

ФРАНЧАЙЗИНГ В СОВРЕМЕННОМ ЗДРАВООХРАНЕНИИ

Афонин Алексей Николаевич,

Тихомиров Антон Федорович

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

Введение. Как показывают события 2020-21 г.г., уровень развития здравоохранения и судьба экономики даже самых высокоразвитых стран оказываются в критической зависимости и требуют максимально высоких темпов распространения инноваций буквально по всему миру, а не только в рамках бизнеса отдельной фирмы-инноватора или государства.

Согласно [1], инновацией может считаться любое новое применение знаний, которое создает устойчивую добавленную стоимость. То есть *любой* новый процесс, продукт или технология в *любой* отрасли, связанной с деятельностью человека, повысившие производительность труда, создавшие новый рыночный сегмент или открывшие доступ к дополнительным ресурсам, является инновацией. В частности, в отношении медицины, такими показателями можно признать, например, снижение смертности, заболеваемости, случаев потери трудоспособности, повышение продолжительности жизни и т.п.

Инновации – механизм возникновения и распространения в медицине.

Технический и научный уровень разработок, лежащий в основе современных медицинских услуг, достигает уровня, характерного для высокотехнологичных отраслей промышленности. Дальнейшее развитие отрасли медицинских услуг требует привлечения все более значительных ресурсов – как материальных, так и интеллектуальных. Для эффективного использования этих ресурсов актуальным является выбор оптимальной модели инновационного развития и, на этой основе, подхода к финансированию и управлению инновационной деятельностью в медицине [2]. Однако, способность к инновационному развитию, как показывает опыт последних трех десятилетий, целиком определяется способностью компаний развивать свой интеллектуальный капитал.

Интеллектуальный капитал (ИК) представляет собой собирательное понятие, включающее в себя, в основном, часть нематериальных активов, не принимаемых к учету в бухгалтерских документах, но оказывающих первостепенное влияние на показатели деятельности современных компаний и формирование их конкурентных преимуществ. В структуре ИК обычно выделяют организационный, отношенческий (клиентский) и человеческий капитал. Согласно преобладающему среди исследователей мнению, ключевую роль в ИК играет человеческий капитал, определяющий эффективность использования всех остальных ресурсов компании [3].

Инновация приносит ожидаемый эффект, только если успешно пройдены все фазы инновационного цикла: фундаментальные научные исследования, прикладные исследования, испытания, коммерциализация и массовое внедрение инновационного продукта. На пути распространения инноваций существуют барьеры [4]. Прежде всего, сам инноватор (разработчик инновации), вложив в разработку немалые средства, стремится защитить свой интеллектуальный капитал, получить максимальный эффект от монопольного использования своей интеллектуальной собственности как можно более продолжительное время. Поэтому он создает препятствия для распространения инновации – барьеры распространения, вкладывая в создание эти барьеров дополнительные ресурсы и принимая на себя риск несанкционированной утечки информации к конкурентам.

Экономическая привлекательность инноваций для субъекта инновационной деятельности зависит, таким образом, не только от плодотворности реализуемой идеи, но и от эффективности тех барьеров, которые необходимо создавать на пути несанкционированного использования результатов. Очевидно, в сфере здравоохранения такая ситуация неприемлема, ибо может иметь резко отрицательные социальные последствия. Несанкционированное использование информации не является оптимальным и для ее реципиента. Во-первых, велик риск судебного преследования и связанные с этим материальные и имиджиевые потери. Во-вторых - внедрение инноваций путем их простого копирования может столкнуться с проблемами, требующими для решения сопоставимый с инноватором уровень развития интеллектуального капитала.

Со стороны потенциального реципиента инноваций также существуют барьеры. Они связаны с его неготовностью к использованию инновационных решений по многим аспектам деятельности (квалификация персонала, материальная база, уровень используемых методик и т.д.). Здесь возникают противоречия между объективной потребностью общества в повышении качества медицинских услуг, интересами инноваторов и потенциальных реципиентов инноваций. Как обеспечить ликвидацию или снижение барьеров на пути распространения инноваций в интересах общества в целом?

Альтернативой нелегальному трансферту инноваций являются легальные методы их передачи – например, продажа лицензий, патентов, ноу-хау и т.д. В этом случае вместо создания барьеров инноватор осуществляет возмездную передачу своей интеллектуальной собственности реципиентам, что позволяет ему частично или полностью компенсировать затраты на ее получение и получить приемлемую прибыль. Однако, эти пути хотя и санкционируются инноватором, но, во многих случаях, в недостаточной степени снижают барьеры со стороны реципиента инноваций.

