся в инженерно-технических кадрах, в первую очередь, не могут обеспечить достойный уровень заработной платы для молодых специалистов, которая не покрывает расходы на жилье, пропитание и другие нужды, но главное – нет четких карьерных ориентиров для выпускников. Потому достаточно высок процент респондентов, ставящих уровень заработной платы на первое место и готовых работать в любой, но высокооплачиваемой отрасли.

Анализ опроса показал, что наиболее важным критерием при выборе места работы выпускники определили размер заработной платы (82% голосов). На втором месте по важности оказалась предоставляемая должность (40%), только третье место заняла работа по специальности (31%). Что касается поиска работы, большинство студентов (59%) в первую очередь рассчитывает на помощь родителей и друзей. Каждый третий при поиске работы пользуется средствами массовой информации, каждый второй – услугами сети Интернет. Достаточно высок рейтинг университета как помощника в трудоустройстве (30%). На центры занятости или агентства по трудоустройству рассчитывают только 6% опрошенных выпускников.

Вуз заинтересован, чтобы его образовательные программы как можно полнее соответствовали требованиям рынка труда, а выпускники как можно полнее эту программу усваивали. Поэтому учебные заведения, активно используя маркетинговые подходы, изучают не только рынок труда, но и сам образовательный процесс, так как на рынке труда учебные заведения представляют не только своих выпускников, а образовательные программы и непосредственно процесс обучения, а в итоге – знания в том виде, в котором они усвоены его выпускниками.

Маркетинговые исследования, проведенные среди абитуриентов Национального горного университета (НГУ) показали следующие тенденции: абитуриенты начали обращать внимание на такие факторы, как качество образования и конкурентоспособность будущих выпускников на рынке труда. Перспектива трудоустройства является важным мотивом, обуславливающим выбор образовательных продуктов потребителем – выпускниками школ.

Сегодня будущие студенты уделяют внимание уровню предоставления университетом образовательных услуг: внедрению новейших образовательных технологий; квалифицированности преподавателей; наличию государственных лицензий на специальности.

Следует отметить, что большинство (53,6%) абитуриентов, поступающих в университет в последние годы, профессионально ориентированы и действуют в соответствии с алгоритмом профессионального выбора: «выбор конкретной специальности – выбор конкретного вуза». Это свидетельствует о переходе от мысли «я выбираю вуз, его имидж, только потом направление подготовки или специальность» к более конструктивному подходу, который позволяет убедиться в системе качества образования и спроса на конкретные специальности.

В связи с этим представляют интерес данные проведенных исследований, которые касаются оценки качества образовательных программ и уровня подготовленности студентов к профессиональной деятельности, среди студентов III и IV курсов инженерных, компьютерных и экономических направлений подготовки НГУ. Результаты анкетирования студентов подтвердили, что большинство из них выбрали вуз неслучайно. Более половины студентов целенаправленно поступали в университет, выбирая профессию, а не учебное заведение. Абсолютное большинство студентов (90%) сознательно отнеслись к выбранной профессии. При этом 36,5% из них руководствовались интересом к будущей профессии, а 21,6% считали, что специальность даст им возможность хорошего заработка в будущем. И только 19% респондентов выбрали свою специальность случайно. Подавляющее большинство студентов в процессе обучения сформировали положительное мнение о выбранной специальности, которое или улучшилось после поступления (40,2%), или не изменилось (34%). Чуть больше половины опрошенных намерены после окончания университета работать по специальности, 39% студентов затруднились ответить на этот вопрос. И только 10% студентов не планируют связывать свою дальнейшую работу с выбранной специальностью. С точки зрения профессиональной компетентности, всего лишь 13,7% опрошенных на данный момент готовы приступить к работе по специальности; 43,5% студентов оценивают свои знания как несистематические и требуют существенного обучения на рабочем месте; 35,1% считают себя хорошо подготовленными теоретически, но испытывают недостаток практических знаний; почти 8% студентов называют свою подготовку совершенно недостаточной для квалифицированной работы.

