

Интеллектуальная составляющая инновационного продукта в российских компаниях^{*}

Intellectual Component of an Innovative Product in Russian Companies

Д. ГАЙТАНОВА

Гайтанова Диана Дамировна, аспирант кафедры инновационной экономики Уфимского университета науки и технологий. E-mail: dias_08@list.ru

***Аннотация.** Статья анализирует роль интеллектуальной составляющей инновационного продукта в российских компаниях на основе показателей ВОИС за 2024 г. по патентам, товарным знакам и промышленным образцам, а также международным траекториям охраны (РСТ, Мадридская и Гаагская системы). Показано, что наиболее выраженным контуром выступает рыночная фиксация инноваций через товарные знаки, тогда как технологический и дизайн-контур интернационализируются неравномерно; предложены направления усиления продуктовой IP-стратегии для масштабирования инноваций на внешних рынках.*

***Ключевые слова:** интеллектуальная собственность, инновационный продукт, патентование, товарные знаки, промышленные образцы, интернационализация.*

***Abstract.** The article analyzes the role of the intellectual component of an innovative product in Russian companies based on WIPO indicators for 2024 for patents, trademarks and industrial designs, as well as international security trajectories (PCT, Madrid and Hague systems). It is shown that the most pronounced contour is the market fixation of innovations through trademarks, while technological and design contours are internationalized unevenly; proposed directions for strengthening the IP product strategy (technology + brand + design) to scale innovation in foreign markets.*

***Key words:** intellectual property, innovative product, patenting, trademarks, industrial designs, internationalization.*

Основные положения

1. Патентно-ориентированная интеллектуальная составляющая инноваций в российских компаниях в 2024 г. усиливалась количественно и постепенно интернационализировала.
2. Рыночная интеллектуальная составляющая инновационного продукта в России развита сильнее технологической по масштабам регистрации, но в 2024 г. демонстрировала снижение внешней экспансии брендов.
3. Дизайн как интеллектуальная составляющая инновационного продукта в России усиливается внутри страны, но пока недостаточно поддерживает глобальную коммерциализацию.
4. Ключевая функция интеллектуальной составляющей – связать управленческие контуры разработки и вывода на рынок в единую продуктовую IP-стратегию «технология + бренд + дизайн», обеспечивая правовую чистоту, снижение конкурентных ограничений и рост стоимости инновационного продукта.

Введение

Интеллектуальная составляющая инновационного продукта в современных компаниях проявляется через создание, правовую фиксацию и последующую капитализацию результатов НИОКР и нематериальных активов (технологий, брендов, дизайна) в конкурентной среде. В условиях роста значения нематериальных факторов конкурентоспособности для российских компаний становится актуальным вопрос, какой контур защиты преобладает – технологический

^{*} Ссылка на статью: Гайтанова Д.Д. Интеллектуальная составляющая инновационного продукта в российских компаниях // Экономика и управление: научно-практический журнал. 2026. № 2. С. 141–147. DOI: 10.34773/EU.2026.2.25.

(патенты и международные маршруты РСТ) или рыночный (товарные знаки и международная система Мадрид), а также несколько дизайн (промышленные образцы и Гагская система) встроены в стратегию вывода продукта на рынки.

Концептуально инновация рассматривается как управляемый процесс, требующий раздельной настройки контуров НИОКР и коммерциализации, включая правовые механизмы закрепления результата, что подчёркивает Е.А. Спиридонова в рамках процессного подхода к управлению инновациями [3, 64].

Отдельное внимание уделяется проблемам развития ИС и инноваций в России. Так, авторы С.В. Савин и А.Д. Мурзин выделяют институциональные ограничения инновационной экосистемы и практик коммерциализации, формирующие разрыв между генерацией знаний и их рыночной капитализацией [1, 69]. В условиях цифровизации, как подчёркивает Е.С. Сосновский, возрастает значимость качества правовых механизмов охраны ИС, поскольку именно они влияют на экономические стимулы к инновациям и структуру рисков в цифровой среде [2, 96]. Для дизайн-ориентированных и коллаборативных практик Р. Салих и соавторы фиксируют усложнение режимов прав и управления результатами в логике открытых инноваций, когда совместное создание ценности требует более точной настройки лицензирования и распределения прав [7, 326], а авторы В.В. Чабатуль и К.И. Кравченко обращают внимание на необходимость баланса между открытым доступом и правовой охраной как условия устойчивого инновационного развития [6, 326].