Франчайзинг как концепция инновационного развития медицины

Франчайзинг представляет собой такую форму организации и развития бизнеса, при которой за определенное договором вознаграждение одна сторона - правообладатель интеллектуальной и промышленной собственности - франчайзер передает другой стороне - франчайзи право пользования определенной бизнес - концепцией, которая включает в себя торговую марку, производственные и маркетинговые технологии, технологию ведения бизнеса, фирменный дизайн, обучение персонала, деловую и профессиональную помощь, а также многое другое, обозначенное в договоре франчайзинга.

Идея инновации рождается и развивается в специфической среде, созданной в компании инноватора, характеризуемой термином «интеллектуальный капитал». Для успешного восприятия (абсорбции) инновации в компании, необходимо в максимальной степени воспроизвести ту среду, в которой она возникла и проявила себя.

Франчайзинговый договор, в отличие от других способов передачи инноваций, предусматривает гораздо более широкое и тесное взаимодействие инноватора и реципиента инновации. Взаимоотношения сторон при франчайзинге характеризуются поддержкой и содействием, оказываемыми франчайзером своим франчайзи. Эта поддержка является взаимовыгодной: она не только помогает франчайзи добиться успеха, но и во многих случаях определяет сумму получаемой франчайзером роялти.

Франчайзинг бизнес-формата в максимальной степени способствующий передаче реципиенту не только ИС, но и его ИК инноватора, является в настоящее время наиболее популярной франчайзинговой формой организации бизнеса [5]. Это длительные деловые отношения между франчайзером и франчайзи, в силу которых первый предоставляет второму не только фирменное наименование, торговую марку, но и технологию ведения бизнеса, отработанную и апробированную фирмой - франчайзером (подготовка персонала, маркетинговые стратегии продвижения на рынок, подключение к обширной сети продаж франчайзера и т. д.). Иными словами, франчайзи полностью идентифицируется с франчайзером и становится частью общей корпоративной системы.

Заключение. Таким образом, франчайзинг можно считать эффективным инструментом инновационного развития компаний сферы здравоохранения по следующим причинам.

1) Франчайзинг, в отличие от других известных инструментов, позволяет передавать не только формальные права на использование интеллектуальной собственности, но и обеспечивающую эффективное реализацию этих прав инфраструктуру - элементы интеллектуального капитала.

2) Внедрение инновации происходит в кратчайшие сроки, поскольку обеспечивается полное совпадение интересов как инноватора, так и реципиента инноваций.

3) Помимо участников сделки, франчайзинг отвечает интересам и общества в целом, способствуя развития здравоохранения по инновационному пути.

4) Опыт борьбы с коронавирусом последних полутора-двух лет показывает, что развитие каналов быстрого распространения инноваций в здравоохранении имеет воистину глобальное значение.

Литература:

1. Тихомиров А.Ф. , Афонин А.Н. Инновационная деятельность в медицине: выбор модели. /Актуальные проблемы управления здоровьем населения. Тематический сборник научных трудов по результатам второй Всероссийской научно-практической конференции с международным участием - ФГБОУ «Приволжский исследовательский медицинский университет». 2019. С.341-346.
2. Клинцов В., Кузнецова Е., Чернявский В. Как в России создать инновационную экономику?// Вестник McKinsey.-2010.- №21. – С.7-19. URL <http://www.vestnikmckinsey.ru/government/kak-rossii-sozdat-innovacionnuyu-ekonomiku> (дата обращения: 24.11.2019).
3. Руус Й., Пайк С., Фернстрем Л. Интеллектуальный капитал: практика управления /Пер. с англ. под ред. В.К. Дерманова. – СПб.: Изд-во «Высшая школа менеджмента»; Издат.дом С.-Петерб. Ун-та, 2008.- 436 с.
4. Малкин Вадим. Высокотехнологичная ловушка: Зачем России инновации //Ведомости. 17.11.2010. 217(2735).
5. Российская ассоциация франчайзинга. – [Электронный ресурс] – URL https://rusfranch.ru/franchising/osnovnye_ponyatiya (дата обращения: 24.11.2020).



ОСОБЕННОСТИ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ПРИМЕНЕНИЯ ТЕХНОЛОГИЙ ПЛАЗМЕННОЙ МЕДИЦИНЫ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ. НЕ РЕШЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ РЕГИСТРАЦИИ, ВКЛЮЧЕНИЯ В КЛИНИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ, ПРОТОКОЛЫ, ПРАВОВЫЕ РИСКИ ДЛЯ ВРАЧА

Молодчикова А. В., Петяева А. В., Цуцкиридзе Г. Б.
Научный руководитель: д.м.н., профессор Акулин И. М.

Плазменная технология основана на действии плазмы, т.е. ионизированного газа, на ткани организма. Сертифицированные плазменные устройства широко используются в Швеции, Германии и Великобритании. В условиях растущей антибиотикорезистентности наиболее актуальными являются технологии, позволяющие отойти от использования противомикробных препаратов. В 2014 году ВОЗ опубликовала доклад, в котором постулировала вхождение