Руководствуясь названным алгоритмом («выбор конкретной специальности – выбор конкретного вуза») абитуриенты при выборе учебного заведения отдали доминирующую роль качеству образовательных услуг. Сегодняшние студенты, анализируя проблемы низкой успеваемости в вузе, адекватно оценили причины неуспеваемости в процессе обучения. На первое место студенты поместили несистематическую работу в семестре, затем завышенные объемы самостоятельной работы,

замыкает тройку повышенная требовательность преподавателя. При ранжировании видов текущего контроля для самостоятельной работы студенты руководствовались принципом «от простого к сложному»: 1) тестирование; 2) реферат; 3) лабораторная работа; 4) устный опрос; 5) расчетно-графическая работа; 6) защита курсовых работ; 7) презентация комплексных задач, моделирующих реальные ситуации профессиональной деятельности.

72% респондентов считают, что в университете созданы все условия для самообразования студентов, чему способствуют новые методики обучения, развивающие ответственность, в основе которых лежит принцип «создай» вместо «повтори». Самостоятельной работе помогает хорошее методическое обеспечение образовательных программ.

В маркетинговых исследованиях качества образования при обработке результатов опросной статистики был использован математический анализ [3]. Расчеты показали, что интегральный уровень образовательных услуг НГУ составил 0,797. Это позволяет позиционировать его как очень хороший университет. При этом качество образования оценивалось по шкале от 0 до 1 согласно методике [2].

Комплексная оценка качества образовательных услуг университета

<i>Уровень качества образовательных услуг</i>	<i>Качественная оценка</i>
От 0,85 до 1,00	Отлично
От 0,70 до 0,85	Очень хорошо
От 0,60 до 0,70	Хорошо
От 0,50 до 0,60	Допустимо

Для оценки качества акцентировалось внимание на следующих моментах. Информационную базу методики составляли данные опросной статистики непосредственных потребителей образовательных услуг – студентов V курса обучения инженерных, компьютерных и экономических специальностей. Параметры анализа формируют представление студента о качестве образовательных услуг. Оценка каждого параметра производилась по пятибалльной шкале с позиции ожидания и восприятия. Оценка по каждому критерию – частное от деления рейтинга восприятия к рейтингу ожидания.

Объектом исследования выступали образовательные программы, подготовка профессорско-преподавательского состава и их влияние на профессиональные навыки выпускников.

Результаты оценки качества образовательных услуг

Содержание учебного процесса	0,799
Обеспечение учебного процесса	0,859
Проведение производственной практики	0,830
Профессионально-педагогические навыки	0,700

С развитием международных образовательных проектов возникает необходимость активно задействовать возможности вузов в этом направлении, внедряя европейские стандарты качества образования. В соответствии с новым законом «О высшем образовании» университеты получают широкую автономию и смогут по достоинству поощрять и приглашать лекторов из европейских и мировых университетов. Поэтому определенный интерес для исследований имеет выявление отношения учащихся к программам обмена студентами, к тренингам и лекциям приглашенных преподавателей. Как показали данные, стоит развивать подобные направления деятельности, так как это интересует абсолютное большинство студентов, из которых 73,2% считают, что университету необходимо обмениваться опытом по подготовке специалистов с другими вузами, потому что «это необходимо, чтобы идти в ногу со временем»; 16,7% считают, что это возможно, но не обязательно через различные реалии жизни, и лишь 10% опрошенных отрицают полезность опыта других стран.

На вопрос о необходимости внедрения и развития программ обмена студентами 90% опрошенных ответили положительно. Среди причин, названных большинством студентов (80,4%), в пользу участия в подобных программах: а) получение знаний и навыков, которым у нас в университете не учат – 39,9%; б) желание совершенствовать иностранный язык – 25,8%; в) желание пожить за границей – 14,7%.