В российских компаниях интеллектуальная составляющая инновационного продукта нередко формируется и защищается разрозненно, при этом патенты, товарные знаки и промышленные образцы развиваются несинхронно и слабо связаны с экспортной стратегией.

Цель исследования – определить, какой контур правовой фиксации инноваций доминирует в российских компаниях, какие разрывы возникают между внутренней активностью и зарубежной экспансией.

Задачи исследования включают: анализ патентной, брендинговой и дизайн-активности, а также структуры резидентских/нерезидентских потоков и международных маршрутов охраны (РСТ, Мадридская и Гагская системы).

Методы

Применены методы сравнительного и структурного анализа: сопоставление технологического, рыночного и дизайн-контуров по объёму заявок, темпам изменений и международным траекториям охраны; интерпретация различий через доли резидентов/нерезидентов как индикатор конкурентной насыщенности и внешнего давления прав на внутреннем рынке. Результаты обобщены в логике продуктовой IP-стратегии как связки «технология + бренд + дизайн» с учётом интернационализации защиты.

Эмпирическая база исследования – агрегированные статистические показатели ВОИС по Российской Федерации за 2024 г. по объектам ИС: патенты (включая РСТ), товарные знаки (включая Мадридскую систему), промышленные образцы (включая Гагскую систему), а также данные о резидентских/нерезидентских заявках в национальном офисе и о зарубежной подаче.

Результаты

Интеллектуальная составляющая инновационного продукта проявляется через способность компаний формировать и защищать результаты НИОКР и нематериальные активы на разных рынках. В качестве эмпирической базы использованы показатели ВОИС (2024 г.) по заявкам на патенты, товарные знаки и промышленные образцы, а также по международным траекториям охраны (РСТ, Мадридская и Гагская системы). Эти показатели позволяют сопоставить «технологическую» часть инноваций (патенты/полезные модели) и «рыночную» часть (товарные знаки/брендинг) в логике конкуренции российских и зарубежных компаний. Дополнительно важны структура резидентских/нерезидентских потоков и доли зарубежной подачи, отражающие степень интернационализации интеллектуального компонента (табл. 1).

Патентная активность РФ как индикатор технологической интеллектуальной составляющей инноваций (ВОИС, 2024) [18]

Показатель	Значение	Изменения за 2023-2024 гг.	Место в мире
Патентные заявки (всего), ед.	24 676	+6,2 %	12-е
Заявки резидентов, ед.	22 223	+5,0 %	–
Заявки, поданные за рубежом, ед.	2 453	+18,5 %	25-е
Заявки резидентов на 1 млн населения, ед.	155	–	20-е
Заявки резидентов на каждые 100 млрд ВВП, ед.	365	–	19-е
Заявки РСТ, ед.	703	+5,1 %	25-е
Доля заявок, поданных за рубежом через РСТ, ед.	71 %	–	–
Доля заявок, поданных вузами	1,9 %	–	–
Женщины-изобретатели, чел.	18,4 %	–	–
Заявки на полезные модели, ед.	13 594	+40,2 %	2-е

Для технологической интеллектуальной составляющей инновационного продукта в РФ характерна умеренно высокая патентная «масса» (12-е место при росте +6,2 %), при доминировании резидентских заявок над зарубежными (22 223 ед. против 2 453 ед.). При этом именно зарубежная подача растёт быстрее (+18,5 %), что указывает на усиление ориентации части компаний на внешние рынки и необходимость формализованной правовой охраны технологических решений вне страны.

Международный контур защиты поддерживается РСТ (703 заявок; 71 % зарубежной подачи через РСТ), что типично для компаний, выстраивающих экспортируемые технологические продукты и стремящихся стандартизировать патентование.