Негативно отозвались о программах обмена 18,4% студентов. Отсутствие заинтересованности в целом к таким программам наблюдается у 6,7% опрошенных; 8% не могут позволить себе участие в таких программах из-за недостатка средств и лишь 3,7% респондентов в качестве причины указали абсолютное незнание иностранного языка. Необходимо отметить, что в опросе, проведенном пять лет назад, эта цифра составляла 21%. Однако 84,5% опрошенных выразили заинтересованность и согласие посещать лекции, проводимые иностранными преподавателями на английском языке, причем практически 39% студентов владеют языком на достаточном уровне и только 45% отметили у себя недостаточное владение иностранным языком. Что касается тренингов, которые могут проводиться в университете практикующими профессионалами на платной основе, только 36% студентов выразили готовность участвовать в подобных мероприятиях, а 53,9% согласились посещать тренинги, но на бесплатной основе.

Как показывает опыт, оценка деятельности вузов, независимо от форм собственности, должна основываться на таких критериях, как востребованность выпускников и качество их подготовки. Основное задание любого высшего учебного заведения сегодня – подготовить

и воспитать специалиста, который умеет учиться, ставить перед собой задачи и решать их, имеет практические навыки и опыт исследовательской работы. Именно это и составляет качество образовательных услуг учебного заведения. Чем больше адаптированы образовательные программы вузов к требованиям рынка труда, тем выше компетентность, а следовательно, и конкурентоспособность их выпускников.

Библиографический список

1. *Браверман А.* Маркетинг в российской экономике переходного периода. М.: Экономика, 1997.
2. *Миляева Л. Г.* Маркетинговое исследование на рынке образовательных услуг провинциальных городов // Маркетинг в России и за рубежом. 2005. № 5.
3. *Чумаченко Т. Н., Фролова Е. А.* Использование математического анализа в маркетинговом исследовании качества образовательных услуг // Topical Areas of Fundamental and Applied Research III: материалы III Междунар. науч.-практ. конф. преподавателей, сотрудников и аспирантов. М.: Науч.-изд. центр «Академический», 2014.

F. Blessing, T. B. Ivanova

Peoples' Friendship University of Russia (Moscow)

How to Manage Knowledge through Corporate Culture

Abstract. The article describes the interdependence between the inner environment in the company and its economic success based on the mutual desire of the personnel and management to go further to reach new horizons. Authors show that corporate culture is becoming increasingly important in the war for talent and retention at companies of all types around the world. It is proved that respect to knowledge, knowledge appreciation and recognition could exist only in the frames of effective corporate culture which is a strong stimulus for innovation.

Keywords: corporate culture; knowledge management; strategy; organization.

Knowledge management is a very acute and relevant topic. The success of any company in the competitive struggle mostly depends on the ability to analyze mistakes, be aware of the weaknesses, draw lessons from the past and never repeat the same mistakes. Such activity is possible only in the effectively organized company's corporate culture.

Michael Steffensen speaking about knowledge management aimed at creation of self-educating organization which is called to be competitive, said: "To stay competitive, change must be part of the way you think and act." Change which is based new approaches to management.

Statistics show that 90 per cent of organizations are in the process of planning, running or completing some kind of transformation. However,

70 per cent of these change processes fail and a lot of resources go to waste. However with the right corporate culture, an organization remains one step ahead as they can tailor their strategy and change to match that which can work for their staff.

In the organization with effective corporate culture, you keep up to date by monitoring the behavior of your organization and team, spotting problems in time and creating a strategy that can stay ahead of the game and come out successful. This is why corporate culture is up to date. In today's world, business rules and the globe is a fast changing world that needs quick minds to keep up in order to retain their companies. Most people just start up a new firm, merge with new organizations or expand their companies without a proper study and implementation of the right corporate culture rules that can only be determined by organizational behavior and strategizing thus leading to their failure and slow growth.

Social media culture also puts things to light where many organizations get used by mistakes their employees make that usually would go unnoticed but can now go viral and destroy a company's reputation. Usually, the employee gets fired and walks but the organization has been put in trouble simply because the right corporate culture wasn't adopted to make the employees feel like part of a family they will not desire to destroy.