Таким образом, патентно-ориентированная интеллектуальная составляющая инноваций в российских компаниях в 2024 г. усиливается количественно и постепенно интернационализируется, но сохраняет преимущественно внутренний контур генерации и подачи.

Следующий блок результатов раскрывает «рыночную» интеллектуальную составляющую инновационного продукта – способность компаний капитализировать инновации через бренды, продуктовые линейки и дифференциацию на рынках. Международные механизмы (Мадридская система) отражают, насколько компании переводят брендинг в глобальную плоскость. Сопоставление резидентских и нерезидентских потоков также показывает привлекательность рынка для зарубежных правообладателей и конкуренцию нематериальных активов (табл. 2).

Товарные знаки РФ как индикатор рыночной интеллектуальной составляющей инновационного продукта (ВОИС, 2024) [18]

Показатель	Значение	Изменения за 2023-2024 гг.	Место в мире
Заявки на товарные знаки (всего), ед.	559 441	+2,9 %	3-е
Заявки резидентов, ед.	523 570	+3,6 %	–
Заявки, поданные за рубежом, ед.	35 871	-6,2 %	13-е
Заявки резидентов на 1 млн населения	3 648	–	8-е
Заявки резидентов на каждые 100 млрд ВВП, ед.	8 599	–	11-е
Международные заявки по Мадридской системе, ед.	1 473	-5,9 %	13-е
Заявки, поданные за рубежом через Мадридскую систему, ед.	27 353	-8,4 %	10-е
Доля зарубежной подачи через Мадридскую систему, %	76,3	–	–
Заявки в офис ИС РФ (всего), ед.	567 227	+3,8 %	3-е
Доля резидентских/нерезидентских заявок в офисе, %	92,3 / 7,7	–	–

Масштаб товарных знаков (3-е место в мире) показывает, что для российских компаний интеллектуальная составляющая инновационного продукта часто выражается через рыночное оформление и коммерциализацию (бренды, линейки, сервисные модели), а не только через патенты. Высокие значения «на 1 млн населения» и «на ВВП» подтверждают интенсивность брендинга как элемента конкурентоспособности. Однако внешний контур бренда в 2024 г. ослаб: зарубежные заявки по ТЗ снизились (-6,2 %), как и активность по Мадридской системе (-5,9 %; зарубежная подача через Мадрид – 8,4 %), что может означать сдержанную стратегию интернационального продвижения брендов или перераспределение приоритетов рынков.

Таким образом, рыночная интеллектуальная составляющая инновационного продукта в РФ развита сильнее технологической по масштабам регистрации, но в 2024 г. демонстрирует снижение внешней экспансии брендов.

Инновационный продукт в международной конкуренции зависит не только от технологий и бренда, но и от дизайна как элемента пользовательской ценности и дифференциации. Международные траектории (Гагская система) показывают готовность компаний защищать дизайн при выходе на зарубежные рынки. Дополнительно структура резидентских/нерезидентских заявок позволяет оценить, насколько внутренний рынок насыщен зарубежными дизайн-правами (таблица 3).

Внутренняя активность по промышленным образцам растёт (+11,4 %; резиденты +15 %), что соответствует повышению внимания компаний к дизайну и пользовательским характеристикам инноваций. При этом интернационализация дизайна слабее. Так, количество зарубежных подач падает (-23,2 %), а место по зарубежным заявкам ниже (33-е), что контрастирует с высокой долей использования Гагской системы для зарубежной подачи (79,3 %) и ростом количества подач через неё (494 ед.; +4,2 %).