When a company keeps losing employees or having them work like they aren't wanted, they will eventually leave causing a bad reputation for the company and lots of money will be spent in new recruitment but when employees love their jobs, they will even be willing to take on more tasks and reduce unnecessary expenditures. Their satisfaction will rub off on customers. We live in a world of high business competition so corporate culture is most needed now to make an organization survive and stand out. Corporate culture is what defines what a company is, why it does what it does, and in many ways sustains a presence and a facade to the outside world. Corporate culture is what directs how people work and think, what creates tangible and intangible restrictions, establishes risk tolerances and sets attitudes and behaviors. There's probably no more powerful intangible force in any business than corporate culture.

Take for example the successful corporations that have stayed on the rise simply because of the right practicing corporate culture:

Let us see some examples

Google was founded by Sergey Brin and Larry Page in 1998, the company now has over 50,000 employees and over 50 billion in annual revenue. Employees are offered free cafeteria food and there's a flat management structure. They have also made their company's core values public. The company founders still do busy work, including keeping the cereal fresh in the cafeteria. Google is constantly getting feedback from employees and

even has their own tool called Google-O-Meter to gauge the popularity of employee suggestions. In addition, they have “culture clubs”, which are groups of employees who come together to talk about culture issues within their country or office and how to improve things. Google is a special place to work because the way they design their office spaces and groups is that you feel like you’re still working at a startup but within a major company. This culture attracts the top young engineers. Knowledge never leaves the company.

Zappos was founded by Nick Swinmurn in 1999. Run by Tony Hsieh it was sold to Amazon.com, amassing over a billion dollars in revenue. Zappos is crazy about corporate culture, shown by their “Culture Book” which defines what it’s like to work there. Employees contribute new sections to the book each year and define what Zappos means to them. They have gone so far as to pay people \$4,000 to quit their jobs if they don’t feel like they fit into the culture after four weeks of training. Employees can access on-site classes focused on happiness and careers. Zappos also lets employees pitch new business ideas and Hsieh has used social networks like Twitter in order to maintain transparency and reinforce the brands position as the best in customer service.

The abovementioned cases describe the interdependence between the inner environment in the company and its economic success based on the mutual desire of the personnel and management to go further to reach new horizons. It is quite natural – we spend over 30 hours at work each week. Many of us spend more time with those we work with than we do our families. For us to be content and fulfilled people, that time must be valuable for more than a penny. We want to be engaged in our work so we desire work that is enjoyable and meaningful. It is for these basic reasons that corporate culture matters and leads to constant innovation and progress. Many organizations fail at building the right corporate culture to sustain the company for a long life cycle. It is indispensable to arrange the best examples of corporate culture so that organizations and innovators can apply it in their companies or with their teams or when in mergers and acquisitions to build the right successful working environment that will yield to their growth in the long run.

Corporate culture is becoming increasingly important in the war for talent and retention at companies of all types around the world. Corporate culture is the personality of a company and it can’t be faked. If employees are happy and fit in the culture, then the company gets a strong name and more people want to work there. Companies are not only competing for customers and revenue, they are competing on the basis of how they treat their employees, motivate them for creation and what they represent. If you

have a strong culture, people will not only want to work for you, but they won't want to work for anyone else.

Every organization, from small businesses to large corporations, has a culture. The culture refers to the values and attitudes of employees in the business or organization. Some of the elements of culture include management techniques, shared values and mission, work ethic, daily work practices and language. In a business with an unhealthy culture, employees act as individuals, performing their duties to meet their own needs, such as a paycheck or health benefits. In a company that values workers for their contribution to the business, employees experience high morale and a positive attitude toward the organization. Workers with a positive attitude are loyal to the organization, which reduces employee turnover. Worker turnover has a high cost to a business, with increased costs for recruitment, hiring and training. A healthy corporate culture can help a company retain valuable employees and reduce human resources costs.

Companies with a healthy corporate culture gain a positive reputation among potential workers, which may attract talented and skilled workers to the organization. In addition to attracting high-quality workers, a well-regarded business reputation allows the company to charge a higher price for products and services and increases the value of the company in the financial market. Customers may prefer to conduct business with a business with a solid corporate reputation as well. The improved morale of workers in a company with a healthy corporate culture increases productivity. When workers increase productivity, the financial health of the organization improves, and profits increase. Increases in productivity are a measure that illustrates efficiencies and effectiveness in the company. Employees benefit from increases in productivity with higher salaries in employee benefit programs.