Таблица 3

Промышленные образцы РФ как индикатор дизайн-составляющей инновационного продукта (ВОИС, 2024) [18]

Показатель	Значение	Изменения за 2023-2024 гг.	Место в мире
Образцы в заявках (для заявителей-резидентов), ед.	9 267	+11,4 %	14-е
Заявки резидентов, ед.	8 667	+15,0 %	–
Заявки, поданные за рубежом, ед.	600	-23,2 %	33-е
Заявки резидентов на 1 млн населения, ед.	60,4	–	45-е
Заявки резидентов на каждые 100 млрд ВВП, ед.	142	–	52-е
Международные заявки по Гагской системе, ед.	67	-9,5 %	33-е
Заявки, поданные за рубежом через Гагскую систему, ед.	494	+4,2 %	27-е
Доля зарубежной подачи через Гагскую систему, %	79,3	–	–
Заявки в офис ИС РФ (всего), ед.	11 337	+8,3 %	13-е
Доля резидентских/нерезидентских заявок в офисе, ед.	68,1 / 31,9	–	–

Таким образом, дизайн как интеллектуальная составляющая инновационного продукта в РФ усиливается внутри страны, но пока недостаточно поддерживает глобальную коммерциализацию: зарубежная защита образцов сокращается.

Чтобы связать интеллектуальную составляющую с устойчивостью инновационного продукта в конкурентной среде, важно учитывать сопоставление патентов и товарных знаков по структуре резидент/нерезидент, что демонстрирует различие «барьеров входа» и мотивации защиты (табл. 4).

По патентам доля нерезидентов (19,5 %) существенно выше, чем по товарным знакам (7,7 %), что указывает на более заметную зарубежную технологическую «присутствующую конкуренцию» на российском рынке по сравнению с брендинговой. Изменения за 2023-2024 гг. общего числа патентных заявок в офисе при росте резидентов (+4,3 % в исходных данных) косвенно соответствует снижению нерезидентской активности, что может временно уменьшать внешнее патентное давление, но не отменяет уже действующих массивов прав и рисков.

**Конкурентная среда на рынке РФ: структура заявок в национальном
офисе ИС (патенты и товарные знаки, ВОИС, 2024) [18]**

Объект ИС (офис РФ)	Всего заявок	Резиденты		Нерезиденты		Изменения за 2023-2024 гг.
		Ед.	Доля, %	Ед.	Доля, %	
Патенты	26 698	21 502	80,5	5 196	19,5	+0 %
Товарные знаки	567 227	523 570	92,3	43 657	7,7	+3,8 %

Таким образом, в РФ интеллектуальная конкуренция зарубежных компаний заметнее именно в технологическом контуре (патенты), тогда как в рыночном контуре (бренды) доминируют резиденты. Следовательно, при разработке инновационного продукта отечественным компаниям важно усиливать патентную стратегию (ранняя подача, международное патентование, FTO), а в брендинге – системно поддерживать экспортную охрану знаков.

Обсуждение

Полученные результаты в целом соответствуют выдвинутой гипотезе исследования: в российских компаниях интеллектуальная составляющая инновационного продукта в 2024 г. статистически сильнее проявляется в рыночном контуре (товарные знаки), чем в технологическом (патенты/РСТ), а интернационализация защиты выражена асимметрично – выше в обеспечивающих инструментах (использование РСТ/Мадрид/Гаага), но ниже в фактической динамике зарубежной экспансии по бренду и дизайну.

Ограничения исследования и обобщение результатов заключаются в том, что использовались агрегированные показатели ВОИС по РФ за 2024 г. (и отдельные временные ряды), без отраслевой детализации инновационных продуктов и без разделения компаний по размеру, технологическому профилю и стратегиям выхода на внешние рынки. Кроме того, показатели заявок не равны показателям качества портфеля (патентная «сила», ширина формулы, цитируемость, доля удовлетворённых возражений) и не раскрывают экономический эффект (выручка от лицензий, премия к марже, доля защищённых продуктов в продажах).

Поэтому результаты корректно обобщать как институционально-рыночный срез интенсивности правовой фиксации интеллектуальной составляющей в инновационном продукте (технологии/бренд/дизайн) и его интернационализации, но не как прямое измерение результативности инноваций.