Corporate culture practice and study is thereby important and practical in today's society especially with social media revealing very quickly companies that lack good corporate culture thereby putting them at risk and ridicule.

Every organization already has a corporate culture whether healthy or not, successful or not but they do sometimes even without knowing it and this has played a steering role in the practices of the organization. Our task is to understand the dynamics and create ways on how to shift an already existing corporate culture also known as corporate culture change, to identify toxic corporate culture that can lead to stunted growth and rigidity to change in an organization and to knowledge stagnation.

To manage company's knowledge leading it to success we make some steps:

- To encourage and find strategies of implementation of a culture that sustains and supports innovation by encouraging reasonable risk and uncertainty in the goal of larger, more profitable products and services.

- To introduce a culture that is based on experimentation and discovery especially in Nigerian organizations where they are afraid of innovation due to the rigid culture that encourages hierarchy.

- To research on strategies that can shift an existing culture. Cultures like to remain at rest, comfortable in their inertia, and will remain that way until acted on by a powerful force. Culture will resist the change force as a matter of course. That means that to change a culture you need constant force in a positive direction for a long period. This means that change to a corporate culture must be slow and steady, and this means change begins by creating a vision about the future and telling a story that the culture can adopt. Thereby strategies are needed to be adopted to shift an existing culture on rigid or lukewarm organizations and I will be researching on shifting culture strategies in an organization.

- Research on the duration it takes for corporate culture to be successfully implemented and achieved in individual organizations and teams.

- Develop a system of measuring the effects of corporate culture for evaluation purposes.

- Understand and develop the place, types and purpose of reward, recruitment and retaining in corporate culture.

- Study the balance of corporate culture in a work environment with people of different demographics, gender and age.

- Develop several strategies of corporate culture for different organizational behavior and types.

- Increase employee performance through appropriate support, feedback and incentives.

- Reduce in the common team dysfunctions that can impact efficiently and effectively delivering results.

- Accelerated outcomes through personal, team and organizational leadership and accountability.

- Build a stronger sense of passion, purpose and organizational loyalty that can lead to enhanced employee satisfaction and commitment.

Knowledge is an instrument to constant company change required by the global volatile environment. Respect to knowledge, knowledge appreciation and recognition could exist only in the frames of effective corporate culture which is a strong stimulus for innovation. Corporate culture creates integrity between knowledge as it is and its carries – human being united by their common work, thoughts and links.

References

1. *Yafang Tsai*. Relationship between Organizational Culture, Leadership Behavior and Job Satisfaction. Punjabi Emro Ed. House, 2011.
2. *Kane Urabazo*. Knowledge is a driver. Who would drive it? 2nd edition. Almeria, Ed. Rumbo, 2014.
3. *Ivanova T. B., Vacarelu M., Zhuravleva E. A.* Corporate culture and company effectiveness. Bucharest: Top Form, 2013. ISBN: 978-606-8550-02-2.

Md Ahmed Sobus, T. B. Ivanova

Peoples' Friendship University of Russia (Moscow)

Copy rights protection in Bangladesh

Abstract. Many firms in Bangladesh apply knowledge from one technical domain to innovate in another. This phenomenon is known as knowledge bridging which involves taking knowledge from one domain and reapplying it to another. Or it may borrow ideas and knowledge from several areas and recombining them so as to innovate in yet another area. The knowledge doesn't disappear, but nobody knows who the author is. It is on the contrary possesses the synergetic effect. Who is interested in the copy rights protection? To our mind, nobody as there is no any strict law to determine who is the author, inventor of the knowledge. Can it be considered correct? Do we know much about such mechanism? Is it acceptable in the market economy?

Keywords: knowledge exploration; technological boundary-spanning; innovation; entrepreneurship; biotechnology; patents.

The process model of knowledge bridging is connected with two things. (The term "knowledge bridging" is used to describe these phenomena of using ideas from one technical domain to innovate in another area.)