Проблемы, выявленные на основе результатов, концентрируются в трёх узлах:

1. Во-первых, наблюдается разрыв между масштабом внутреннего брендинга и ослаблением зарубежной компоненты по товарным знакам и Мадридской системе, что создаёт риск «локализации» инновационного продукта и потери экспортной капитализации нематериальных активов.

2. Во-вторых, в патентном контуре рост заявок за рубежом и использование РСТ сосуществуют с низкой долей вузов, что указывает на недостаточную конверсию научных результатов в защищаемые решения и на слабые каналы трансфера технологий.

3. В-третьих, в дизайне виден рост внутренней активности при падении зарубежных, тогда как дизайн часто выступает частью конкурентной ценности инновации.

Пути решения предполагают согласованную настройку IP-стратегии на уровне продукта, а не «по объектам ИС отдельно». Для технологического ядра – раннее планирование патентования под экспортные рынки через РСТ, регулярный FTO-анализ и портфельный подход (патенты + полезные модели там, где важна скорость защиты). Для рыночного ядра – возвращение к проактивной международной охране товарных знаков через Мадридскую систему с приоритизацией юрисдикций и контролем «семейств» знаков. Для дизайна – увязка

дизайн-решений с экспортной картой и повышение дисциплины управления правами при коллаборациях и открытых инновациях, где риск конфликтов по авторству/лицензиям выше.

Предложения по практическому применению результатов состоят в разработке для компаний (и особенно для продуктовых команд) единого «паспорта интеллектуальной составляющей инновационного продукта», включающего три блока: технологические результаты (патенты/полезные модели, РСТ-маршруты, FTO), рыночная идентичность (ТЗ, Мадридская подача, защита в ключевых классах), дизайн и пользовательская ценность (промышленные образцы, Гаагская система, защита интерфейсов/внешнего вида).

Такой паспорт должен быть связан с КРІ вывода продукта на рынок (сроки, географии, партнёры) и с процедурами правового комплаенса в цифровой среде.

Для университетов и корпоративных НИОКР-центров практическим следствием является настройка «воронки» от результатов исследований к патентуемости и последующей коммерциализации (лицензирование/СПВ).

Предложения по направлениям будущих исследований включают отраслевую декомпозицию показателей (ИТ, фарма/биотех, машиностроение, потребительские товары) с сопоставлением моделей инноваций и режимов охраны ИС, а также переход от количества заявок к качественным метрикам портфеля (цитируемость, семейства, грант-рейт, длительность поддержания в силе) и к экономическим исходам (лицензионные доходы, доля нематериальных активов в капитализации); необходимость таких сопоставлений подтверждается международной логикой анализа связи моделей инноваций и защиты ИС [5, 82].

Перспективным является также анализ режимов открытых инноваций и их правовой архитектуры применительно к дизайну и цифровым продуктам.

Заключение

Роль интеллектуальной составляющей инновационного продукта в российских компаниях заключается в том, что она обеспечивает превращение результатов НИОКР и нематериальных элементов продукта (технологии, бренд, дизайн) в юридически закрепляемые и коммерциализируемые конкурентные преимущества на внутреннем и внешних рынках. По данным ВОИС за 2024 г. эта роль проявляется асимметрично.

Такая структура означает, что для многих российских компаний инновационный продукт чаще «упаковывается и продвигается» через брендинг, чем подтверждается глобально защищаемой технологической новизной и дизайном, что повышает риски при экспорте и снижает потенциальную капитализацию нематериальных активов из-за разрыва между НИОКР, правовой охраной и коммерциализацией. Следовательно, ключевая функция интеллектуальной составляющей – связать управленческие контуры разработки и вывода на рынок в единую продуктовую IP-стратегию «технология + бренд + дизайн», обеспечивая правовую чистоту, снижение конкурентных ограничений и рост стоимости инновационного продукта.

Таким образом, в проведенном исследовании сопоставлены три контура интеллектуальной составляющей инновационного продукта в российских компаниях, а также международные маршруты охраны. Установлено, что по масштабу правовой фиксации доминирует рыночный контур через товарные знаки, тогда как технологический контур демонстрирует количественный рост и более выраженную динамику зарубежной подачи при сохранении преимущественно внутренней генерации, а дизайн-контур усиливается внутри страны при снижении прямой зарубежной защиты. Выявленные диспропорции указывают на необходимость синхронизации технологической, рыночной и дизайн-защиты на уровне продукта и увязки управления правами с коммерциализацией и международным продвижением.