1. It is not always possible in Bangladesh to arrange license or patent for the created innovation as the author doesn't have enough money or time to go through all the steps. The company he is working for is not capable of taking advantage of the innovation or even doesn't recognize innovation as it is because of its low level of knowledge and financial means. Such companies are known as low level building knowledge bridging capacity.

2. An organization's knowledge bridging capability is significantly correlated with organizational and innovative performance focused on organizational and innovative consequences of the knowledge possessed.

Our reasoning is empirical. We would like to suggest some new ventures' knowledge bridging search behavior and consequences over time starting from a common technological event. We suggest that a firm's initial search direction shapes its knowledge bridging behavior. In order to be able to become a knowledge bringing company it is necessary to hire special personnel and to possess instruments of research.

In Bangladesh, there are certain fields in which innovation is important as the basis for competition. It might be confectionary, where managers are particularly worried about the effects of local fashion, which may have drastic effect on their production. They are trying to overcome these constraints by local search for some innovative approach to modern shapes and fiber. The common direction for most companies is to be engaged in strategic alliances, which help to hire the best designers, engineers and scientists with relevant prior experience.

For such mechanisms to be effective, distributed knowledge domains must be bridged. This can take place either through “porting” solution concepts from one application area to another (e.g., Baldwin and Clark, 2000) or through recombining knowledge from different arenas for productive and novel results (e. g., Schumpeter, 1934; Basalla, 1988; Hargadon and Sutton, 1997; Fleming, 2001).

Our empirical strategy is to carefully choose a setting in which firms were founded to exploit a given technological innovation. This design allows us to track firms’ temporal patterns of knowledge bridging from their inception, while holding initial technology constant. We can then study the relative importance of various organizational mechanisms in enhancing firms’ knowledge bridging capacity, as well as performance consequences of knowledge bridging capability.

What is more important to create strong knowledge bridging capability – hiring people with different designing skills, fashion knowledge background or forming strategic alliances and affiliating with venture capital networks? There is a strong correlation between knowledge bridging and performance, both at the organizational and innovation levels, even after controlling for a variety of alternative explanations. Knowledge bridging can be an important organizational capability, which depends on differential firm-level productivity for a given level of investment in organizational knowledge bridging, as well the differential organizational costs of building knowledge bridging capabilities.

The first researcher of the problem knowledge bridges capacity was Schumpeter, 1934. Later he was followed by Crane, 1972; Fleming, 2001; Burt, 2004. They analyzed the problem both on individual, invention level firstly. Later there appeared a comparatively small number of papers analyzing organizational-level capabilities for knowledge bridging (e. g., Hargadon and Sutton, 1997; Hargadon, 2002). The above mentioned researchers have not been known in Bangladesh until recently. It explains the fact that in our country very few researchers worried about the necessity to protect their discoveries, innovation, design, etc. This phenomenon may also be explained by the peculiarity of the national mentality and national behavior – Bangladesh people are willing to share with their friends, familiar peoples

everything they create or possess. They didn't expect to take money for their invention considering it to be for the benefit of the society.

To illustrate this, consider the confectionary field. It borrows knowledge from a number of disparate fields such as fiber production, chemistry, metal and plastic buttons, zippers, threads, patent, design, etc. and recombines insights and methods from those fields to create new knowledge about the required product. More generally, the re-application of prior problem-solving strategies into new settings is pertinent to settings such as legal research, management consulting, or computer programming where modules of problem solutions can be taken from a prior inventory of legal contracts, consulting experiences, and/or computer programs. While verbatim importing of comprehensive solutions likely represents a minority of cases in these settings, one could imagine "cutting and pasting" applicable modules to new settings for productive use.

Another example may be taken from pharmaceutical companies such of which use traditional knowledge in producing medicine, others base their activity on petroleum ingredients. What kind of knowledge exists and what knowledge bridges are to be set up? There should be continuous study of national treatment traditions which are very rooted and rich in Bangladesh society. For the synthetic medicine production there should be substantial within-industry heterogeneity in R&D investment strategy, and by extension, intensity of search hiring specialist from different scientific fields. The conclusion to be made – the company, more capable of knowledge bridging is more competitive and sustainable in the market.

What make a company to be successfully knowledge bridged? At the individual level, knowledge bridging is shaped by a person's background (Shane, 2000). An individual's background is a function of his/her training in an academic discipline, as well as work experience. Within each scientific area, there are few individuals who can master the range of domains needed to be successful at knowledge bridging. To give a concrete example, consider Razzak Hossain, a professor specializing in chemical sciences at Dhaka University. His ability to bring together information technology and experiments has made him a 'force majeure in science', according to the masters in his field.

Another important individual-level factor is the individual's social network and positioning in the social structure. An early research stream emphasized the importance of technological 'gatekeepers', as boundary-spanners who facilitate inter-organizational communication and cooperation by spanning organizational and sub-unit boundaries (e. g., Allen, 1977; Tushman and Scanlan, 1981). To the extent that such actors connect structural holes in a network, they are in a privileged position as otherwise.

Also, individuals/founders have heterogeneous backgrounds, knowledge, and skills, and so they will likely respond to entrepreneurial opportunity windows in different ways (Shane, 2000). This implies that individual beliefs about exploiting even a common technological innovation will vary, which can account for differences in the initial position of entrepreneurial start-ups.

The other way is to increase organization level knowledge bridging which is more than the sum of the parts of individual level knowledge bridging capacity. This can result from organization capabilities in orchestrating the relevant processes of acquiring, retaining, recalling, recombining, and cross-applying knowledge to solve problems in different domains. More generally, organizations can take a number of steps to leverage individual knowledge by implementing policies, procedures, and routines to build organizational capabilities. For instance, firms may allow technical staff to publish portions of their research findings in professional journals /or set aside dedicated time for exploratory research. Such policies may differ not only in the research latitude given to technical staff ex-ante; they also differ in tangibility of degree to which output verification is required. Such programs will also have implications for the type of individual attracted to work in such an environment.

In conclusion, we can say that Bangladesh has not acquired yet the understanding of creating knowledge bridging companies in its national economy. It still follows the clan relations based on friendly terms between all the members of the society though the market economy rules have been dictating its will of the country.

References

1. *Adner R., Levinthal D.* Technological Speciation and the Emergence of Emerging Technologies // Wharton on Emerging Technologies / ed. by G. Day, R. Shoemaker. John Wiley & Sons, 2000.
2. *Ahuja G., Lampert C.* Entrepreneurship in the Large Corporation: A Longitudinal Study of How Established Firms Create Technological Breakthroughs // Strategic Management Journal. 2001. Vol. 22. P. 521–543.
3. *Alcacer J., Gittelman M.* (forthcoming). Patent Citations as a Measure of Knowledge Flows: The Influence of Examiner Citations // Review of Economics and Statistics.
4. *Baldwin C., Clark K.* Design Rules: The Power of Modularity. Cambridge, MA: MIT Press, 2000.
5. *Bromiley P.* Testing a Causal Model of Corporate Risk Taking and Performance // Academy of Management Journal. 1991. Vol. 34. P. 37–59.
6. *Brown S. L., Eisenhardt K. M.* The Art of Continuous Change: Linking Complexity Theory and Time-Paced Evolution in Relentlessly Shifting Organizations // Administrative Science Quarterly. 1997. Vol. 42. P. 1–34.

Научное издание

**Интеллектуальная собственность:
от надежной защиты
к эффективному управлению**

Сборник статей
XI Международной научно-практической конференции

(Екатеринбург, 30–31 октября 2015 г.)

Корректор *Ю. А. Микерина*

Компьютерная верстка *М. Ю. Ворониной*

Поз. 172. Подписано в печать 17.12.2015.

Формат бумаги 60 × 84/16. Гарнитура Таймс. Бумага офсетная.

Печать плоская. Уч.-изд. л. 5,7. Усл. печ. л. 5,81. Заказ 88. Тираж 10 экз.

Издательство Уральского государственного экономического университета
620144, Екатеринбург, ул. 8 Марта/Народной Воли, 62/45

Отпечатано с готового оригинал-макета в подразделении оперативной полиграфии
Уральского государственного экономического университета