Литература

1. Савин С.В., Мурзин А.Д. Проблемы развития интеллектуальной собственности и инноваций в России // Интеллект. Инновации. Инвестиции. 2023. № 5. С. 69–81. DOI 10.25198/2077-7175-2023-5-69.

2. Сосновский, Е.С. Правовые механизмы защиты интеллектуальной собственности в условиях цифровизации экономики: экономический анализ стимулов к инновациям // Актуальные проблемы экономики и управления. 2025. № 4(48). С. 95–100.

3. Спиридонова Е.А. Управление инновациями: учебник и практикум для вузов / 2-е изд., перераб. и доп. М.: Юрайт, 2025. 314 с. ISBN 978-5-534-17890-6.

4. Статистический профиль стран по интеллектуальной собственности 2024. Российская Федерация [Электронный ресурс]. URL: <https://www.wipo.int/edocs/statistics-country-profile/ru/ru.pdf>

5. Теоретическая инноватика: учебник и практикум для вузов / под ред. И.А. Брусаковой. М.: Юрайт, 2026. 333 с. ISBN 978-5-534-04909-1.

6. Чабатуль В.В., Кравченко К.И. Защита прав интеллектуальной собственности и открытый доступ: синергия для развития инноваций // Экономические вопросы развития сельского хозяйства Беларуси. 2025. № 53. С. 326–339.

7. Intellectual Property Laws in the Age of Open Innovation for Textile Design / R. Salih, I.Kh. Khinger, N. Kolsarieva [et al.] // Izvestiya Vysshikh Uchebnykh Zavedenii. Tekhnologiya Tekstil'noi Promyshlennosti. 2025. № 2(416). P. 326–335. DOI 10.47367/0021-3497_2025_2_326.

DOI: [10.34773/EU.2026.2.26](https://doi.org/10.34773/EU.2026.2.26)

Инновационное развитие регионов как реализация проектов территориальных сообществ: роль локального дискурса^{*}

Innovative Development of Regions as Implementation of Territorial Communities' Projects: The Role of Local Discourse

Э. ФАТКУЛЛИН

Фаткуллин Эдуард Ахтямутдинович, аспирант кафедры инновационной экономики Института экономики, управления и бизнеса Уфимского университета науки и технологий. E-mail: edik@fatkullin.net

***Аннотация.** В статье рассматривается инновационное развитие регионов в контексте регионализации и формирования социально-экономических проектов территориальных сообществ. В рамках проведённого исследования обоснован рост роли территориальных сообществ в инновационном развитии. Результаты показывают, что инновации наиболее эффективны, когда выступают инструментами согласованных проектов сообществ. Полученные выводы свидетельствуют о том, что наибольшая отдача от инновационной деятельности достигается при условии их включения в согласованные и целенаправленные инициативы территориальных сообществ. Задача работы – обосновать теоретическую основу инновационного развития через реализацию проектов, инициированных территориальными сообществами. Исследование акцентирует важность активного участия территориальных сообществ в определении приоритетов развития и создании дифференцированных подходов, опирающихся на принципы умной специализации.*

***Ключевые слова:** инновационное развитие регионов, территориальные сообщества, локальный дискурс, социально-экономический проект, умная специализация, региональная инновационная система.*

***Abstract.** The article examines the innovative development of regions in the context of regionalization and the formation of socio-economic projects of territorial communities. The conducted study substantiates the growing*

^{*} Ссылка на статью: Фаткуллин Э.А. Инновационное развитие регионов как реализация проектов территориальных сообществ // Экономика и управление: научно-практический журнал. 2026. № 2. С. 147–153. DOI: [10.34773/EU.2026.2.26](https://doi.org/10.34773/EU.2026.2.26).